

хлебопечение/ кондитерская сфера



Такое разное печенье

Печенье конкурирует с вафлями и пряниками, так как они наиболее приближены по ценовой категории и вкусоароматическим добавкам. Так, любитель вкуса «Топленое молоко» при отсутствии печенья с этим вкусом скорее возьмет вафли, чем печенье со вкусом кокоса.

13



Движение по вертикали

Ни для кого не секрет, что периодически могут возникать ситуации, затрудняющие работу производителей. Предотвратить возможные форс-мажорные обстоятельства можно лишь одним способом – полагаться только на себя.

22

Российское зерно – какое оно?

Проблема качества зерна, идущего на производство муки, – отнюдь не новая. Еще в 60-е годы прошлого столетия специалисты отрасли и публицисты с тревогой говорили о том, что пшеница теряет в содержании и качестве клейковины и белка.

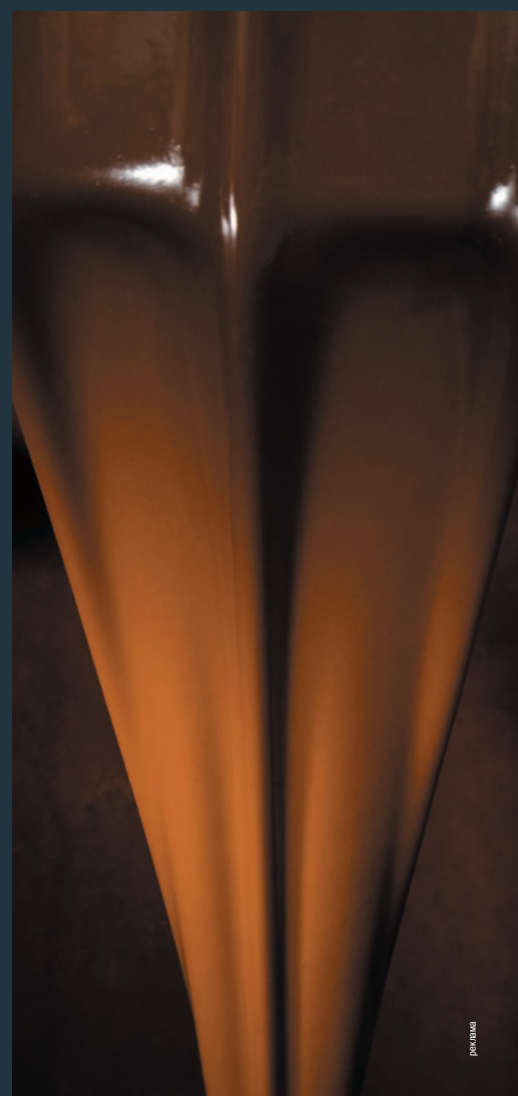
В последние десятилетия ситуация лишь усугубилась. Требования к зерну, причисляемому к продовольственному, значительно снизились. Если раньше пшеница четвертого класса не могла претендовать на статус продовольственного зерна, то теперь она занимает все большую долю в урожае /стр. 6.

В ответ на специфические требования к конечному продукту после вальцевания, мы предлагаем различные конструкции конш-машин. Они позволяют достичь оптимальных параметров структуры, сенсорных характеристик и аромата, а также влажности, вязкости и предела текучести шоколадной массы.

Бюлер АГ, Шоколад & Какао, CH-9240 Уцвиль, Швейцария, Тел.: +41 71 955 11 11, Факс: +41 71 955 35 82
sc.buz@buhlergroup.com, www.buhlergroup.com и www.bindler.com

Московское представительство:

Бюлер АГ, Россия, 127422 Москва, ул. Тимирязевская 1, к.3, оф. 3402, Тел.: +7 495 611-38-88, Факс: +7 495 956-39-79
office.moscow@buhlergroup.com



The solution behind the solution.

BUHLER



Профессиональные
решения



**Жир специального назначения
«СолПро» кондитерский для начинок
это профессиональное решение
для приготовления
вафельно-прохладительных
начинок, шоколадно-вафельных тортов,
прослойки рулетов и бисквитов**

**Функциональные преимущества
жира «Солпро»:**

- Обеспечивает хорошую адгезию при формировании вафельных пластов
- Хорошо аэрируется, создает дополнительный объем начинки
- Быстро кристаллизуется, обеспечивая устойчивость консистенции
- Придает нежный и приятный вкус начинке
- Продукт имеет сбалансированный жирокислотный состав



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 2110111

19-я международная выставка продуктов питания и напитков

Весь мир питания

ufi
Approved
Event

worldfood
MOSCOW

worldsweets
MOSCOW

Специализированная выставка

**Кондитерские
изделия**



14 - 17.09.2010

Москва, ЦВК «Экспоцентр»



Организатор:



ITE LLC Moscow
Тел.: +7 (495) 935 7350
worldfood@ite-expo.ru

www.world-food.ru

содержание

отрасль	13
Движение по вертикали	22
крупным планом	<i>Cadbury отстаивает свои позиции на рынке</i> 20



Требования к зерну, причисляемому к продовольственному, снизились. Если раньше пшеница четвертого класса не могла претендовать на статус продовольственного зерна, то теперь она занимает все большую долю в урожае

тема номера	Российское зерно – какое оно?	6	отрасль /тенденции	Особенности российского бизнеса	32
отрасль /крупным планом	Такое разное печенье	13	производство /оборудование	Разнообразие ассортимента – ключ к успеху	34
	Cadbury отстаивает свои позиции на рынке	20		Технология бесстрессового тестоделения	38
	Движение по вертикали	22	/ингредиенты	Когда модно все натуральное	40
/события и факты	EUROPAIN 2010: открытие новых возможностей	26		Солнечные продукты: стремясь быть лучшими	42
	Новости	28		Фабрике будущего кризис не помеха!	44
	Как работать с сетевиками?	31			

содержание

производство	34
Когда модно все натуральное	40
упаковка	

Правильная упаковка для хлеба	48
--------------------------------------	----

22

Предотвратить возможные форс-мажорные обстоятельства можно лишь одним способом – полагаться только на себя. Именно поэтому сегодня некоторые крупные хлебопекарные и кондитерские предприятия работают по принципу вертикально интегрированных холдингов.



Принятие Федерального закона «О введении в действие Земельного кодекса Российской Федерации» возложило на юридические лица, в том числе и на сельскохозяйственные организации, обязанность по переоформлению права постоянного пользования по своему усмотрению либо на право собственности, либо на право аренды.

58

производство /оборудование	Заквасочные культуры для хлебобулочных изделий	47
/упаковка	Правильная упаковка для хлеба	48
	Focke & Co: Технологии будущего уже сегодня	50
/HoReCa	Поцелуй со вкусом джема	51

компания /стратегия	«Ударница» обновляет логотип	52
консалтинг /вопрос-ответ	Кому за вредность – молоко бесплатно?	54
/право	Земля как базовый актив агропромышленных предприятий	58

кондитерская сфера

№1 (33) 2010

Информационно-аналитический журнал для специалистов кондитерской и хлебопекарной индустрии.
Зарегистрирован в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.

Свидетельство о регистрации
ПИ № 77-18553 от 15 октября 2004 года

Адрес редакции:
Россия, 190005, Санкт-Петербург,
3-я Красноармейская, 10 лит. А,
помещение 1-Н,
тел./факс: +7 (812) 70-236-70,
www.sferamagazine.ru

Издатель:
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Генеральный директор:
Алексей Захаров

Руководитель коммерческого
департамента:
Ольга Паленова
palenova@sferamagazine.ru

Выпускающий редактор:
Елена Максимова
konditer@sferamagazine.ru

Реклама:
Виктория Паленова
v-palen@sferamagazine.ru

Дизайн и верстка:
Дмитрий Зорин
d.zorin@sferamagazine.ru

Корректор,
литературный редактор:
Вероника Ганчурина
korrektor@sferamagazine.ru

Обложка:
Марьяна Успенская
Журнал распространяется
на территории России
и стран СНГ.
Периодичность – 6 раз в год.

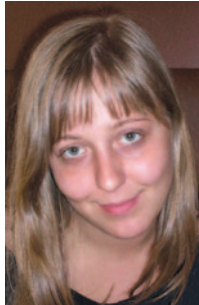
Использование информационных
и рекламных материалов журнала
возможно только с письменного
согласия редакции.
Все рекламируемые товары имеют
необходимые лицензии и сертификаты.
Редакция не несет ответственности
за содержание рекламных материалов.

Материалы, отмеченные значком **Р**,
публикуются на коммерческой основе.
Мнение авторов не всегда совпадает
с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «Акцент-принт».
Подписано в печать: 15.01.10.
Тираж: 5000 экз.



О некоторых особенностях национального бизнеса



Очень часто люди винят в своих бедах обстоятельства. Это касается как повседневных ситуаций, так и вопросов ведения бизнеса. В том, что падают продажи, как правило, виноваты конкуренты, государство, а в последнее время вообще появилась замечательная отговорка – кризис. Безусловно, российские предприниматели, особенно представители малого и среднего бизнеса, не обласканы вниманием государства, но ведь есть и другая сторона медали. Зачастую русские люди просто не хотят выполнять свою работу качественно.

Недавно директор одной из компаний по производству замороженных полуфабрикатов, рассуждая об особенностях российского бизнеса, рассказал: «К сожалению, мы заказываем сырье за рубежом. И дело не в том, что я не патриот. Я пытался работать с российскими поставщиками, но продукция от них приходила очень низкого качества, с недовесом, к тому же часто ее доставляли не в срок. Мне мой бизнес дороже. И мои западные поставщики это понимают. Поэтому я с ними и работаю».

И ведь самое обидное, что у нас все есть: и специалисты, и сырьевые ресурсы. Дело за малым – научиться всем этим пользоваться!

Елена Максимова,
редактор журнала
«Кондитерская сфера/Хлебопечение»,
konditer@sferamagazine.ru

Автор:



Светлана
Карельская

Проблема качества зерна, идущего на производство муки, – отнюдь не новая. Еще в 60-е годы прошлого столетия специалисты отрасли и публицисты с тревогой говорили о том, что пшеница теряет в содержании и качестве клейковины и белка.



Российское зерно – какое оно?

В последние десятилетия ситуация лишь усугубилась. Требования к зерну, причисляемому к продовольственному, значительно снизились. Если раньше пшеница четвертого класса не могла претендовать на статус продовольственного зерна, то теперь она занимает все большую долю в урожае.

При этом в начале XX века Россия была крупнейшим экспортером зерна. Но это была не просто пшеница, а зерно высокого качества. Канада и США брали для селекции наши пшеничные сорта с высоким содержанием клейковины и белка.

Сегодня мы вновь выходим на мировой рынок. Но выходим с пшеницей не лучших хлебопекарных качеств.

Факторы, влияющие на качество зерна

При производстве зерна в предуборочный период и в процессе уборки из-за неблагоприятных погодных условий или при несоблюдении требований агротехнических мероприятий зерно может стать неполноценным.

К такому зерну относят товарные партии с содержанием недоразвитого, пораженного вредителями и болезнями, обесцвеченного, проросшего, морозобойного, поврежденного сушкой зерна и др.

При неблагоприятных условиях погоды, а именно если в первую поло-

вину лета стоит засуха, а во вторую выпадает много дождей, способствующих цветению и созреванию вновь выросших побегов, происходит неравномерное созревание растений. На одних побегах зерно перезревает и начинает осыпаться, на других – еще находится в начальных стадиях спелости. Поэтому собранная зерновая масса содержит много недоразвитых и зеленых зерен, которые являются неполноценными и не могут быть использованы в продовольственных целях. При обработке зерна на сепарирующих машинах недоразвитое (легковесное) зерно, как правило, отсеивается, что ведет к уменьшению массы товарной партии, но несколь-

ко улучшает ее качество, делая зерно пригодным на продовольственные цели. Однако значительная часть недоразвитых зерен попадает в основное зерно, снижая его качество. Заметим, что наличие уже 5-10% зеленых зерен значительно ухудшает качество зерна и в первую очередь состояние клейковинного комплекса пшеницы, что отрицательно сказывается на хлебопекарных свойствах всей товарной партии.

При частом выпадении дождей в предуборочный и уборочный периоды или при хранении зерна на открытых токах происходит прорастание зерен пшеницы и особенно ржи. Прорастание зерна резко ухудшает хлебопекарные свойства ржи и пшеницы: хлеб получается малого объема, мякиш плотный, липкий, легко заминается, цвет корки белесый с сильными подрывами. Это происходит в результате биохимического распада веществ зерна и в первую очередь перехода крахмала в более простые соединения – сахара. При сильном прорастании может начаться также распад клейковинных белков и липидов. Поэтому при наличии в партии проросших зерен даже в количестве менее 1% необходим контроль качества зерна на амилитическую активность.

В результате воздействия атмосферных осадков в предуборочный период в процессе уборки и особенно при нахождении скошенной массы в валках, при резкой смене влажности и температуры окружающего воздуха происходит обесцвечивание зерна. В конечном итоге обесцвечивание зерна приводит к снижению физических свойств теста и качества хлеба. Сильная пшеница при обесцвечивании значительно снижает свои свойства улучшителя. Кроме того, обесцвеченное зерно значительно хуже хранится. В оболочках обесцвеченного зерна образуются микротрещины, которые способствуют развитию вредной микрофлоры и вызывают повышение интенсивности дыхания зерновок. Как следствие этого повышается активность ферментов и кислотность зерна, что

приводит к резкому ухудшению мукомольных и хлебопекарных свойств.

Различают три степени обесцвеченности зерна: первая, вторая и третья. Чем выше степень обесцвеченности зерна, тем более значительные изменения произошли в качестве зерна и его хлебопекарных свойствах.

Резкое ухудшение хлебопекарных свойств зерна пшеницы происходит также в результате попадания не полностью вызревшего зерна на корню или в валках под ранние заморозки. Это чаще всего имеет место в условиях Сибири, Дальнего Востока, а иногда и в Нечерноземье. Ранние заморозки действуют в первую очередь на клейковинный комплекс, снижая количество клейковины и ухудшая ее качество. Морозобойные зерна, в отличие от нормального зерна, имеют на поверхности зерновки белесоватую сеточку и теряют блеск.

В южных районах страны, в Поволжье, а в последние годы и в лесостепной зоне России все большее распространение получает поражение зерна вредным клопом-черепашкой.

Зерно может быть ухудшено не только в поле, но и в результате несоблюдения установленных режимов сушки. В этом случае происходит укрепление клейковины и снижение ее количества. Если такого зерна в партии больше нормы, то качество товарной партии резко снижается.

Это приводит к резкому ухудшению хлебопекарных свойств зерна пшеницы. Повреждение зерна этим насекомым приводит к снижению клейковинных белков. Введенные клопом-черепашкой ферменты остаются в зерне и надолго сохраняют активность. После размола зерна, пока мука остается в сухом состоянии, ферменты не действуют или действуют слабо, но как только из муки начинают месить тесто, ферменты ак-

тивизируются и начинается бурный процесс расщепления белковых молекул. В результате клейковина теряет свои упруго-эластичные свойства, становится липкой, тянущейся, приобретает серый или темно-серый цвет.

Зерно может быть ухудшено не только в поле, но и в результате несоблюдения установленных режимов сушки. В этом случае происходит укрепление клейковины и снижение ее количества. Если такого зерна в партии больше нормы, то качество товарной партии резко снижается. Хлеб из зерна с такой клейковиной получается низкого объема с рваной коркой и плотным мякишем.

Зерновые болезни

В последние годы во всех странах товарного производства зерна основных зерновых культур значительно увеличилось число товарных партий пшеницы и других культур, пораженных фузариозом, микотоксинами и особенно плесневыми грибами. Все эти поражения выводят товарное зерно не только из категории продовольственного, но и делают его непригодным для кормовых целей.

Исследованиями доказано, что в хлебе, выработанным из фузариозного зерна, содержание токсина не уменьшается, а иногда даже увеличивается особенно при выработке дрожжевого теста и хлеба, что, по-видимому, связано с биологическими процессами превращения предшественников дезоксиниваленола, накопленных грибами-фузариями при созревании зерна.

Таким образом, наличие в товарных партиях фузариозных зерен и микотоксина дезоксинивале-

нола вызывает не только ухудшение технологических и хлебопекарных свойств пшеницы, но представляет серьезную опасность для здоровья человека.

Основные признаки, характеризующие фузариоз зерна пшеницы:

- пораженные зерна щуплые, морщинистые с вдавленной глубокой бороздкой и заостренными бочками;
- поверхность зерна обесцвеченная (белесая), меловидная, без блеска;

- низкая стекловидность зерна или полная ее потеря;
- в бороздке и особенно в зародышевой части зерна имеется паутинообразный налет белого или розового цвета;
- зародыш зерна нежизнеспособный, на срезе темного цвета.

Кроме вышеназванных возможных дефектов зерна и продуктов его переработки является наличие в зерне и выработанной из него муке, а соответственно и в хлебе и хлебобулочных изделиях плесневых грибов. Наличие в зернопродуктах плесени не только ухудшает технологические свойства, но вредно для здоровья, особенно детского.

Картофельная болезнь вызывается развитием в мякише хлеба бактерий подвида *B.Subtilis ssp. mesentericus* (картофельная палочка). В последние годы серьезной проблемой мукомольных предприятий и хлебозаводов является картофельная болезнь хлеба. Ее возбудитель – картофельная палочка, которая широко распространена в природе и имеется в почве, воздухе, растениях. В последние годы зерно перед помолом не моется, и поэтому

при размоле картофельная палочка попадает в муку. При благоприятных условиях бактерии картофельной палочки быстро размножаются. Кислая среда угнетает развитие бактерий картофельной палочки. Поэтому в ржаном хлебе, который имеет повышенную кислотность, картофельная болезнь развивается реже. На размножение картофельной палочки значительное влияние оказывает нарушение санитарного и технологического режима хранения и переработки зерна, муки, а также выпечки хлеба и его хранения. В связи с этим большое значение имеет соблюдение требований санитарных и технологических инструкций, действующих в элеваторной, мукомольной и хлебопекарной промышленности, а также в торговле.

При развитии картофельной болезни происходит усиленное размножение бактерий картофельной палочки. В результате под воздействием активных амилаз картофельной палочки в хлебе происходит увеличение количества декстринов, которые придают мякишу липкость. При этом продукты распада белков, образующиеся под действием протеолитиче-

ских ферментов картофельной палочки, обладают резким специфическим запахом. Пораженный картофельной болезнью хлеб приобретает неприятный специфический запах, имеет липкий мякиш, который при сильном поражении тянется нитями, а затем в середине буханки (батона) появляется черная пустота с сильным гнилостным запахом.

Для предотвращения распространения картофельной болезни необходимо проведение определенных мероприятий во всех звеньях цепи – начиная с почвы, зерна и заканчивая хлебом.

Зараженная картофельной болезнью мука должна быть немедленно реализована, и все коммуникации и оборудование мельницы и хлебозавода должны пройти санитарную обработку и дезинсекцию оборудования и помещений.

Для того чтобы избежать покупки некачественного зерна и муки, необходимо проверять товарные партии по показателям количества и качества клейковины, а также проводить лабораторный анализ на содержание вредных примесей.



Тогда как Российский Союз мукомолов всерьез озабочен качеством пшеницы, со стороны предпринимателей, занятых вывозом зерна за границу, тревоги и упреков в адрес аграрников не чувствуется.

Вершина наслаждения

Besuchen Sie uns



Moskau
26. - 29. Januar 2010
Halle 02, Saal 2
Stand 22-A01/B02



ENROMAT®

прекрасно зарекомендовавшая себя система глазирования
для любой производительности.

Надёжно · качественно · экономически выгодно

SOLLICH



SOLLICH KG · фирма специализирующаяся в области
шоколадных и кондитерских изделий
D-32102 Bad Salzufen · Germany
тел.: ++49 5222 950-0 · факс: ++49 5222 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 9 61 20-61 · факс: ++7 495 9 61 20-71
E-Mail: info@ohlert.ru · www.ohlert.com



Зерно часто перерабатывается на мини-мельницах. Они не всегда имеют полный набор необходимого технологического оборудования, практически не осуществляют лабораторный контроль сырья, процессов производства, потребительские свойства и безопасность готовой продукции.

Чем государство нам поможет?

Низкое же качество муки безусловно определяется качеством зерна. Однако это не единственная причина. Еще одной причиной, которая связана с низким качеством муки, является то, что зерно часто перерабатывается на мини-мельницах. Они не всегда имеют полный набор необходимого технологического оборудования, практически не осуществляют лабораторный контроль сырья, процессов производства, потребительские свойства и безопасность готовой продукции. По расчетам мукомолов, на рынке присутствует около 5-6 млн тонн такой муки.

Недавно на заседании Правления Российского союза мукомольных и крупяных предприятий было высказано предложение о выработке стратегии повышения качества муки и использования пшеницы 3-го класса в мукомолье.

Обстоятельство важное. Проведенные в 2004 году Роспотребнадзором проверки показали, что на товарных, крупных мукомольных и крупяных заводах выявлено 0,2% нестандартного зерна и продуктов переработки (включая муку), в то время как на мини-мельницах процент выявления в 30

раз больше. Муку браковали по весьма важным основаниям: из-за несоответствия требованиям нормативных документов как по показателям качества (наличию металломагнитной и минеральной примесей, вкусу, запаху и т.д.), так и по показателям безопасности (токсичные элементы, микотоксины, пестициды и т.д.).

С ликвидацией Государственной хлебной инспекции контроль деятельности малых предприятий снизился. Сегодня Министерство промышленности и торговли всерьез говорит о необходимости повышения меры ответственности производителей за несоответствие продукта его заявленным качествам.

Однако, по мнению экспертов, мини-мельницы действуют либо нелегально, либо в льготных условиях налогообложения. Поэтому зерно им обходится дешевле, а следовательно, дешевле и производимая ими мука. Ослабление контроля качества и безопасности хлеба ведет хлебопекарные предприятия к использованию такой муки в виде сырьевой основы, тем более что торговля также выступает за прием на реализацию дешевого хлеба и хлебобулочной продукции. Получается, что высококачественная мука сегодня никому не

нужна: оптовые цены на стандартную муку сегодня ниже себестоимости ее производства на мелькомбинатах с их жесткой системой контроля и налогообложения.

Качество или количество – что важнее?

Муки, по данным Росстата, в стране производится 10,2 млн тонн. А по мнению экспертов Союза мукомолов, реальный объем ее производства – около 16 млн тонн. Для производства такого количества муки нужно переработать 21 млн тонн зерна, в том числе 19,5 млн тонн пшеницы.

По итогам зернового маркетингового года 2008-2009 (с июля по июль), собранный в нашей стране урожай зерна составил 108,4 млн тонн. На экспорт было отправлено 23 млн тонн, а экспортная выручка России составила около 4,4 млрд руб. По результатам последнего зернового сезона Россия вышла на 2-е место в мире по экспорту зерна. Запланированный же объем экспорта зерновых в сезоне 2009-2010 годов составляет 18-20 млн тонн.

Тогда как Российский союз мукомолов всерьез озабочен качеством пшеницы, со стороны предпринимателей, занятых вывозом зерна за границу, тре-



*Сегодня Министерство промышленности и торговли все-
речь говорит о необходимости
повышении меры ответствен-
ности производителей за несо-
ответствие муки заявленным
качествам*

воги и упреков в адрес аграрников не чувствуется. И тому есть основания. Львиная доля российского экспорта пшеницы приходится на зерно 4-го класса. По мнению специалистов, это закономерно. Пшеница 4-го класса с ее 11,5% белка отлично соответствует мукомольным потребностям развивающихся стран Северной Африки и Среднего Востока. Такое зерно востребовано в тех видах хлебопекарного производства, где не требуется высокого содержания в нем белка. Это относится к некоторым видам кондитерских изделий и национальным разновидностям плоского хлеба. По мнению специалистов, через два-три года могут начаться системные поставки российского зерна в Юго-Восточную Азию.

Таким образом, экспортеров волнуют скорее не вопросы качества, а логистические проблемы. Эксперты отмечают, что проблемы развития зерновой логистической инфраструктуры России не позволяют эффективно реализовать внутренний и экспортный потенциал страны. На сегодняшний день парк вагонов-зерновозов стремительно стареет, и к 2015 году ожидается списание 77% вагонов. Кроме того, требует развития и портовая инфраструктура. Дефицит портовых мощностей в России составляет, по оценке специалистов, около 15 млн тонн зерна в год.

Безусловно, для России стратегически важно выходить на мировые рынки и продавать свою продукцию в разных странах, поэтому вопросы, связанные с экспортом, не могут не волновать государство. Но при этом не стоит забывать, что хлеб был и остается одним из важнейших для России продуктов и качество его должно быть достойным, а для этого необходима качественная мука, производство которой может быть осуществлено только из хорошего зерна. Поэтому вопросам качества зерна тоже необходимо уделять серьезное внимание.



МНЕНИЕ ЭКСПЕРТОВ



Аркадий Злочевский,
президент Российского
зернового союза

– Как можно охарактеризовать на сегодняшний день качество российского зерна?

– В урожае нынешнего сезона значительно меньше зерна повреждено клопом-черепашкой, гораздо выше качество урожая в целом.

Хотя валовые сборы и меньше, чем в прошлом сезоне, качественного зерна меньше не стало, как было много, так и остается. Причем процент продовольственного зерна в этом сезоне даже выше. Так что мы видим положительную динамику. Кроме того, в этом году качество зерна стабильно высокое почти во всех регионах страны.

– Насколько рентабельно, по-вашему, сейчас существование зерновых холдингов, которые включают в себя все этапы: от выращивания зерновых культур до выпуска конечной продукции?

– Эффективность у разных холдингов разная. Она зависит от многих факторов, например от качества менеджмента, управления рисками, степени интеграции и многих других. Важна именно интеграция, так как она позволяет снижать издержки. В целом можно сказать, что агрохолдинги управляют своими производственными активами

более эффективно, чем отдельные хозяйствующие субъекты. Преимущества холдинга – диверсификация и интеграция в цепочку.

– Каковы перспективы российского экспорта зерна?

– Перспективы серьезные. Россия уверенно вошла в клуб ведущих мировых зерновых держав и покидать его не собирается. В этом году темпы экспорта чуть ниже, это обусловлено высокими урожаями у наших традиционных покупателей. Мы также рассчитываем, что в течение двух-трех лет будет построена система поставок через дальневосточный зерновой коридор потребителям из Юго-Восточной Азии. Это сложный рынок, но мы в состоянии его покорить. Для того чтобы помочь нашим компаниям выйти на эти рынки, Союз проводит в феврале конференцию в Сингапуре, где у экспортеров будет возможность разобраться с предъявляемыми рынком условиями, познакомиться с потенциальными покупателями, инвесторами.

– С какими проблемами сталкиваются экспортеры зерна сегодня?

– Основные проблемы – это слишком высокие инфраструктурные издержки, они гораздо серьезнее, чем у многих конкурентов. В ряде зарубежных стран присутствуют и административные барьеры, которые мешают нашим экспортерам.

– Насколько, по-вашему, эффективны государственные меры по регулированию цен на зерно?

– Государство – это доктор, который должен иметь в своем арсенале много различных «лекарств» для того, чтобы помочь рынку, поддержать его в сложных условиях. В настоящее время у государства есть эффективный инструмент – интервенции. Нынешние точечные интервенции оказывают существенное влияние на конъюнктуру локальных рынков, и это крайне важно. Однако для того чтобы рынок успешно развивался, необходимы и другие инструменты господдержки. В этом контексте можно назвать и залоговые закупки, и меры по стимулированию экспорта, и инструменты повышения внутреннего спроса. Многие из этого используют наши конкуренты, нужно использовать эти методы и нам.

– Возможно ли каким-то образом повысить качество отечественного зерна? Какие меры для этого принимаются?

– Да, возможно, конечно. Для этого необходимо системно подходить к вопросу обработки зерновых против вредителей хлебных запасов, болезней, соблюдать оптимальные технологические сроки и масштабы данной обработки. Качество обработки посевов уже улучшилось, и результаты этого заметны. Для полномасштабного повышения качества российского зерна хотелось бы получить государственную поддержку данной деятельности.

– Стоит ли производителям хлебобулочных и кондитерских изделий доверять качеству муки, которую производят небольшие частные мукомольные компании? Отличается ли качество такой муки от той, которую производят крупные компании, работающие по ГОСТУ?

– Да, отличается. У мелких производителей, не соблюдающих ГОСТ, качество продукции зачастую крайне низкое, и доверять им не стоит. Вообще следовало бы отменить технические условия на муку, оставить только ГОСТовские параметры, чтобы не вводить потребителя в заблуждение.

Сергей Левин,
генеральный директор
ОАО «Объединенная зерновая компания»

– В 2009 году Россия экспортировала порядка 20 млн тонн зерна. Динамика экспорта российского зерна, его достаточно невысокая себестоимость, удобное расположение России относительно рынков сбыта позволяют делать прогнозы о возможности увеличения экспортного потенциала России к 2015 году до 38 млн тонн зерновых в год. На сегодняшний день доля Российской Федерации в общем объеме мирового экспорта составляет 14%.

В 2010 году планируемый объем российского экспорта составит 19 млн тонн.

Основными импортерами российского зерна являются страны Северной Африки и Ближнего Востока. Лидер по потреблению российского зерна – Египет, на его долю приходится 27% от общего объема поставок. Затем следуют Индия с 9% и Турция с 6%. Перспективными рынками сбыта, за счет которых возможно существенно нарастить объем российского зернового экспорта в ближайшие 5-6 лет, являются страны Восточной и Юго-Восточной Азии.


Если же говорить о внутреннем зерновом рынке, то государство осуществляет его регулирование путем госзакупки зерна в интервенционный фонд.

Интервенции как механизм регулирования рынка в целом доказали свою эффективность, поскольку они способствуют сглаживанию сезонных колебаний цен, снижают напряжение как при избыточном, так и при недостаточном урожае. Тем не менее это достаточно затратный механизм регулирования рынка, поскольку хранение зерна обходится государству очень дорого – на обслуживание интервенционного фонда в 2009 году потрачено около 9 млрд руб.

Кроме того, интервенции не могут компенсировать избыточный урожай, поэтому этот механизм должен совершенствоваться. Нужен тщательный просчет объема интервенций, мест закупки зерна, времени выхода на рынок. Производителю выгоднее продать зерно как можно раньше, а экспортерам – подождать максимального падения цены. Государство должно выступать арбитром в этом вопросе, определять момент, который устроит все стороны.

В то же время в условиях нынешней конъюнктуры рынка должны разрабатываться и иные механизмы обеспечения крестьянина деньгами. Речь прежде всего идет о залоговых операциях с зерном, которые доказали во всем мире свою высокую эффективность. В пользу проведения залоговых закупок высказывалась и министр сельского хозяйства РФ Е.Б. Скрынник.

Этот механизм представляет собой следующее: при неблагоприятной рыночной конъюнктуре крестьянин продает свое зерно государству и оно хранится на элеваторах до определенного срока. Если на рынке складывается более благоприятная конъюнктура, владелец зерна может забрать его по той же цене, что заложил на элеватор, и более выгодно продать на рынке. Если же он не выкупит зерно в установленный срок, оно переходит в интервенционный фонд. Другими словами, это вариант, при котором крестьянин может получить финансирование под залог зерна.

Оба эти механизма – зерновые интервенции и залоговые закупки – могут существовать параллельно, то есть они не будут подменять друг друга. 

Автор: Информационное агентство
«Индустрия питания»,
тел.: (495) 365-47-66,
e-mail: info@iaip.ru
www.iaip.ru

Такое разное печенье

Прежде чем описывать рынок печенья с точки зрения его структуры и происходящих на нем изменений, необходимо уделить внимание кондитерской отрасли в целом, так как печенье является хотя и довольно существенной, но лишь одной из ее частей.

Мировые тенденции кондитерской отрасли

По данным независимого исследования, большинство потребителей все чаще предпочитают «традиционным» кондитерским изделиям их современные аналоги, более питательные и полезные. Ежегодный прирост мировой кондитерской индустрии составляет 3,95%, причем наиболее быстрые темпы характерны для Латиноамериканского и Азиатско-Тихоокеанского регионов (5,7% и 5,5% соответственно). Центрами мировой кондитерской индустрии по-прежнему остаются западные рынки, доля европейских стран в международной торговле сладостями составляет не менее 47%. За последние годы список главных действующих лиц рынка претерпел незначительные изменения. Возглавляет его швейцарский Barry Callebaut, успешно переориентировавший производственные линии на создание «здоровой кондитерки».

Ситуация на российском рынке кондитерских изделий

В ассортименте кондитерских изделий мучнистая продукция – печенье, пряники, вафли, по оценкам специалистов, составляет около 55% рынка.

На развитие отечественного рынка печенья наложила свой отпечаток мода на здоровое питание. Потребители становятся все более разборчивыми в своих предпочтениях, уделяя больше внимания качественному составу приобретаемой продукции. В связи с этим укрепляются позиции российских производителей по отношению к их зарубежным коллегам.



Несмотря на достоинства импортной продукции, такие как красочная удобная упаковка (например железная коробка), известность бренда, интересные вкусы (например марципан, пряности), гарантия качества всех партий, у отечественных производителей есть ряд преимуществ перед зарубежными.

Основные достоинства отечественных производителей:

- более низкая цена по сравнению с зарубежными брендами;
- вкусы, знакомые и любимые с детства (например «Карлсон», «Курась», «Земелах»);
- некоторые потребители считают, что импортное печенье, которое везут издалека, содержит в себе вредные для здоровья ингредиенты, продлевающие срок хранения.

Импортная продукция, как правило, более разнообразна по вкусам и внешнему виду благодаря современным технологиям производства. Зачастую импортные продукты уникальны для российского рынка, что делает их заметными для покупателя. Тем не менее продукция отечественных производителей преимущественно состоит из российского сырья, что существенно отражается на вкусе кондитерских изделий – продукты из такого сырья более натуральны по ощущениям. Также важный фактор покупательской любви – это свежесть предлагаемой российскими производителями продукции.

Главное преимущество отечественных кондитерских изделий перед зарубежными прежде всего в том, что российские компании используют в своем производстве натуральные ингредиенты. Покупая в магазине импортное печенье, потребители не всегда могут быть уверены в полезности этого продукта. За яркой упаковкой и раскрученным брен-

дом, бывает, стоит сомнительное качество. В погоне за увеличением срока хранения кондитерских изделий зарубежные производители иногда могут включать в состав кондитерского изделия различные заменители, консерванты, красители. Все это, конечно же, вредно для организма, особенно детского. Срок хранения отечественных кондитерских изделий не такой большой, но зато можно быть уверенным в том, что они изготовлены из натурального сырья.

Существует два вектора в использовании сырья и рецептур: с одной стороны, усиление вкуса и цвета за счет добавления искусственных компонентов, с другой – добавление дорогих натуральных ингредиентов. Выделяется тенденция в снижении калорийности, замене сахаров на фруктозы, использовании начинок, содержащих натуральные фрукты и ягоды. Производители подчеркивают натуральность, свежесть и качество ингредиентов и самой продукции. Например, в состав крекеров и печенья производства ОАО «Зауральский крекер» входят только натуральные компоненты. Мука производится на собственных мелькомбинатах, расположенных в Алтайском крае. Это мука высшего сорта, строго соответствующая ГОСТу, при помоле она сохраняет натуральные вещества алтайского зерна, что способствует естественной витаминизации продукта. Вода, используемая в производстве, проходит несколько степеней очистки.

Эксперты характеризуют российский рынок кондитерских изделий как сформированный и близкий к насыщению, поэтому при нынешнем уровне покупательской активности выход на него нового игрока будет довольно непростым. Более того, у потребителей существует определенная привычка по отношению к некоторым брендам, которые они выбирают независимо от цены, качества и т. п. Кроме того, на рынке сейчас не существует таких позиций, которые были бы представлены в недостаточном объеме. Но, несмотря на такую насыщенность, все равно появляются новые товарные позиции, в том числе от иностранных производителей, и поэтому многие российские компании стараются не отставать и ищут новые решения.

По объемам потребления кондитерских изделий первое место, как трудно догадаться, занимает Москва,

менее крупный рынок в Санкт-Петербурге, а на третьем месте – рынок Екатеринбурга, весьма перспективный с точки зрения экспертов.

Региональные особенности российского рынка кондитерских изделий зависят от очень многих факторов, в том числе наличия сильных местных производителей; географических и климатических условий; традиций потребления; уровня дохода населения региона; высокой лояльности потребителей к местным брендам, препятствующей выходу новых игроков на рынок.



Тенденции и перспективы российского рынка печенья

Говоря о российском рынке кондитерских изделий в целом, специалисты отмечают, что сегодня его объемы возвращаются к уровню 2006 года. Это вызвано тем, что 5%-ный рост в натуральном выражении, который наблюдался в 2007 году, обернулся падением в 2008-м. По оценкам аналитиков, в 2009 году в Москве объем продаж кондитерских изделий по некоторым позициям снизился на 20%; в некоторых регионах этот показатель упал до 50%-ной отметки.

На сегодняшний день структура отечественного рынка кондитерских изделий выглядит следующим образом: около 10% в натуральном выражении приходится на импорт, а 85% принадлежат российским производителям, при этом на рынке действует примерно одинаковое количество крупных игроков и небольших фабрик.

В конце 2008 года многие компании пересмотрели свои ассортиментные портфели, в частности снизили долю продукции премиального сегмента. Как показал опрос, федеральные представители розничного рынка хотят видеть в своем ассортиментном ряду более дешевые продукты. В результате многие дистрибьюторы сделали акцент на более дешевых позициях или сменили рынки сбыта, например ушли из дорогих сетей, а также стали привлекать других поставщиков, предлагающих продукты в привлекательной упаковке по более низкой цене.

Игроки рынка активно отслеживают сезонные колебания спроса на различные кондитерские изделия и корректируют ассортимент согласно этим изменениям. Например, в теплое время года отмечается высокий спрос на мучные кондитерские изделия, карамель, желейные и помадные конфеты. Осень и зима – традиционно «шоколадные» сезоны, когда особенно сильной позицией считаются коробочные наборы, приобретаемые, как правило, к праздникам.

Перспективы развития ассортимента эксперты видят в создании новых экзотических вкусовых сочетаний, а также в диверсификации объемов упаковки в сегментах индивидуального и «семейного» потребления. Также перспективным считается направление развития, при котором происходит создание более сложных продуктов, находя-

щихся на стыке различных категорий. Среди кондитерских изделий с высоким потенциалом такого способа развития эксперты выделили печенье, карамель, шоколадные конфеты и драже.

При этом компании-дистрибьюторы не стремятся к специализации на отдельных товарных категориях и производителях, а поддерживают максимально полную ассортиментную линейку, в которой наряду с основными, «локомотивными» позициями присутствуют и «поддерживающие», заказываемые в небольших объемах. Таким образом, в прайсе отсутствуют пустые ниши.

Сегментация ассортимента на рынке кондитерских изделий выражена довольно ярко: игроки относят товары к дешевому, среднему и премиальному сегментам. По словам экспертов, деление происходит на основании двух критериев: цены и коммуникативных средств марок. Качество самой продукции отходит на второй план. При этом игроки рынка отмечают условность такого деления: стоимость продукции известных брендов всегда будет выше.

К дешевому сегменту относится небрендовая весовая продукция. В связи с кризисом данные позиции вновь обрели популярность и получили возможность развития.

Средний ценовой сегмент представлен на рынке наиболее широко, при этом его отличие от премиального заключается прежде всего в позиционировании и упаковке.

В премиальном сегменте российского кондитерского рынка расположились в основном зарубежные производители, использующие высококачественное сырье. Как правило, эти продукты отличаются оригинальной упаковкой и более высоким уровнем позиционирования. Сегмент изделий класса «премиум» до недавнего времени довольно активно развивался, но финансовый кризис внес свои коррективы – отмечается общая тенденция к снижению темпов его развития.

Сетевые магазины быстро перестроились под более дешевый формат. При этом дистрибьюторы, работающие с дорогим импортным продуктом, из-за такого давления со стороны ритейлеров находятся сейчас в не самом завидном положении. Ситуация для них омрачается также и тем, что европейские производители поднимают цены на те конфеты, которые раньше относились к среднему или низкому ценовому сегменту. В результате некото-

рые оптовики, специализирующиеся на импортной продукции, отказались от ее поставок на российский рынок. Таким образом, сегодня эксперты оценивают долю импортной продукции в общем объеме кондитерских изделий как незначительную – около 10% в натуральном выражении. При этом большую часть составляет продукция крупных украинских производителей.

В то же время растет стоимость продукции российских производителей, использующих импортное сырье, – особенно это касается шоколада.



Главное преимущество отечественных кондитерских изделий перед зарубежными прежде всего в том, что российские компании используют в своем производстве натуральные ингредиенты. Покупая в магазине импортное печенье, потребители не всегда могут быть уверены в полезности этого продукта.

Брендовая и развесная продукция

На рынке развесного печенья брендов как таковых нет, выбор конкретной марки осуществляется в большей степени по цене и приверженности уже знакомому внешнему виду изделий. Из-за того, что в рознице представлено несколько тысяч всевозможных наименований, очевиден тот факт, что на рынке развесного печенья не может доминировать какая-то одна (или даже несколько) марок. Нет, как уже подчеркивалось, и общероссийских лидеров-производителей. Анализируя рынок развесного печенья, можно говорить только об условном рейтинге, поскольку он претерпевает существенные изменения от месяца к месяцу.

В каждом регионе представлены свои производители. В сознании потребителей печенье, продающееся на развес, является очень недорогим продуктом, а доставка развесного печенья в отдаленные от места производства регионы приводит к повышению цены на продукт и существенно ухудшает его конкурентоспособность по

Железнодорожные тарифы сегодня установлены далеко не в пользу производителей. В железнодорожный вагон входит всего 25 тонн печенья. Заводу невыгодно поставлять в отдаленные регионы небольшие партии. Рынок кондитерских изделий один из высококонкурентных, в каждом федеральном округе существуют свои производители. Компания, которая находится, например, в Москве или Санкт-Петербурге, может конкурировать со многими предприятиями восточной части страны по качеству продукции, но имеет слабые возможности конкурировать с местными производителями по ценовым показателям (из-за расходов на доставку).

Рынок упакованного печенья более концентрирован по сравнению с развесным. На долю главных 10 производителей приходится до 70% от общего объема продаж. В категории упакованного печенья наблюдается повышенная конкуренция брендов. В данном сегменте на первый план выходят те факторы, которые не имеют большого значения в конкурентной борьбе на рынке развесной продукции. В частно-

сти, имеется в виду важность торговой марки как таковой: присутствие в значительном объеме рекламы, в том числе и на федеральных телеканалах, говорит о том, что производители уделяют большое внимание этому вопросу.

Одной из ведущих тенденций рынка сахарного печенья в последние годы является изменение структуры ассортимента предложения. Очевидно, что производители стараются увеличить долю фасованного печенья в объеме продаж и уменьшить долю печенья, продаваемого вразвес. По оценкам, продажи упакованного печенья составляют на сегодня порядка 40% от общего объема продаж в целом по России. Также сейчас происходит структурирование ценового предложения. Растет сегмент дорогого печенья, сегмент «здоровых продуктов», обогащенных витаминами, и низкокалорийных изделий. Увеличивается производство сложных видов печенья. Все это сопровождается выводом на рынок запоминающихся брендов и предложением продуктовых концепций. Такие реакции производителей вызваны изменением культуры потребления кондитерских изделий в целом – потребительский спрос постепенно перестраивается в сторону более качественной продукции, эстетично оформленной и функциональной.

Одним из ключевых показателей работы компании в сегменте упакованного печенья является уровень национальной дистрибуции.

Проблемы, связанные с кризисом

По мнению экспертов, кондитерский рынок не так сильно пострадал от кризиса, как другие отрасли. Это связано с тем, что потребление кондитерских изделий всегда было, есть и, вероятнее всего, будет – вне зависимости от состояния экономики. Некоторые респонденты отмечают, что рынок продолжал расти, хотя темпы этого роста в последнее время и замедлились.

В связи с тем что в целом по России кондитерский рынок близок к насыщению, а темпы его роста снижаются, прогнозируется усиление конкуренции, так как объемы рынка ограничены. Сейчас, по мнению экспертов, идет передел рынка между крупными компаниями. Мелким производителям сложно конкурировать с ведущими игроками, и они будут вынуждены уходить в особые ниши и предлагать рынку эксклюзивный и очень качественный ассортимент.

Анализируя потребительские предпочтения, операторы рынка корректируют свою стратегию производства и продвижения того или иного вида печенья. Увеличивается спрос на крекеры «Луковый с кунжутом» и «Пикантный с отрубями» – это диетические продукты, в состав которых не входит сахар. Такой крекер пользуется популярностью у приверженцев здоровой пищи. Снизился спрос на продукцию с ароматизаторами (чеснок, укроп, корица и т.д.).

Жесткая конкуренция между игроками рынка проявляется в завоевании полочного пространства. Такая конкурентная ситуация для производителя неблагоприятна, так как она ведет к укреплению прежде всего позиций ритейла. Более того, некоторые дистрибьюторы считают время кризиса благодатным для реализации тех идей, которые в период роста рынка некогда было осуществить. Дистрибьютору гораздо легче, чем производителю, перестроить ассортимент: упали продажи определенной категории – идет замена на другую, более востребованную.

Другая не менее важная проблема рынка заключается в том, что немногие из производителей или ритейлеров интересуются мнением конечного потребителя, его желаниями, пристрастиями, мотивами выбора, уровнем лояльности к определенным маркам.

Печенье – выгодный продукт

В целом россияне в год съедают около 700 тыс. тонн мучных кондитерских изделий. При этом приоритет здесь отдается сладкому печенью – 60%. Дальше идут пряники – 19%. Чуть отстают вафельные изделия – 18%. Соленое печенье, галеты и крекеры пока занимают небольшую нишу на рынке мучных кондитерских изделий – всего 3%.

Печенье конкурирует с вафлями и пряниками, так как они наиболее приближены по ценовой категории и вкусоароматическим добавкам. Так, любитель вкуса «Топленое молоко» при отсутствии печенья с этим вкусом скорее возьмет вафли, чем печенье со вкусом кокоса.

Преимущества печенья перед вафлями и пряниками:

- больший срок хранения и реализации;
- печенье можно употреблять как отдельно, так и с добавками: варенье, джем, сгущенка.

Главную же конкуренцию сладкому печенью составляют пряники и конфеты. Преимуществом печенья перед конфетами является в первую очередь то, что в его состав нет необходимости включать большое количество добавок, тогда как производители конфет часто удешевляют свое производство за счет использования заменителей масла, какао и других ингредиентов. Немаловажными факторами являются цена и срок годности кондитерских изделий, и они также складываются в пользу печенья: оно дешевле по сравнению с конфетами, а срок годности у него больше.

Еще одним конкурентным преимуществом печенья является его видовое многообразие. По составу теста специалисты разделяют печенье на три основных вида: сдобное, сахарное и затяжное. Сдобное является самым калорийным, поскольку содержит относительно много жира и сахара. Это печенье типа курабье. В сахарном печенье жира и сахара меньше, и по калорийности оно уступает сдобному. Многие отдают предпочтение этому виду печенья за его способность сохранять форму и не крошиться. Оно выпускается с разными вкусовыми наполнителями. Затяжное печенье (в основном импортное) – сухое, слоистое. Оно содержит меньше сахара и жиров, чем сдобное и сахарное. Как правило, это гладкое печенье с равномерными дырочками, типа галеты. По вкусовым добавкам выделяют печенье с кремовыми, фруктовыми, шоколадными, ореховыми и иными начинками и на-



полнителями, с разными видами обсыпок (из семян льна, пшена, мака, кунжута и т. д.), глазированное печенье. В последние годы в продаже появилось также несколько новых сортов печенья, в тесто которых добавлены полезные для здоровья вещества: отруби, злаки, витамины, каротин. Доля сложного печенья в продажах упакованной продукции в среднем, по разным оценкам, составляет более 25%. Это во многом объясняется высокой ценой: сложное печенье намного дороже продукции других видов.

То, что печенье с начинкой пока не завоевало достойного места среди остальных сортов, связано отчасти с тем, что оборудование, позволяющее его изготавливать, появилось относительно недавно, оно достаточно дорогое и пока не очень распространено в отрасли. Что касается динамики развития разных сегментов рынка печенья, то следует отметить, что спрос на сложное печенье растет. «Снижается спрос на печенье, которое кажется потребителям "простым", и увеличивает спрос на "сложное" печенье – с прослойками, добавками, посыпками. Печенье становится больше похожим на пирожное, но по более доступной цене и с большими сроками хранения, в связи с чем возрастает спрос на соответствующие оборудование», – говорит Светлана Николаевна Карпенко, на-

чальник отдела продаж технологического оборудования компании «Лига Торговли».

Производители ищут новые ниши для рынка печенья. По данным компании «Прорыв», актуальной считается ниша так называемого офисного печенья. Сотрудники фирм в офисе пьют чай или кофе по несколько раз в день. Культура делового гостеприимства во многих российских компаниях уже сформировалась, в других – динамично формируется. Нередко деловому партнеру или просто посетителю предлагают «чашечку чая/кофе» и что-то к ним. В таком случае на товар накладываются определенные требования. Печенье должно поддерживать имидж фирмы, быть удобным для потребления «в галстук», быть не большого размера –

«на один укус». Сейчас эта рыночная ниша заполняется исключительно импортным печеньем – только оно соответствует упомянутым критериям. По мнению маркетологов компании «Прорыв», на рынке практически свободна ниша товаров для покупателей рационалистов – упакованного печенья в большой фасовке (250-300 г) по демократичной цене, своеобразного столового печенья для всей семьи, рассчитанного на ежедневное массовое потребление (столько, сколько хочется).

Прогнозы развития рынка

Эксперты прогнозируют улучшение качества печенья и других мучных кондитерских изделий отечественного производства. Способствовать этому, кроме всего прочего, будет дальнейшее привлечение инвестиций в мучную отрасль. С учетом высоких затрат на современное оборудование, разработку бренда, рекламу сфера производства и поставок печенья может быть интересна для финансовых вложений только в том случае, если предприниматель готов дать рынку новый товар, не имеющий аналогов в недорогом сегменте или являющийся качественным аналогом печенья в дорогом сегменте.

Потребительский спрос на кондитерские изделия был и всегда будет держаться на высоком уровне. Если грамотно развивать производство, следить за последними тенденциями и вкусо-

выми предпочтениями покупателей, вести последовательную маркетинговую политику, эта сфера финансового вложения вполне оправдывает себя.

Печенье на заказ – бизнес-идея

Как известно, всевозможных кафе-териев и кафе огромное количество, но пользуются в основном популярностью те, в которых кроме свежего горячего напитка можно приобрести хрустящий круассан, душистую ватрушку или только что выпеченную булочку. Кроме того, важным является то, что покупатель мог бы выбирать не из двух-трех вариантов, а из гораздо большего количества.

Но есть большая вероятность того, что многое из выпечки будет оставаться к концу рабочего дня, а реализация данной продукции в большинстве случаев невозможна на следующий день, так как изделие утратит свою свежесть и привлекательность.

Вариант решения этой проблемы был испробован в канадском магазинчике свежей выпечки Sweet Flour Bake Shop. Идея заключается в том, чтобы предоставить клиенту возможность самостоятельно формировать то, что он будет позже употреблять. Получается, что повар делает печенье на заказ.

Покупателю предоставляется выбор одного из трех возможных вариантов теста: «оригинальное», овсяное или с добавлением арахисового масла. После того как тесто будет выбрано, любитель полакомится, переходит к следующему этапу – выбору начинки-наполнителя для его кулинарного шедевра. Видов начинки можно предоставить около двадцати, причем при желании их можно смешивать. Представьте, какое рождается из этого всего множество вариантов! После того как все ингредиенты покупатель выбрал, можно приступить к изготовлению заказа. Выпекается такое печенье достаточно быстро, поэтому через некоторое время посетители уже смогут наслаждаться своим же «изобретением». Такое печенье обязательно свежее и ароматное, а потому есть его еще приятней.

Таким образом, сразу снимается проблема с нереализованными изделиями: все строго в необходимом количестве, под заказ. Особенно легко воплотить данную идею в секторе HoReCa. Новая услуга обязательно привлечет большое количество новых клиентов.





Елена Волкова,
маркетолог ЗАО «Кондитерское
объединение "Любимый Край"»

– Как можно охарактеризовать в целом структуру российского рынка печенья на сегодняшний день?

– Структура российского рынка печенья остается неоднородной. Основная его часть (около 45%) приходится на сахарное и овсяное печенье. Остальное делят между собой другие виды печенья.

Под влиянием экономического кризиса доли сахарного и овсяного печенья слегка увеличились. С 2007 года наблюдается тенденция умеренного сокращения доли сдобного печенья и значительного увеличения потребления сложной продукции.

– Каким образом привлекать потребителей к своей продукции в условиях жесткой конкуренции?

– Прежде всего, стабильным качеством предлагаемой продукции, которое подтверждается благодарными отзывами покупателей и победами в различных конкурсах-экспертизах. Например, в 2009 году все наши продукты, представленные на федеральный конкурс «100 лучших товаров России», получили звание лауреатов.

Мы постоянно исследуем рынок на ожидания потребителя и не боимся привносить что-то новое даже в самое консервативное старое. Ведь наша миссия – соединять традиции и инновации!

Мы постоянно исследуем рынок на ожидания потребителя и не боимся привносить что-то новое даже в самое консервативное старое. Ведь наша миссия – соединять традиции и инновации

– По каким критериям, на Ваш взгляд, потребители выбирают сегодня печенье? Кого среди покупателей больше: консерваторов или новаторов?

– Консерваторы, конечно же, составляют большую часть потребителей печенья, но за последний год количество новаторов резко увеличилось, почти в 2 раза. Не секрет, что имиджевые характеристики марки в очень сильной степени влияют на восприятие вкусовых качеств продукта. Поэтому внешнему виду упаковки нашей продукции мы уделяем также много внимания, как и качеству продукта и его вкусовым характеристикам.

Сегодня любой потребитель может найти свое любимое печенье в ассортименте предложений торговых марок «Любимого Края».

– Какой ценовой сегмент печенья сегодня пользуется наибольшим спросом у покупателя?

– Несмотря на экономический кризис, лишь небольшая часть потребителей перешла на более дешевые виды печенья. Печенье является одним из самых доступных видов

кондитерских изделий. Российский потребитель не любит экономить на таких удовольствиях. Ему легче отказаться от каких-нибудь крупных покупок (недвижимость, автомобиль, бытовая техника, мебель), а «освободившиеся» средства потратить на доступные удовольствия, к которым относится печенье.

– С какими проблемами сегодня сталкиваются производители печенья?

– Основные проблемы производителей – это постоянный рост цен на сырье и необходимость крупных инвестиций в модернизацию производства.

Безусловно, ситуация с ростом сырьевых цен сказывается и на работе нашей компании. Чтобы возместить убытки, связанные с ростом стоимости сырья, мы, как и другие производители, вынуждены увеличивать цену на свой товар.

Рынок печенья постоянно развивается, появляются новые технические возможности, позволяющие расширять ассортимент продукции, увеличивать мощности предприятия и т.д. Все это требует значительных капиталовложений, но при грамотном менеджменте приводит к положительным финансовым результатам.

– По какому принципу Вы выбираете поставщиков ингредиентов для своей продукции?

– Принципов несколько: это одобрение поставщика (аудит), качество и технологичность сырья, ценовая политика и надежность. Но основной критерий – наши внутренние требования к сырию.

– Расскажите об особенностях Вашей продукции. Чем она отличается от изделий конкурентов?

– Залогом успеха «Любимого Края» вот уже 10 лет является постоянное развитие. Коллектив компании хорошо усвоил этот рецепт и не стесняется соединять традиции и новации.

Как результат, все наши новинки – это оригинальный продукт, который идет на «ура» у потребителя. Акцент на продвижении и качестве имеет свой результат, поэтому потребитель все чаще и чаще предпочитает наши марки конкурентам.

– Как, по Вашим прогнозам, будет развиваться рынок печенья в ближайшее время? Собираетесь ли Вы каким-либо образом менять или расширять свой ассортимент, следуя тенденциям рынка?

– За последние годы на рынке печенья можно наблюдать следующие тенденции:

- проявляется тенденция некоторого сокращения доли сдобного печенья в структуре рынка;
- доля сахарного печенья слегка увеличилась;
- доли сегментов сухого и печенья с начинками остаются относительно стабильными;
- увеличение доли сложного печенья;
- несмотря на некоторое сокращение своей доли в натуральном выражении, стоимость сегмента овсяного печенья в структуре рынка увеличилась. Это указывает на перспективность данного сегмента рынка. Рост цен на этот продукт опережает тенденцию сокращения сегмента в натуральном объеме.

Следуя тенденциям рынка, мы планируем в наступающем году выпустить несколько новинок в духе «Любимого Края»: сделать традиционный продукт инновационным, который превратит будни потребителя в праздник! **КС**



выставка «Современное Хлебопечение»

16-я международная специализированная выставка
для хлебопекарного и кондитерского рынка

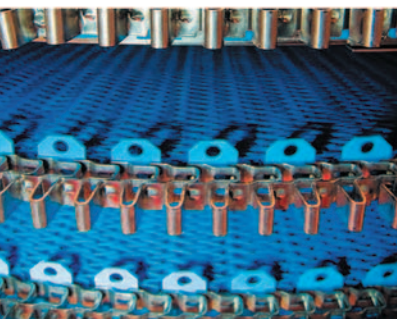
ХЛЕБОПЕЧЕНИЕ
И КОНДИТЕРСКОЕ ДЕЛО

- > Ведущая выставка в России
- > Номер 1 для новых деловых контактов
- > Необходимость для Вашего успеха

www.modernbakery-moscow.com

>> 12 – 15 октября 2010

MODERN BAKERY MOSCOW



Информационные партнёры:

f2m

ХЛЕБОПЕЧЕНИЕ
РОССИИ

Кондитерское
производство



ПИЩЕВАЯ
ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

ПРОДУКТЫ

ХЛЕБОПЕК

ПЕЧЕННЫЕ
ИНГРЕДИЕНТЫ

РЕСТОРАТОР

хлебопеченье/
кондитерская сфера

хлебопродукты

khlebo-producty

Журнал
«Хлебопеченье и кондитерское
производство»

restorus.com

Выставка организована при содействии:

- Министерства сельского хозяйства РФ
- Ассоциация отраслевых союзов АПК АССАГРО
- Российского союза пекарей
- Российского союза мукомольных и крупяных предприятий
- Гос НИИ Хлебопекарной промышленности РФ
- Международной Промышленной Академии
- Института питания РАМН РФ
- ГуНИИ Кондитерской промышленности РАСХН РФ

ЭКСПОЦЕНТР



ООО «ОВК-РУС»

тел.: (+7) 495 967 04 61

факс: (+7) 495 967 04 62

mb@owc-rus.ru

www.modernbakery-moscow.ru

Информация о рынке:

owp bakery.com

Международный бизнес-портал для хлебопекарной отрасли

Интернет поддержка:

oborud.info
ПОРТАЛ ОБОРУДОВАНИЯ

Источник: www.conditer.ru

Cadbury отстаивает свои позиции на рынке

В декабре производитель молочного шоколада Cadbury отклонил предложение одного из лидеров среди производителей продуктов питания Kraft Foods о покупке компании за 16,9 млрд долл.

По мнению совета директоров британского кондитера, даже улучшенное предложение американской компании является «совершенно неадекватным» и значительно недооценивает реальную стоимость компании.

«Kraft пытается купить Cadbury по дешевке для того, чтобы обеспечить необходимый рост своей непривлекательной медленно развивающейся бизнес-модели», – заявил **председатель совета директоров британской компании Роджер Карр** (Roger Carr).

Согласно информации, полученной от сотрудников Cadbury, в покупке компании заинтересована третья сторона, предлагающая более выгодные условия сделки.

Как ранее сообщалось, производитель шоколада Hershey Co начал пе-

реговоры с Nestle SA о возможном сотрудничестве в сделке по приобретению компании Cadbury. Также возможность покупки компании Cadbury рассматривает итальянский производитель кондитерских изделий – компания Ferrero International.

Напомним, что в ноябре британский кондитер уже отклонял предложение Kraft, аргументируя это тем, что оно занижает оценочную стоимость акций Cadbury на 4%.

На сегодняшний день известно, что представители компании Kraft Foods намерены улучшить предложение по покупке британского производителя шоколада Cadbury. Для увеличения суммы сделки в Kraft планируют продать Nestle отделение по производству пиццы в США.

* СПРАВКА:

Cadbury – крупнейший производитель кондитерских изделий в мире. Девиз компании – «Создание брендов, которые любят люди». Cadbury принадлежит 10,3% рынка. Nestle занимает второе место с 7,6%, Kraft занимает 4,5% рынка кондитерских изделий.

В то же время британская Cadbury Plc предпринимает новые решительные шаги, чтобы избежать захвата со стороны Kraft Foods Inc. В ответ на предложение Kraft Cadbury повысила прогнозы рентабельности на следующие четыре года, заявив, что они обеспечат компании «существенную дополнительную стоимость». Теперь руководство компании утверждает, что предложение Kraft сейчас является еще менее привлекательным, чем в декабре: «Результаты деятельности компании по итогам 2009 года превзошли даже наши собственные улучшенные прогнозы, теперь у компании имеются отличные перспективы в новом году», – заметил Роджер Карр.

Cadbury зафиксировала рост продаж по итогам 2009 года на 5%, при этом рентабельность операционной прибыли выросла до 13,5%.

В декабре **главный исполнительный директор Cadbury Тодд Ститцер** заявлял, что органический рост выручки компании будет составлять 5-7% в год (ранее прогнозировалось 4-6% в год), а рентабельность повысится до 16-18% к 2013 году. Кроме того, компания намерена с этого года удвоить дивиденды. **КС**



EUROPAIN



INTERSUC

SUCRE ET CHOCOLAT



6 - 10 МАРТА
2010 года
Paris Nord Villepinte
Франция, Париж

Международный салон

Хлебопечения, Мороженого
Шоколадного и Кондитерского производства

Ваш бесплатный бэдж на сайте :
www.europain.com

Введите Ваш код : **SFERA**

За дополнительной информацией обращайтесь :
ПРОМОСАЛОН РОССИЯ : Телефон : +7 495 787 42 19
Факс : +7 495 787 42 19 - E-mail : russia@promosalons.com

Беседовала:



Елена Максимова

Гость:



Андрей Ананьин,

исполнительный директор ОАО «ПАВА»

Движение по вертикали



Сегодня производителям кондитерских и хлебобулочных изделий приходится работать со множеством поставщиков. Однако ни для кого не секрет, что периодически могут случаться перебои с доставкой сырья, внезапное повышение цен на поставляемую продукцию и другие обстоятельства, которые могут затруднить работу производителей.

Предотвратить возможные форс-мажорные обстоятельства можно лишь одним способом – полагаться только на себя. Именно поэтому сегодня некоторые крупные хлебопекарные и кондитерские предприятия работают по принципу вертикально интегрированных холдингов. Наиболее известные из них в России – компании «Аладушкин групп» и «САХО».

О принципах и особенностях работы вертикально интегрированных холдингов рассказывает **исполнительный директор ОАО «ПАВА» Андрей Ананьин:**

– Расскажите о структуре Вашего холдинга. Какие производства входят в его состав?

– В структуру компании «ПАВА» входит три мелькомбината, два из них в Алтайском крае – Ребрихинский и Михайловский, и Ачинский мелькомбинат, расположенный в Красноярском крае. Помимо этого в структуру «ПАВЫ» входит компания «ГлобалАгро», она объединяет в себе два новых направления нашей работы: дочернее подразделение, занимающееся сельскохозяйственным производством, «Русский аграрный дивизион» и компанию целевого назначения по переработке «Грэинвест».

– Насколько выгодно на сегодняшний день работать по принципу вертикально интегрированного холдинга? Каковы плюсы данного устройства компании?

– Наша компания только приступила к созданию вертикально интегрированного холдинга. Его структура еще не завершена окончательно. Завершится она после реализации проекта по строительству завода глубокой комплексной переработки зерна пшеницы, который будет производить такие продукты, как крахмалы, сухая пшеничная клейковина, сиропы, спирты и другие импортозамещающие продукты питания.

На сегодняшний день в адекватном режиме функционируют предприятия, занимающиеся сельхозпроизводством. Перед ним стоит задача по росту урожайности и вовлечению в севооборот новых земель.

Создание вертикально интегрированного холдинга позволит компании получать дополнительный доход, вывести рентабельность бизнеса на новый уровень и контролировать качество продукции на всех этапах: от производства сырья до готовой продукции.

– Выпускаете ли Вы продукцию «private label» для торговых сетей?

– У нас есть опыт производства продукции «private label». Мы производили муку для торговых сетей Алтайского края. В настоящее время сотрудничаем с одной из крупнейших торговых сетей Сибирского федерального округа. Мощности наших предприятий позволяют рассматривать предложения о подобном роде сотрудничества. Техническое оборудование мелькомбинатов обеспечивает

наличие фасованной муки и крупы под торговыми марками компании и способно выполнять заказы «private label» без ущерба для партнеров, работающих с нашими торговыми марками.

– Выгодно ли производителям сотрудничать с сетями в этом направлении?

– Направление «private label» позволяет эффективно использовать мощности предприятий. Плюс подобная работа формирует лояльное отношение партнеров к производителю.

– На каких этапах производства Вы осуществляете контроль качества своей продукции?

– Контроль качества продукции осуществляется на всех этапах производства – начиная от подготовки зерна для составления помольных партий. Мы осуществляем также контроль органолептических показателей. Наши лаборанты проходили специальное обучение на хлебозаводах по контролю хлебопекарных качеств муки, а также в рабочем порядке ежегодно проходят аттестацию, подтверждая свою квалификацию.

– Что влияет на качество муки?

Гарантией качества муки, кроме хорошего зерна и высококвалифицированных кадров, выступает еще и современное оборудование мелькомбинатов. Помимо ежегодных планов по модернизации, которые позволяют увеличивать объемы производства и сокращать затраты на тонну переработанного сырья, в компании постоянно ведется работа по поддержанию оборудования на производстве в должном состоянии. Ведь успех на рынке в том числе зависит и от того, насколько технически разумно налажено производство.

– Расскажите о Вашем ассортименте. Как часто Вы его обновляете?

– Что касается ассортимента предлагаемой продукции, то он довольно широк. Это, конечно, традиционные со-

Прошедший год был непростым для большинства предприятий агропромышленной сферы. Из-за колебаний в валютах, завышенных тарифов на экспорт зерна и продукцию зернопереработки оказались закрыты зарубежные рынки.

рта муки и крупы. Сейчас мы работаем с тремя торговыми марками: «Алтай-Батюшка», «ПАВА» и «Хлеб Алтая». Это весовая продукция и мелкофасованная по 0,85, 1, 2, 3, 5 и 10 кг. Рынок, на котором мы работаем, высококонкурентный, поэтому мы стремимся постоянно расширять ассортимент продукции. В течение 2009 года запустили в производство обойную пшеничную муку, овсяную муку, макаронную крупку, также разработали собственный стандарт организации на пшеничную муку, поступив-

шую в реализацию под торговой маркой «Житница». Мука «Житница» стала ответом современным тенденциям рынка. Дело в том, что потребители все чаще стали задумываться о своем здоровье, отдавая предпочтение полезным продуктам. «Житница» – уникальный сорт муки, ее уникальность заключается в богатейшем составе витаминно-минерального комплекса. Причем он попадает в муку непосредственно из зерна пшеницы. Я хочу подчеркнуть, что при ее производстве не используется каких-либо искусственных добавок. Благодаря современным технологиям в ней сохраняются живые клетки зерна. Поэтому трудно переоценить ее пользу для организма человека.

– В каких ценовых сегментах Вы работаете?

– Мы работаем в среднем ценовом сегменте. Это касается всех наших торговых марок. Однако если мы возьмем мелкофасованную муку под ТМ «Алтай-Батюшка», то, отпуская ее с мелькомбинатов как продукт среднего ценового сегмента, мы стремимся достигать договоренностей с партнерами, чтобы она в том же сегменте была представлена и в магазинах региона. Противоположная ситуация складывается с ТМ «ПАВА», мы ее реализуем с мелькомбинатов как продукцию среднего ценового сегмента, однако даем нашим партнерам возможность позиционировать ее как продукт премиум-класса. Строгая упаковка муки «ПАВА», выполненная с использованием белого, красного и золотого цветов, и лаконичный дизайн позволяют это делать. Таким образом, наши партнеры имеют возможность увеличивать рентабельность бизнеса.

– География продаж Вашей компании достаточно широка. В каких регионах Ваша продукция пользуется особым спросом?

– В настоящее время наша продукция представлена в магазинах более 60 регионов России. Очень популярна мука «Алтай-Батюшка» в Самарской, Саратовской и Тверской областях, Республике Татарстан и многих других регионах центральной части России; хорошо знают нашу муку и на востоке страны.

– Отличаются ли потребительские предпочтения столичных и региональных покупателей?

– Если говорить о потребительских предпочтениях, то они зависят от культуры региона, здесь не совсем уместно говорить о предпочтениях, подразделяя их на столичные и региональные.

ПРЯМАЯ РЕЧЬ

Андрей Ананьин:

«Наша компания стремится придерживаться концепции социально-ответственного бизнеса. Мы поддерживаем общественные и детские организации. Оказываем помощь воспитанникам школ-интернатов, больницам и центрам детского творчества».



Контроль качества продукции осуществляется на всех этапах производства, начиная от подготовки зерна для составления помольных партий



В Республике Бурятия, например, принято много печь дома, поэтому большой запрос формируется на муку в упаковках по 5 и 10 кг. Если же возьмем Московскую область или Москву, Самарскую область или Алтайский край, то здесь хорошим спросом пользуется мука в упаковке по 2-3 кг. У жителей городов этих регионов не так широко распространена культура выпекания хлебобулочных изделий в домашних условиях. Хотя спрос на все виды фасовки существует абсолютно во всех регионах.

– Участвуете ли Вы в каких-либо социальных программах? Насколько, по вашему, важно такое участие для крупных компаний?

– Наша компания стремится придерживаться концепции социально-ответственного бизнеса. Мы поддерживаем общественные и детские организации Алтайского края. Оказываем поддержку воспитанникам школ-интернатов, больницам и центрам детского творчества.

– Как прошел для Вас 2009 год?

– Прошедший год был непростым для большинства предприятий агропромышленной сферы. Из-за колебаний в валютах, завышенных тарифов на экспорт зерна и продукцию зернопереработки оказались закрытыми зарубежные рынки. Произошло снижение платежеспособности наших партнеров на внутреннем рынке. Поэтому нами был разработан стратегический план действий, реализация которого позволила сохранить долю присутствия на рынке и продолжить реализовывать инвестиционные программы.

– Какие меры Вы приняли, чтобы сохранить свой товарооборот?

– Нами было уделено внимание развитию прямых поставок конечным потребителям продукции, усилена работа региональных представителей и филиалов, продолжено развитие системы продаж на внешние рынки.

– Каковы Ваши прогнозы на будущий год?

– В настоящее время мы проводим исследования рынка, которые позволят нам принять решение о дальнейшем расширении ассортимента в 2010 году, точнее подскажут, с чего лучше начать.

Что касается возможных ситуаций на рынке, то изменения в потребительском спросе мы наблюдаем уже несколько лет, и вряд ли что-то кардинально поменяется в следующем году. Например, популярными становятся полуфабрикаты и продукты, выпускаемые в линейках «здоровое питание», происходит снижение объемов потребления хлебобулочных изделий.

Сегодня компания находится на стадии реализации двух крупных инвестиционных проектов – сельскохозяйственный проект и проект по глубокой комплексной переработке зерна пшеницы. Несмотря ни на что интерес инвесторов в сельскохозяйственной сфере сохраняется. Я убежден, сельское хозяйство было и остается защищенным сектором экономики, который всегда будет вызывать интерес инвесторов. Стратегические цели компании совпадают с тенденциями отрасли в целом, поэтому поддерживаем первоначальные темпы реализации инвестиционных программ. **КС**

Несмотря ни на что интерес инвесторов в сельскохозяйственной сфере сохраняется. Сельское хозяйство было и остается защищенным сектором экономики, который всегда будет вызывать интерес инвесторов.

МЕСТО И ВРЕМЯ ДЛЯ НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

www.prod-expo.ru



При содействии:
Министерства сельского хозяйства,
Правительства Москвы



ПРОД ЭКСПО

17-я международная
выставка продуктов питания,
напитков и сырья
для их производства

8-12
февраля **2010**



Организатор:

ЭКСПОЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

123100, Россия, Москва, Краснопресненская наб., 14

Тел.: (499) 605-65-54, 795-37-35, 795-39-87

Факс: (499) 605-60-55

E-mail: prodexpo@expocentr.ru

www.expocentre-moscow.ru



Событие: **Выставка
EUROPAIN-2010**

Официальный представитель
в России и СНГ:

Promosalos-Russie
Москва, 129090, пр. Мира, 6
Тел.: +7 (495) 787-4219
e-mail: russia@promosalons.com

EUROPAIN-2010: *открытие новых возможностей*

С 6 по 10 марта 2010 года в парижском выставочном комплексе Paris-Nord Villepinte пройдет крупнейшая международная выставка для специалистов кондитерской и хлебопекарной отраслей EUROPAIN-2010.

EUROPAIN & INTERSUC – это единственная профессиональная французская выставка, предназначенная и для малых предприятий, и для крупных промышленников. Выставка предлагает конкретные решения по всем ремеслам, связанным с мукой, шоколадом и сахаром: ремесленное и промышленное хлебопечение, кондитерское производство, производство мороженого, шоколада, бисквитов, домашняя выпечка в магазинах.

Выставка EUROPAIN & INTERSUC проходит во Франции раз в два года. В 2008 году событие посетили 642 участника и 86 367 посетителей со всего мира, а в 2010 году, по прогнозам, выставка приобретет еще большие масштабы.

Участники и посетители EUROPAIN & INTERSUC имеют прекрасную возможность расширить круг своей деятельности, выйти на международный уровень, продемонстрировать свои навыки и познакомиться с инновациями в области технологий и оборудования.

Участников выставки можно разделить на несколько больших групп.

- Мельники, фундаментальное звено хлебопекарного и кондитерского производств. Они являются первой ступенью производства и охватывают все сектора переработки муки. В выставке примут участие как крупные производственные группы и холдинги по переработке муки, так и малые предприятия.

- Производители хлебопекарного и кондитерского оборудования. По прогнозам, они могут занимать до 1200 кв. м площади выставочных павильонов. Производители оборудования представят свои производственные возможности и инновации. В выставке принимают участие компании, которые находятся на пике прогресса, опережают ожидания клиентов, как французских, так и иностранных. Конструкторы оборудования всегда готовы предложить разработки, позволяющие производить оригинальную про-

дукцию, с учетом критериев производительности и защиты окружающей среды.

- Значительное количество стендов занимают шоколадье и кондитеры, которые соревнуются между собой в искусности применения технических разработок, позволяющих им воплотить самые смелые и креативные решения в области кондитерского искусства.

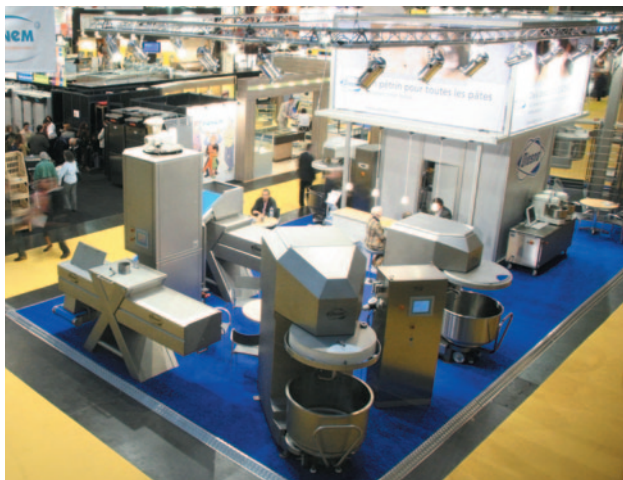
Салон EUROPAIN & INTERSUC также предлагает огромное количество анимационных мероприятий международного уровня.

Каждый сектор представляет по меньшей мере одно собственное мероприятие, которое позволяет профессионалам каждой корпорации открыть для себя инновации, новые технологии, тенденции.

В рамках выставки пройдут два профессиональных конкурса – Мастера-хлебопеки и Международный конкурс сахарного искусства.

Конкурс «Мастера-хлебопеки» объединяет профессионалов, любящих свое дело и желающих преподнести его на самом высоком уровне. В нем будут представлять свои работы 8 кандидатов, среди которых будут выбраны 3 международных профессионала хлебопечения. Заявленные испытания требуют не только безупречной профессиональной практики, но и проявления воображения.





Во главе жюри конкурса будет стоять Питер Бекер, президент Международного союза хлебопечения.

Международный конкурс сахарного искусства уже приобрел планетарное значение среди всех кондитерских конкурсов. В течение трех дней несколько команд из двух человек со всего мира будут бороться за право называться лучшими мастерами своего дела.

Салон EUROPAIN позволяет установить новые и поддерживать уже существующие деловые контакты. А в связи с близостью очаровательного Парижа это событие приобретает еще и культурную значимость.

В рамках выставки также пройдет Кубок школ Франции. Он предназначен для учащихся в возрасте от 22 лет и доступен для всех учреждений начального образования в кондитерском и хлебопекарном ремеслах. В Кубке участвуют несколько команд из трех человек. Каждая команда представляет свою школу и сопровождается учителем-кондитером и учителем-пекарем.

Цели Кубка школ Франции – помочь молодежи утвердиться в правильности выбора профессии, повысить интерес профессионалов к образованию, предлагаемому Центрами первоначального образования и кондитерскими и хлебопекарными школами. Жюри конкурса будет состоять из специалистов по хлебопечению и кондитерскому ремеслу.

Кроме того, на выставке будет представлена Улица школ. Она соберет 25 учреждений начального образования и школ повышения квалификации, которые продемонстрируют свои навыки. Улица школ предоставляет доступ ко всему, что может способствовать повышению квалификации не только в кондитерском и хлебопекарном мастерстве по гастрономическим профессиям, но и в технике продаж, менеджменте – во всем, что может способствовать прогрессу компании. Поэтому посещение Улицы школ, несомненно, окажется полезным для специалистов всех уровней – от пекарей и кондитеров до руководителей. **КС**

МНЕНИЯ ГОСТЕЙ И УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ ПРОШЛЫХ ЛЕТ

Рой Чанг,
консультант хлебопечения, США,
Ассоциация пшеницы, расположенная в Сингапуре:

– Этот салон объединяет многочисленные аспекты профессии и делает акцент на малые и средние предприятия хлебопечения. А другой акцент делается на ремесленное хлебопечение. Более того, это событие – возможность познакомиться с наиболее известными пекарнями и кондитерскими Парижа! Europain – это возможность для профессионалов отрасли воспользоваться различными идеями. Конференции и семинары, предложенные в рамках салона, позволяют рассмотреть возможное будущее хлебопекарной промышленности.

Станислав Будка,
президент Польской федерации пекарей:

– EUROPAIN – необыкновенный, профессионально организованный салон. Все мероприятия в рамках выставки проходят на высшем уровне. Для пекарей особенно важен Кубок Луи Лесаффра, это всегда очень значимое событие. Самый главный козырь салона EUROPAIN, это его месторасположение – и с урбанистической, и с туристической точек зрения.

Польские пекари приезжают на выставку с целью познакомиться с технологическими новинками. Салон проводит конкурсы самого высокого уровня и демонстрации хлебопекарного кондитерского искусства. Технологии выпечки хлеба и умения французских пекарей – пример для хлебопеков всего мира. Мы пользуемся их опытом и порой заимствуем их оригинальные решения.

Рынок биопродукции продолжает развиваться

Несмотря на кризисные явления в экономике стран ЕС, рынок биопродукции развивается. Об этом свидетельствуют последние данные Министерства сельского хозяйства и продовольствия ФРГ о числе сертифицированных биопродуктов и компаний-производителей, получивших в сентябре 2009 года национальную био печать.

Основные группы готовой биопродукции на рынке стран ЕС связаны с переработкой зерновых культур. Так, на долю хлебопекарной и биовыпечки, биомуки, каш, изделий из теста приходится 19,4% всех сертифицированных биопродуктов.

При этом ощущается определенный дефицит зерновых, качество которых отвечает требованиям и директивам ЕС в этой области сельского хозяйства. Поскольку внутренних ресурсов биозерновых у стран ЕС недостаточно, возможно расширение импорта из прочих европейских стран, в том числе из России и Украины.



Возможности выхода новых поставщиков на емкие и динамичные европейские рынки биопродукции во многом зависят от согласия производителей выполнять действующие в ЕС условия прохождения биосертификации. С этими требованиями уже успешно справились многие поставщики с/х сырья из стран Балтии и Восточной Европы. Большой интерес к ввозу биосырья в страны ЕС проявляют сельскохозяйственные производители Украины, Грузии, Армении, Молдовы.

Развитие рынка натуральных продуктов имеет большие перспективы и в России, если учесть экспортный потенциал, прежде всего по зерновым культурам, лекарственным травам и другим сельскохозяйственным продуктам.

www.meatmarket.info

Итоги работы сахарной отрасли в 2009 году

По предварительным данным Союза сахаропроизводителей России, производство сахара в стране за календарный год составило 5050 тыс. тонн. В том числе из сахарной свеклы 3280 тыс. тонн; из импортного сахара-сырца – 1766 тыс. тонн. Доля свекловичного сахара в общем объеме его производства составила 65% (59% в 2008 году).

В соответствии с утвержденной Правительством РФ Государственной программой развития АПК на 2008-2012 годы, доля сахара, произведенного из сахарной свеклы в 2009 году в общем объеме производства сахарного песка должна составить 63%.



Было заготовлено около 22 млн тонн сахарной свеклы (в 2008 году – 25,5 млн тонн). За календарный год переработано 21,8 млн тонн (в 2008 году – 24,4 млн тонн). Переходящий остаток свеклы на 2010 год составляет около 140 тыс. тонн. В настоящее время продолжают работать два сахарных завода – Ромодановский (Республика Мордовия) и Черемновский (Алтайский край). Союзрассохар прогнозирует на 2010 год производство сахара на уровне 5600-5800 тыс. тонн. В том числе до 3700 тыс. тонн из сахарной свеклы и до 2100 тыс. тонн из импортного сахара-сырца.

АгроФакт

Долинский хлебокомбинат вновь открыл кондитерский цех

В конце ноября на Долинском хлебокомбинате (Сахалинская область) прошла презентация нового оборудования. Недавно полученную технику финского производства осмотрели представители областного комитета по промышленности и торговле.

Как рассказал генеральный директор хлебокомбината Сергей Ежелев, на предприятии проведена большая реконструкция, новая техника позволяет обходиться практически без ручного труда, а ассортимент

хлебобулочных изделий расширился до 50 наименований. Уже запущены в производство линия по нарезке и упаковке хлеба и батонов, которая может обработать около 2 тонн изделий в час, современная полностью автоматизированная печь для выпекания хлебобулочных и кондитерских изделий. Готовится к запуску линия по хранению и транспортировке муки.

Помимо этого на предприятии вновь открылся кондитерский цех, который не работал с 2002 года. Там также установлено новое оборудование, позволяющее производить около 45 наименований кондитерских изделий: торты, печенье, пирожные, слоики.

Затраты на реконструкцию Долинского хлебокомбината составили более 20 млн руб. Часть этих средств выделило само предприятие, также были использованы банковские кредиты. Помогла и областная администрация: в 2009 году предприятию были компенсированы процентные ставки по кредитам в размере около 700 тыс. руб.

Информкондитер

В Украине количество хлебозаводов в 2010 году может сократиться вдвое

В 2010 году количество хлебозаводов в Украине может сократиться вдвое.

Такое мнение высказал председатель ЦК Всеукраинского профсоюза работников пищевой, перерабатывающей промышленности и смежных отраслей Анатолий Тельных. Согласно официальным статистическим данным за I-е полугодие 2009 года, которые приводит профсоюз, рентабельность операционной деятельности производства хлеба и хлебобулочных изделий в отрасли составила 0,54%, часть



убыточных предприятий составила почти 43%, текучесть кадров – 30%. «Отрасль уже находится на грани выживания, условия работы нечеловеческие, а зарплаты низкие. Так, средняя зарплата работника хлебного завода составляет 1400 грн. И пока отрасль регулируется правительством в ручном режиме, ситуация не изменится. Сегодня собственнику выгоднее закрыть производство, чем заниматься бизнесом, где рентабельность не превышает 1-0,54%», – считает А. Тельных.

www.conditer.ru



Комплексный подход

Традиционно в немецком городе Кельне пройдут одновременно две выставки – ISM 2010 и ProSweets 2010. Состоятся они с 31 января по 3 февраля 2010 года.

ISM 2010 – это международная выставка конфет и печенья (ISM), которой в 2010 году исполнится 40 лет. Поэтому событие пройдет с особенным размахом:

- 1500 участников со всего мира;
- более 30 тыс. отраслевых посетителей;
- большой день рождения в стиле 70-х;
- отраслевой саммит Convenience Summit ISM, организованный компаниями Lekkerland AG & Co KG и Koelnmesse;
- специальные шоу Market Places и Displays.

Это хороший повод, чтобы оглянуться назад и вспомнить еще раз, как первоначально небольшое, специализированное событие превратилось в ведущую международную ярмарку кондитерских изделий и закусок.

ISM 2010 ожидает около 1500 поставщиков из 70 стран мира, которые займут 110 тыс. кв. м выставочной площади. Участниками выставки станут лидеры рынка. Более 80% участников – зарубежные компании.

В сотрудничестве с Lekkerland AG & Co KG, Koelnmesse будет организован первый Convenience Summit ISM. На конференциях топ-класса будут представлены наиболее важные тенденции и новейшие разработки в этом динамичном секторе бизнеса.

В дополнение к мероприятиям выставки на ISM 2010 будут организованы специальное шоу Market Places и «Display»-презентация.

ISM – выставка, задуманная как эксклюзивное событие только для торговых посетителей, является очень эффективным средством объединения спроса и предложения. Все четыре дня работы выставки (с 31 января по 3 февраля) ISM будет открыта только для торговых посетителей из оптовой и розничной торговли.

Параллельно с ISM 2010 пройдет выставка ProSweets Cologne 2010. Вместе эти две ярмарки предлагают экспонентам и посетителям выдающийся эффект синергии кондитерской промышленности.

Кондитеры изобрели шоколад, от которого худеют

Испанская компания Sovsoa BIO готовит к выпуску шоколад Lola Chocs, сделанный из натуральных ингредиентов. Продукт имеет вкус привычного кондитерского изделия. Преимущество новинки в том, что она состоит из добавок, которые притупляют чувство голода.



Шоколад, изготовленный из какао-бобов, выросших в Перу и Санто-Доминго, имеет необычный зеленый оттенок, который придает ему особые микроскопические водоросли. Они содержат питательные вещества, витамины А и В12, которые помогают похудеть. Производители уверяют, что специальные аминокислоты обманывают мозг потребителя, убеждая его, что он сыт.

Информкондитер

Роста цен на продукты в 2010 году не будет

Минсельхоз РФ не прогнозирует заметного роста цен на продовольствие в 2010 году. Об этом сообщила на пресс-конференции министр сельского хозяйства РФ Елена Скрынник.

«Повышения цен в 2010 году не прогнозируется, поскольку нет никакого тренда на повышение», — Е. Скрынник также уточнила, что если цены и повысятся, то это повышение будет минимальным и составит только доли процента.

Также на пресс-конференции министр заявила, что российские сельхозпроизводители практически не пострадали от мирового финансового кризиса.

Благодаря антикризисным мерам, предпринятым российским правительством, «удалось сохранить темпы развития и производ-



ства сельскохозяйственной продукции» — молока, мяса и т.д.

АгроФакт

Фермеры Казахстана не отдадут выращенное зерно

В Казахстане производители зерновых культур не торопятся продавать выращенный урожай «Продкорпорации». С начала декабря хлеборобами подана всего 21 заявка.

Дело в том, что хлеборобы в 2009 году не могли продать свой богатый урожай зерна по приемлемой цене. Местное представительство корпорации некоторое время даже не принимало заявки на сдачу продукции. Руководство республики добились увеличения квоты на закупку зерна в Павлодарской области с 50 до 100 тыс. тонн. Однако хозяйства области по первой закупочной программе сдали всего 4,5 тыс. тонн.



Сегодня идет закупка по второй программе с выплатой денег АО «Народный банк», квота для павлодарцев — 51 тыс. тонн. От хозяйств с начала декабря поступило 21 заявление. Документы оформлены всего от 11 хозяйств, общий объем сдаваемого по 16-18 тыс. тенге зерна составляет 7 тыс. тонн (на 25.12.2009 года 1 руб. = 4,95 казахского тенге).

www.agronews.ru

Московские супермаркеты «Рамстор» будут переименованы в «Ситистор»

ООО «Энка ТЦ», которое в настоящее время осуществляет эксплуатацию 10 торговых центров под названием «Капитолий» и 17 супермаркетов под названием «Рамстор», приняло решение о ребрендинге своих супермаркетов. Супермаркеты ООО «Энка ТЦ» будут переименованы в «Ситистор».

Как поясняет компания, название «Рамстор» на протяжении последних более чем 10 лет ассоциировалось у москвичей в основном с форматом гипермаркетов и многофункциональных торговых центров. После передачи в 2008 году 14 гипермаркетов «Рамстор» французскому ритейлеру «Ашан» оставшиеся в эксплуатации магазины в большинстве своем представляют супермаркеты среднего разме-

FRANZ HAAS • MONDOMIX • STEINHOFF

«Франц Хаас» на выставке «Pro Sweets 2010»

Австрийская фирма «Франц Хаас Ваффель-унд Кексанлаген» представит с 31 января по 3 февраля 2010 года на выставке «Pro Sweets» в Кельне автоматическую установку для выпечки полых вафельных трубочек, настольную вафельницу, элемент установки для выпечки печенья и высокопроизводительную систему отсадки.

Полностью автоматическая установка для выпечки полых вафельных трубочек работает на электрическом индуктивном обогреве без выброса вредных веществ в атмосферу, имеет низкий уровень шума и использует тепло с высокой эффективностью (более 70%). Различные дополнительные приспособления позволяют выпускать широкий ассортимент продукции: полые вафельные трубочки с жировой начинкой и без нее, двухцветные и прессованные вафельные трубочки, веера или вафельные подушечки.

Настольная вафельница служит для производства вафель в лабораторных условиях или в кейтеринговом обслуживании. Надежная и компактная электрически обогреваемая конструкция с легко сменяемыми вафельными плитами из серого литья обеспечивает длительный срок службы и оптимальное энергопотребление. Данное

оборудование позволяет свободно настраивать температуру и время выпечки и автоматически сохранять рабочие параметры.

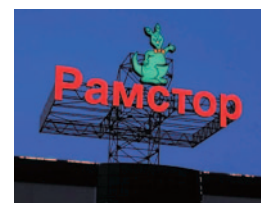
Демонстрируемый элемент установки для выпечки печенья подходит для производства изделий как из затижного, так и из короткорвущего теста. Возможно исполнение установки для выпечки печенья длиной 14-120 м и рабочей шириной 800-1.600 мм. Модульная конструкция оборудования облегчает его установку и дальнейшее наращивание производственных мощностей.

Система отсадки служит для нанесения всех видов жировых начинок, теста, шоколада и маршмэллоу со скоростью до 300 рядов/мин. Патентованная отсадочная головка свободно программируется и позволяет выпускать неограниченное количество разнообразных продуктов.

Будем рады приветствовать Вас на стенде G 008 в зале 10.1. **В**

ра с чистой торговой площадью от 1 до 2 тыс. кв. м. Тем не менее ожидания потребителей, представляющих себе «Рамсторы» как магазины с огромным ассортиментом товаров, значительной линейкой продуктов, все еще связывались с форматом гипермаркетов, поэтому изменить эти ожидания, сохранив существующую торговую марку, не представлялось возможным. Вот почему компания «Энка ТЦ» предпочла объединить существующие магазины в формате супермаркетов под новым брендом «Ситистор», учитывая то, что создание нового представления окажется сравнительно более легким при использовании нового названия.

В рамках проведения ребрендинга «Энка ТЦ» в кратчайший



срок обновит свои магазины, внесет изменения в их цветовые решения, сменит униформу сотрудников, этикетки и все материалы, связанные с появлением нового бренда. Более того, для товаров, продаваемых под частной маркой «Ситистор», будет разработана новая продуктовая линейка.

РИА «Новости»

Сбербанк финансирует проект запуска кондитерского производства

Приволжское отделение Волго-Вятского банка Сбербанка России (г. Казань) открыло кредитную линию в объеме 36,8 млн руб. сроком на 5 лет ООО «Семь хлебов». Кредитные ресурсы будут направлены на финансирование затрат по проекту запуска кондитерского производства.



ООО «Семь хлебов», входящее в группу «Холдинговая компания «Ак Барс»», специализируется на производстве и реализации хлеба и мучных кондитерских изделий. Финансируемый с участием Сбербанка проект общей стоимостью 67 млн руб. предусматривает приобретение здания производственного корпуса и оборудования для организации выпуска более 50 наименований хлебобулочных и кондитерских изделий классического и национального ассортимента. Поставщиком технологического оборудования выступит ООО «ПКФ «Нижегородский хлеб»».

Сбербанк России и ОАО «ХК «Ак Барс»» сотрудничают в сфере кредитования с 2005 года. За это время при поддержке Сбербанка предприятиями холдинга реализован ряд значимых проектов в различных отраслях экономики Татарстана, в числе которых строительство цеха глубокой переработки мяса птицы на ОАО «Птицефабрика «Казанская»», введенного в эксплуатацию в мае 2009 года.

www.bankir.ru

КФ «Глобус» по итогам 2009 года продемонстрировала рост продаж и производства

По итогам 2009 года кондитерская фабрика «Глобус» продемонстрировала рост продаж и производства на 14% в натуральном выражении. В денежном же выражении продажи выросли на 21,5%.

В рамках реализации стратегии развития в 2009 году была проделана значительная работа, благодаря которой предприятию удалось укрепить свои позиции на кондитерском рынке.



В феврале 2009 года была запущена третья производственная линия по изготовлению карамели. В рамках выработанной стратегии развития было заложено и успешно осуществляется строительство современного производственного корпуса с новейшим немецким оборудованием, что позволит значительно расширить выпускаемый ассортимент и охватить новый сегмент кондитерского рынка. Именно с этого корпуса начнет меняться в целом облик всей кондитерской фабрики «Глобус».

В 2009 году началась кампания ребрендинга предприятия, которая строит бизнес-процессы по новым, более строгим стандартам, как с поставщиками и покупателями, так и на производстве. Внешне ребрендинг проявился в виде новых стандартов корпоративного стиля: логотипа и фирменных цветов.

В соответствии с маркетинговой стратегией, в 2009 году были разработаны и выпущены новые кондитерские изделия. Среди них – серия желтой карамели «Джелинка», серия молочной карамели «Шаромель», серия ликерной карамели «Фрешка», пять видов открытой карамели, помадные конфеты «Познавайка», «Сладидца», «Томленка», серия фруктовой помадки «Лафрут», а также несколько новых сортов сахарного печенья. Кроме этого обновлен дизайн коробок для конфет «Птичий вальс».

Информкондитер

Малый бизнес Коми не спешит включаться в производство хлеба

Проблему включения большего числа пекарен в производство хлебобулочных изделий, обогащенных витаминами и микроэлементами, обсудили члены Общественного совета при Управлении Роспотребнадзора по Коми.

Как отметила **главный государственный санитарный врач республики Людмила Глушкова**



ва, хлеб – это тот продукт, который есть на столе у каждой семьи, с любым достатком, поэтому обогащение этого продукта витаминами, дефицит которых испытывают жители северных регионов, могло бы помочь избежать большого количества заболеваний.

Однако если крупные производители начали выпускать зерновые и обогащенные сорта хлеба, то малый бизнес в этот процесс включается очень медленно и неохотно.

Причина тому – отсутствие заинтересованности пекарей, считает **президент Торговой ассоциации Коми Галина Лапшина**. По ее мнению, без экономической поддержки со стороны государства в области компенсации части затрат на производство обогащенной продукции эту проблему не решить. Людмила Глушкова сообщила, что возглавляемое ею ведомство совместно с Гильдией пекарей и кондитеров Коми уже второй год пытается сдвинуть этот процесс с мертвой точки.

Член Общественной палаты Коми, индивидуальный предприниматель Павел Поташов предложил просчитать финансовую выгоду для государства от экономии на больничных листах, поскольку обогащенная продукция могла бы значительно сократить число заболеваний, вызванных недостатком витаминов и микроэлементов. С предложением провести такое исследование участники Общественного совета решили обратиться в Министерство экономического развития региона.

ИА «Альянс Медиа»



Новые вкусы Twix захватили Интернет

С нового года в сети активно рекламируются новые вкусы Twix – «Сливки+Кофе», «Мокка Шоколадный» и «Капучино».

В качестве основных героев кампании были выбраны «люди-шоколадки». В соответствии с расой каждого из актеров представлены и новые вкусы шоколада Twix – «белый» актер одет в сливочно-кофейный батончик. Остальными «шоколадками» стали темнокожие актеры.

В кампании «Кофейной коллекции» Twix на данный момент задействовано 4 ролика: «Бутерброды», «Кофе-брейк», «Холодно» и «Людоеды».

Также в поддержку кампании был создан промосайт. В России бренд ведет агентство SapientNitro.

www.sostav.ru



Беларусь, Россия и Казахстан создадут объединенный союз сахаропроизводителей

Недавно производители сахара Беларуси, России и Казахстана подписали протокол о намерении объединиться. Сейчас идет разработка учредительных договоров.

От Беларуси соучредителем союза выступает концерн «Белгоспищепром», от России – Союз сахаропроизводителей России, от Казахстана – ассоциация «Азия сахар». Штаб-квартира новой организации будет расположена в Москве на базе Союза сахаропроизводителей России.

Основной задачей союза станет поддержка производства свекловичного сахара в странах Таможенного союза. Ввоз сахара-сырца будет регулироваться сезонными таможенными пошлинами. Союз намерен регулировать ввоз сырья с помощью размера пошлин, чтобы стимулировать своих производителей сахарной свеклы. Сахар, произведенный из сахара-сырца, не должен будет экспортироваться на рынки членов Таможенного союза, а только в третьи страны.

В концерне «Белгоспищепром» также сообщили, что стороны уже согласовали баланс поставок сахара на 2010 год. Так, Беларусь сможет экспортировать в Россию 150 тыс. тонн свекловичного сахара, в Казахстан – 50 тыс. тонн. Внутреннее потребление сахара в Беларуси должно составить 350-360 тыс. тонн. По данным концерна, в настоящее время в рамках Таможенного союза обсуждается возможность создания единого союза маслопроизводителей.

Белорусское телеграфное агентство

Как работать с сетевиками?

Компания «Империя» приглашает Вас принять участие в Пятом Всероссийском торговом форуме «Поставщик-2010. Стратегии работы с розничными сетями». Мероприятие состоится 9-10 февраля в Москве в Экспоцентре.

Пятый Всероссийский торговый форум, который пройдет в рамках выставки «ПРОДЭКСПО-2010», обещает стать самым масштабным по количеству участников – как со стороны продавцов, так и со стороны розничных сетей. Несмотря на кризис, падение покупательского спроса и закрытие ряда розничных сетей, главной стратегией развития и роста поставщика остается работа с ритейлом. Этому вопросу и посвящен Пятый торговый форум.

Торговый форум – это не только уникальная и практически полезная информация от ведущих производителей, ритейлеров и консультантов, но и реальные продажи Вашего товара. В рамках Форума пройдет работа Центра закупок сетей™, который представляет собой торговую площадку – биржу, на которой делегаты Форума проводят индивидуальные переговоры с закупщиками розничных сетей по поставкам своей продукции.

В 2009 году в мероприятиях Форума приняло участие более 1200 человек, 213 из которых были закупщики международных, федеральных и региональных розничных сетей. На территории в 1500 кв. м находилось более 100 столов, за которыми вели закупки представители 100 розничных сетей России. Статистика анкетного опроса представителей ритейла показывает, что от 30 до 60% предложений поставщиков в Центре закупок сетей вызывают интерес у закупщиков сетей.

Впервые в рамках Форума будет работать биржа переговоров с розничными сетями по выпуску продуктов под собственной торговой маркой

(private label). Производители смогут договориться о производстве своих товаров под собственными марками розничных сетей прямо на Форуме.

Впервые специально для делегатов мероприятия организуется консультационный центр, где участники получают консультации юристов, логистов и других специалистов по актуальным вопросам: как правильно заключать договора с сетями, как делать презентацию своей продукции, как успешно провести переговоры с закупщиками розничных сетей, а также консультации по брендам, продажам и рекламе в сетях. Помимо этого в консалтинговом центре будут специалисты по факторингу и логистике. Последнее особенно выгодно для региональных производителей, которые смогут делать поставки в розничные сети по всей России, используя услуги специализированных компаний, уже занимающихся логистикой с розничными сетями и знающих их требования.

На Форуме будут также обсуждаться вопросы построения отношений с сетями: анализа и выбора сети, ценообразования, входа и выхода из сетей, внутренних и внешних процессов в компании при рабо-

Впервые специально для делегатов мероприятия организуется консультационный центр, где участники получат консультации юристов, логистов и других специалистов по актуальным вопросам.

те с ритейлом, включая логистику, организацию отдела продаж, а также вопросы продвижения товаров в точках продаж. Прозвучат выступления представителей власти, сетевиков, производителей, исследователей и экономистов.

В рамках данного мероприятия пройдет вторая специальная конференция «Рынок продуктов питания России». Делегаты получат полный анализ продовольственного рынка России по результатам исследований компании РосБизнесКонсалтинг (РБК).

Кроме того, в рамках Форума пройдут и другие специальные ме-

роприятия для Вашего бизнеса:

- третий «Всероссийский банкет директоров»;
- рекламные возможности по продвижению продуктов – конкурс «Инновационный продукт» и конкурс «Выбор сетей»

Целевая аудитория: генеральные директора, коммерческие директора, директора, менеджеры по продажам, по маркетингу; руководители, менеджеры по работе с торговыми сетями.

Приглашаем Вас и Ваших коллег принять участие во Всероссийском торговом форуме.

Уверены, что это будет интересно и принесет ощутимый финансовый результат уже в ближайшее время. **КС**

Автор:



Елена Максимова

Особенности российского бизнеса

Про перспективы агробизнеса в России сегодня говорят очень много. Существуют различные программы его поддержки, разработанные как государством, так и частными инвесторами. Однако на деле если развитие и происходит, то очень медленными темпами. Почему? – на этот вопрос попытались ответить участники международного конгресса «Пищевая промышленность и агробизнес в России», который прошел в конце ноября в Москве.

Одним концом по ритейлеру, другим – по производителю

Одним из самых важных вопросов для предприятий всей пищевой отрасли можно назвать вопрос сбыта своей продукции. Сегодня наиболее крупными каналами сбыта являются торговые сети. Однако производители все чаще остаются недовольны сотрудничеством с сетевыми операторами. И в период кризиса недовольство производителей в отношении ритейла еще больше усилилось. На то есть ряд причин.

Ритейлеры, находясь в ситуации кризиса, начали изыскивать источники финансирования, которые бы помогли им работать с поставщиками в прежнем докризисном режиме. Не найдя таких источников ни у банков, ни через государственные программы поддержки, сетевые операторы решили, что сами поставщики могут стать для них удобным источником кредитования. Поэтому сети создали поставщикам еще более жесткие условия сотрудничества, чем в докризисный период. Многие ритейлеры разослали производителям предложения об

отсрочках платежей на несколько месяцев. Другие же решили оплачивать поставки вовремя взамен на большие скидки на товар. Таким образом, недовольство производителей выросло до предела. И тогда в ситуацию решило вмешаться государство.

В качестве меры пресечения произвола сетей был разработан закон «О торговле». Свои мнения по поводу нового закона на конгрессе выразили **главный исполнительный директор X5 retail group Лев Хасис, директор Союза независимых сетей России Ирина Канунникова, основатель и владелец сети «В двух шагах» Андрей Холопов и исполнительный директор СПАР Россия Максим Волгарев.**

По мнению специалистов, новый закон о торговле будет невыгоден как для ритейлеров, так и для производителей. Ущемленные в правах (хотя правильнее сказать, поставленные в рамки закона) сети будут изыскивать возможности не потерять свою прибыль. И все это, по мнению экспертов, опять же будет делаться за счет производителей. Кроме того, специалисты считают, что после принятия

этого закона производителям и сетям придется пройти большой путь, чтобы научиться работать в новых условиях.

В поисках решений

Безусловно, сегодня закон о торговле критикуется всеми: и сетями и самими производителями, однако, как выразился Лев Хасис, критиковать уже практически принятый закон – все равно что бороться с ветряными мельницами. Необходимо не критиковать,



* СПРАВКА:

Адам Смит (1723-1790) – шотландский экономист и философ, один из крупнейших представителей классической политэкономии. Он создал теорию трудовой стоимости и обосновал необходимость возможного освобождения рыночной экономики от государственного вмешательства.

а искать пути сотрудничества, которые были бы выгодны как торговым операторам, так и производителям. И о вариантах взаимовыгодного сотрудничества и говорили участники конгресса.

В частности, Максим Волгарев в своем выступлении рассказывал о преимуществах сотрудничества производителей и сетей в рамках выпуска продукции под собственной торговой маркой ритейлеров. Продукция под СТМ дешевле, чем брендовые товары, поэтому для потребителей это отличный способ сэкономить во время кризиса. Действительно, почему бы не покупать продукцию, аналогичную брендовой, но по более низкой цене?

Для производителей же выпуск продукции под собственной торговой маркой ритейлеров – это способ увеличить объемы продаж и соответственно прибыль. Кроме того, сотрудничая с сетями по СТМ, производитель не надо вкладывать деньги в продвижение товара.

Тем не менее необходимо учитывать, что в некоторых сегментах потребители предпочтут переплатить за известный бренд, нежели решат сэкономить, купив продукт собственной торговой марки. В основном это касается сегмента деликатесной продукции, от которой потребитель не собирается отказываться даже в условиях кризиса. Поэтому продукты, которые не являются товаром повседневного спроса, а служат лакомством, по мнению экспертов, целесообразно выпускать в премиальном сегменте.

Кроме того, сотрудничать с крупными сетевыми операторами могут только крупные предприятия с большими производственными мощностями и товарооборотом. А как же быть представителям малого и среднего бизнеса? На этот вопрос ответила Ирина Канунникова. Ее выступление было посвящено роли независимого ритейла на продовольственном рынке. По ее словам, сегодня в Союзе независимых сетей насчитывается более 50 торговых операторов.

«Специалисты утверждают, что у России есть все возможности для того, чтобы сделать сельское хозяйство одним из лидеров экономического роста страны. Поэтому в рамках конгресса активно обсуждались проблемы и перспективы российского экспорта продовольствия».

Независимые сети действуют по всей России, причем ассортимент магазинов корректируется с учетом региональных особенностей. Союз напрямую сотрудничает с местными сельхозпроизводителями, обладает собственными производственными мощностями и логистической системой. Кроме того, условия сотрудничества, выдвигаемые небольшими сетями, не такие жесткие, как у крупного ритейла.

Импортозамещение: реальность или миф?

Специалисты утверждают, что у России есть все возможности для того, чтобы сделать сельское хозяйство одним из лидеров экономического роста страны. Поэтому в рамках кон-

гресса активно обсуждались проблемы и перспективы российского экспорта продовольствия. Президент национального союза экспортеров **Дмитрий Булатов** говорил об основных механизмах государственной финансовой поддержки экспорта продо-

вольствия. В числе этих механизмов он назвал государственное гарантирование политических и долгосрочных коммерческих рисков при проведении

По мнению специалистов, новый закон о торговле будет невыгоден как для ритейлеров, так и для производителей. Ущемленные в правах сети будут изыскивать возможности не потерять свою прибыль. И все это, по мнению экспертов, опять же будет делаться за счет производителей.

экспортных операций и возмещение части процентных ставок по экспортным кредитам.

Также на конгрессе была затронута тема импортозамещения. Проблему замещения импорта обсуждали **председатель комитета ТПП РФ по развитию потребительского рынка Александр Борисов**, **координатор Комитета по агробизнесу и защите посевов Европейской бизнес-ассоциации РФ Ирина Аксенова**, **президент компании «Продукты питания» Стефано Влахович**, **глава российского представителя Совета США по экспорту домашней птицы Альберт Давлеев** и **управляющая корпоративными делами «Маккейн Маркетинг» в Восточной Европе Оксана Лопырева-Беляева**.

Стефано Влахович, компания которого занимается производством замороженных полуфабрикатов, признался, что им проще заказывать сырье для своей продукции за границей, нежели покупать его в России, ведь качество российской продукции, к сожалению, чаще всего оставляет желать лучшего.

О том, кто виноват в таком положении российского производства, эксперты не сказали однозначно. Кто-то говорил, что все дело в том, что государство не поддерживает предприятия АПК, не выделяя достаточно средств на развитие даже стратегически важных отраслей. Но были и другие мнения – о том, что виноваты во всем сами производители, которые не всегда качественно выполняют свою работу. **✎**

Автор:



Светлана Карельская

Не секрет, что сегодня для того, чтобы быть успешным на рынке, очень важно идти в ногу со временем. А для этого необходимо иметь возможность быстро менять объем выпуска той или иной продукции и корректировать ассортимент, производя то, что пользуется спросом сегодня.

Разнообразие ассортимента – ключ к успеху

Возможность соблюдать все эти условия дает многофункциональное оборудование. Сегодня большинство производителей оборудования для кондитерских цехов снабжают свои машины рабочим инструментарием, необходимым для производства разнообразных по виду, форме и массе хлебобулочных и кондитерских изделий.

Большинство кондитерских изделий изготавливается при помощи отсадочных машин.

Поэтому выбирая отсадочную машину, необходимо изучить спектр изделий, для которых она предназначена.

Сегодня производители кондитерского оборудования предлагают своим клиентам отсадочные машины, которые представляют собой многофункциональные комплексы для отсадки многообразных видов изделий. В частности, на некоторых видах оборудования можно изготавливать различные сорта печенья, кексов, бисквитов, эклеров, на других – печенье, сырцовые пряники, конфеты из сухофруктов.

При выборе многофункциональной отсадочной машины следует обращать внимание на возможность регулировки времени, дозировки, веса, формы изделия, количества рядов на противне, скорости вращения валков. Также важно, чтобы в процессе работы с данным видом оборудования можно было легко регулировать соотношение в изделии рецептурной массы теста и начинки.

Кроме того, сегодня в моду все прочнее входят изделия, содержащие в своем составе натуральные фрукты. Для подчеркивания этой натуральности производителю необходимо сделать так, чтобы кусочки фруктов в изделии были как можно меньше повреждены. Некоторые производители отсадочных машин гарантируют, что определенного размера фруктовые вкрапления останутся в изделии неповрежденными.

Еще один вид оборудования, встречающийся практически на каждом кондитерском производстве, – формирующие автоматы. Чем больше



Сегодня большинство производителей оборудования для кондитерских цехов снабжают свои машины рабочим инструментарием, необходимым для производства разнообразных по виду, форме и массе хлебобулочных и кондитерских изделий



У качества есть имя!

- Установки для формования классическим способом или холодной штамповкой шоколадных изделий с твёрдыми добавками, с начинками и без них (плитки, «ассорти», батончики, шарики, «дары моря»).
- Могульные установки для всех изделий, отливаемых в крахмал, состоящих напр. из желе и гумми на основе пектина, желатина и агар-агара, а также лакрицы, помадки, крема, суфле и продуктов с сахарной корочкой.
- Системы подготовки (кондиционирования) крахмала.
- Установки для отливки твёрдой карамели, помадных конфет и ириса, леденцов типа «Чупа-чупс».
- Поршневой экструдер для отсадки масс в штучные изделия, одно- или многослойные жгуты и батончики.
- Дополнительное оборудование (укладчики ореха, вишни, печенья, вафель и других добавок).
- Отливочные системы «one-shot» и «triple-shot».
- Лабораторное оборудование для разработки и изготовления новых образцов продуктов и новых технологий.



WINKLER UND DÜNNEBIER **WD**
Süßwarenmaschinen GmbH

Ringstraße 1
D-56579 Rengsdorf

Tel.: (+49)-26 34-96 76-200
Fax: (+49)-26 34-96 76-269

Internet: www.w-u-d.com
E-mail: sales@w-u-d.com



Сегодня в моду все прочнее входят изделия, содержащие в своем составе натуральные фрукты. Для подчеркивания этой натуральности производителю необходимо сделать так, чтобы кусочки фруктов в изделии были как можно меньше повреждены.



функций у данного вида оборудования, тем больше возможностей имеет кондитерское предприятие для расширения своего ассортимента. Современные формующие автоматы могут работать с различной текстурой: сыпучей, дробленой, вязко-текучей, твердой. Поэтому на одном и том же оборудовании, по желанию производителя, можно изготавливать пряники, печенье, вафельные палочки, булочки. Кроме того, современные формующие аппараты дают производителю возможность регулировать количество слоев начинки.

Современные формующие аппараты обладают функциями деления теста и начинки; заполнения теста одно- и двухслойной начинкой. Многофункциональное формующее оборудование позволяет также добавлять в изделие сыпучие, текуче-вязкие или зерновые продукты.

При оснащении пекарен нельзя обойтись без печей. Сегодня производители оборудования предлагают высокотехнологичные ярусные печи. Каждый из ярусов оснащен собственным парогенератором, независимыми группами ТЭНов, регуляторами нагрева. В каждом ярусе имеется 2-3 противня, поэтому их можно использовать как самостоятельные печи. Таким образом, в одной печи одновременно можно изготавливать сразу несколько видов изделий.

При производстве некоторых видов хлебобулочных и кондитерских изделий нельзя обойтись без машин для раскатки теста. Современные машины данного вида позволяют производителю работать с различными сортами теста. Сегодня производители оборудования часто предлагают машины, которые осуществляют как раскатку, так и нарезку теста. Поэтому даже на минимальной площади можно изготавливать широкий ассортимент изделий.

Тестораскатывающие машины ведущих мировых производителей достаточно просты в обслуживании и предлагают индивидуальные программы для каждого конкретного вида теста.

Также производители оборудования для кондитерской промышленности сегодня предлагают своим клиентам многофункциональные комплексы для производства различного вида кондитерских изделий. Преимущество данных комплексов – взаимозаменяемость формующих, отсаживающих и отливающих головок с возможностью расположения их на базе формующих аппаратов и на базе туннельных печей. Все это позволяет изготовителям добиться увеличения ассортимента до нескольких сотен наименований, не перестраивая при этом здания, не увеличивая числа сотрудников, не закупая новой линии под каждое изделие.

Такие многофункциональные установки позволяют обновить ассортимент буквально за 15-20 мин.

Принципиальное отличие комплекса заключается в том, что он представляет собой максимально гибкий вариант использования всех видов создания и формирования кондитерских изделий при выпечке и охлаждении.

Кроме того, современные многофункциональные комплексы позволяют производить изделия как горячим, так и холодным способом, а также различными видами формирования – в зависимости от диапазона вязкости материала. Так, плунжерная головка может использоваться при работе с жидкой тестовой массой на горячей линии или мармеладом на холодной.

Однако при выборе многофункционального оборудования очень важно обращать внимание на то, насколько просто оно в эксплуатации, ведь чем больше у машины возможностей, тем легче в них запутаться. Поэтому необходимо заранее оговорить с поставщиком все возможности оборудования, особенности запуска и быстрой смены программ.

Таким образом, сегодня производители оборудования предлагают своим клиентам практически безграничные возможности. Главное – научиться правильно ими пользоваться. **КС**

AUS LIEBE ZUM TEIG
ИЗ ЛЮБВИ К ТЕСТУ

FRITSCH

Так начинаются хорошие дни

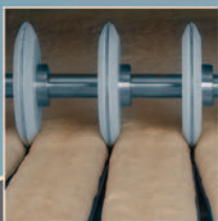
Уже во время завтрака видно, кто хорошо умеет печь хлеб. Если покупатели прежде всего набрасываются на Ваш хлеб и Ваши булочки, то Вы превосходный мастер своего дела. И, возможно, владелец специальной линии IMPRESSA bread фирмы FRITSCH по изготовлению хлеба. Эта линия позволяет осторожно обращаться и с мягким тестом для изготовления пользующихся спросом хлебобулочных изделий, от Ciabatta и Focaccia до зерновых булочек круглой и овальной формы. Использование оборудования фирмы FRITSCH поможет Вам добиться качества, которое ни в чем не уступает изделиям профессионального пекаря.

И это возможно совсем без использования масла для смазки хлебопекарных форм. При этом формы изделий могут быть самые разнообразные. С формованием штампровкой, посредством раскатывания теста или нарезки. С продолговатой или круглой разделкой теста. С посыпкой или без нее. Собственно говоря, нет ничего удивительного в том, что покупатели любят Ваши товары и ценят их широкий ассортимент.

Вы хотели бы поучаствовать в этой истории успеха? Тогда Вы можете запросить информацию о наших специальных линиях IMPRESSA bread по изготовлению хлеба.

E-Mail: sales@fritsch-russia.ru
телефон (499) 978 48 14

www.fritsch-russia.ru





Автор: Евгений Макаров

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

Технология бесстрессового тестodelения

Общей тенденцией развития хлебопекарного бизнеса в последнее время и особенно в связи с кризисом стало расширение ассортимента, увеличение выпуска новых видов изделий — оригинальных сортов хлеба, мелкостружки, мучнистой кондитерки — иначе говоря, высокорентабельной популярной продукции, способной успешно конкурировать на рынке и приносить предприятиям существенную прибыль.

Такие продукты, как «мраморный» хлеб, рулеты, изделия с включением натуральных пищевых ингредиентов (оливок, цукатов, орехов, шоколада и пр.), тостовый хлеб, снежки, галеты, крекеры, питы, лаваша, а также хлебные палочки, сушки, сухарики, баранки и др., уже оценили по достоинству российские потребители. Однако существует серьезная проблема с внедрением данного ассортимента на отечественном производстве. И связана она с тем, что имеющееся сегодня на предприятиях оборудование зачастую не обладает достаточными техническими возможностями для изготовления таких изделий на высоком качественном уровне. И в первую очередь это относится к процессу тестodelения.

Существуют два основных принципа деления теста на заготовки равной массы: весовой и волюмометрический (объемный). Тестodelители, которыми десятилетиями пользовались хлебопекарные предприятия, делят тесто на куски одинакового объема посредством нагнетания его в специальный узел, состоящий из делительной камеры и поршня, или плунжера. Есть несколько способов нагнетания теста в камеру делителя — вакуумный, шнековый, а также с помощью цилиндрических рифленых валков. Даже при хорошем техническом исполнении делителей в процессе обработки тесто сжимается и режется, клейкови-

на травмируется, слои теста сдвигаются друг относительно друга, ухудшается структура мякиша, а следовательно и органолептические показатели готовых изделий. Делители, в которых тесто подается в камеру вакуумным способом, принято считать «щадящими», но и в них оно подвергается резкому воздействию давлением. Кроме того, они имеют ограничения по влажности теста.

Во всем мире наблюдается увеличение спроса на объемные изделия с повышенной пористостью, однако качество клейковины постоянно снижается, что сказывается на вкусовых и объемных характеристиках хлеба. Решить эту проблему, могут инновационные разработ-



ки известных мировых производителей в области бесстрессовой (бесшоковой) разделки теста.

В частности, итальянская фирма Miniran, которая на европейском и российском рынках известна своим оборудованием для производства хлебных палочек, сушек, сухариков, хлебных чипсов и снежков, предлагает для бесстрессовой подготовки теста к формированию два интересных технических решения — ламинирование и экструзия.

Ламинирование по сути является слоением теста без использования жиров. Оно улучшает структуру теста, повыша-

ет пористость и равномерность мякиша. Такой способ подготовки теста может применяться при производстве сахарно-бараночных изделий, снежков, галет, крекеров и др.

Под экструзией разработчики фирмы Miniran подразумевают не сильное давление на тесто, а его равномерную подачу (продавливание) через систему валков, которая исключает сжатие и перетирание. Этот метод бесстрессовой подготовки (калибровки) теста с помощью валков способствует образованию равномерной пористости по всему объему тестовой заготовки.

Далее тесто последовательно проходит несколько калибрующих станций, которые постепенно уменьшают его толщину. Диаметр валков, обрабатывающих тестовую ленту на последней стадии, определяет внешний вид будущих изделий. Оборудование позволяет формировать самые разнообразные тестовые заготовки, например жгуты разного диаметра — «гриссини» (хлебные палочки), «кростини» (овальные лепешки) и т.п.

Система валков позволяет также формировать тестовую ленту в виде очень тонкой пластины толщиной 1,5-2 мм. Затем она нарезается на заготовки любой формы (полоски, треугольники, прямоугольники и т.д.).

Если такое тонкое тесто предварительно подвергнуть ламинированию, то между слоями останется воздух и после выпекания получатся воздушные продукты, легкие и воздушные «подушечки». Если же перед последним формующим валком поставить валик с иголочками, которые будут прокалывать тонкий лист теста, препятствуя последующему вздутию, выпеченные изделия останутся тонкими и плоскими, сохранив при этом «рыхлость» и слоистость. Так готовятся хлебцы и тонкое печенье. Чтобы получить галеты, можно использовать пластиночки большей толщины.

Бесстрессовая технология тестоделения и возможности формующего оборудования фирмы Miniran позволяют изготавливать множество оригинальных продуктов отличного качества. Используя машины серии Griss, можно формовать хлебные палочки (гриссини) и сухарные заготовки (кростини). А на машинах серии O-Matic получаются и гриссини (в том числе перевитые полоски), и таралли (сушки, бублики, баранки), и кростини, и другие изделия.

В этих машинах тестовая лента движется по горизонтальному транспортеру, затем формуется, попадает на тензометрическую площадку, мгновенно взвешивается в потоке, рубится гильотиной на заготовки с непрерывной автоматической коррекцией веса в заданных параметрах. Весовой способ деления позволяет получить заготовки заданной массы с минимальными погрешностями, а четыре пары калибровочных валков, находящихся в корпусе машины, обеспечивают фор-

муют «водяной хлеб» – традиционный испанский хлеб, имеющий очень высокую влажность – на 100 кг муки 80 кг воды, так что получается практически блинное тесто. И тестоделитель Rheon отлично с ним управляется. Хлеб получается воздушный, с большими порами.

Модельный ряд бесстрессовых тестоделителей фирмы Rheon представлен несколькими машинами, отличающимися по производительности (от 200 до 1500 кг/ч) и весовому диапазо-



Во всем мире наблюдается увеличение спроса на объемные изделия с повышенной пористостью



Для подготовки теста перед формованием предназначены ламинаторы и калибрующие узлы. С их помощью производят хлебцы, снежки, подушечки, галеты, крекеры и пр. Для того чтобы придать изделиям необычный вкус и привлекательный внешний вид, производители могут использовать разнообразные специи и добавки (тмин, кунжут, орегано, крупную соль, перец, томатную пасту, соусы и др.). Для этого в состав оборудования включаются дополнительные устройства и приспособления.

Все производственные линии Miniran – это своего рода модульные системы (то есть комбинации разных машин, устройств и приспособлений), которые позволяют реализовать на практике основную идею фирмы – создание уникального продукта, необходимого конкретному заказчику.

В этом же направлении работает японская фирма Rheon. Помимо кондитерских коэкструзионных машин для формования изделий с начинкой по типу «продукт в продукте» Rheon производит бесстрессовые тестоделители для изготовления высококачественных хлебобулочных изделий (хлеб высокой пористости, тостовый хлеб, багет, булочки и т.д.).

мование тестового пласта заданной толщины и бережно сохраняют первоначальную структуру теста.

Бесстрессовые тестоделители могут использоваться как самостоятельное оборудование для производства любых хлебобулочных изделий из пшеничной и из смеси ржаной и пшеничной муки. Они позволяют также обрабатывать тестовые заготовки с включением различных пищевых ингредиентов, таких как оливки, цукаты, орехи, тугоплавкий шоколад и другие крупнодисперсные добавки. Применение тестоделителей Rheon – это реальная возможность отказаться от применения улучшителей и разрыхлителей. Они прекрасно справляются с обработкой тестовых заготовок высокой влажности, необходимых для производства чиабатты и фокаччи.

Компания АГРО-3, которая представляет оборудование Miniran и Rheon в России и странах СНГ, организует выездные семинары на предприятия-изготовители для более детального ознакомления с возможностями техники и передовыми технологиями производства. Так, в учебно-демонстрационном центре компании Rheon в Дюссельдорфе нашим делегациям всегда демонстриру-

ют тестовых заготовок (от 150 до 1000 г). Возможна комплектация комплексных механизированных линий для производства подового пшеничного, тостового или формового хлеба производительностью 1000-1200 кг/ч на базе туннельных печей с принципиально новым тесторазделочным участком фирмы Rheon. Такие линии уже работают на нескольких российских предприятиях и обеспечивают выработку качественной продукции оригинального внешнего вида и вкуса.

Что касается комплектации производственных линий по выпуску гриссини, таралли, кростини или снежков, галет, крекеров и т.п., специалисты АГРО-3 могут предложить самые разнообразные варианты компоновки упомянутых выше модульных систем Miniran под конкретные продукты, интересующие заказчика, с выпечкой на базе туннельных печей или с использованием ротационных печей Ротор-Агро. Успешные примеры эксплуатации таких линий на хлебопекарных предприятиях позволяют утверждать, что технология бесстрессового тестоделения действительно обеспечивает производителю высокий уровень рентабельности и выгодные конкурентные позиции на рынке. ■

Автор:



Светлана Карельская

Когда модно все натуральное

В своих публикациях мы уже не раз говорили о том, что сегодня, выбирая какую-либо продукцию на полках магазина, потребитель все чаще обращает внимание на ее полезные свойства. Однако для производителей не секрет, что чем натуральнее продукт, тем он дороже. А стоимость зачастую также является для покупателя немаловажным фактором в пользу выбора того или иного товара. Поэтому производителям, работающим не в премиальном ценовом сегменте, важно выбирать ингредиенты, которые не сделали бы конечный продукт очень дорогим.

Например, продукция, содержащая орехи – особенно орехи, которые относятся к классу дорогих, – по себестоимости будет дороже, чем изделия, содержащие сухофрукты. Пользы же в сухофруктах не меньше, чем в орехах.

Одним из любимых покупателями всего мира сухофруктов является чернослив.

Правильно изготовленный чернослив содержит столько же витаминов, минералов и клетчатки, что и свежие сливы, однако его преимущество состоит в том, что он доступен круглогодично. Поэтому данный продукт можно использовать как в виде полезного и низкокалорийного перекуса, так и в качестве ингредиента, придающего пользу различным видам кондитерских изделий.

Полезные свойства чернослива

Чернослив является источником значительного количества полезных для здоровья веществ.

Чернослив содержит в себе соединения, обладающие антиоксидантными свойствами, поэтому регулярное его употребление способствует замедлению старения организма. В ряде исследований было обнаружено, что чернослив обладает самым высоким уровнем содержания антиоксидан-



В ряде исследований было обнаружено, что чернослив обладает самым высоким уровнем содержания антиоксидантов по сравнению с изюмом, инжиром и финиками.

тов по сравнению с изюмом, инжиром и финиками. Таким образом, регулярное употребление продуктов, содержащих чернослив, способствует поддержанию уровня антиоксидантов в организме человека.

Чернослив также обладает высоким содержанием калия: 100 г данного продукта обеспечивают 20% рекомендуемой ежедневной потребности в калии взрослого человека.

Калий нужен для поддержания нормального кровяного давления и сердечной функции. Кроме того, он нормализует функционирование клеток, включая нервные клетки, помогает восстановить водно-солевой баланс в организме.

Благодаря высокому содержанию клетчатки чернослив положительно влияет на пищеварительную систему: он ускоряет процесс пищеварения, а также уменьшает уровень холестерина и контролирует содержание сахара в крови.

Чернослив обладает и тонизирующими свойствами. Он восстанавливает работоспособность, улучшает общее состояние организма, поэтому потребление чернослива способствует улучшению умственного, эмоционального и физического состояния.

Чернослив в кондитерском производстве

Сегодня наиболее популярным кондитерским изделием является чернослив в шоколаде. Причем данный продукт продается в различных ценовых сегментах. Цена на него зависит от качества шоколада, используемого в изделии, и упаковки. Таким образом, чернослив в шоколаде может стать как повседневным семейным лакомством, так и хорошим дополнением к подарку – вместо стандартной коробки конфет.

Чернослив в шоколаде – очень выгодный продукт, ведь отливать изделия можно без использования каких-либо особых форм.

Сегодня все чаще производители кондитерских и хлебобулочных изделий добавляют чернослив и в другие виды продукции. Так, большой популярностью сейчас пользуется хлеб, печенье, вафли и кексы с черносливом.

При добавлении чернослива в какой-либо уже используемый рецепт стоит учитывать, что данный ингредиент фактически не содержит соли, поэтому у производителя нет необходимости менять рецептуру.

Еще одной хорошей новостью для представителей кондитерской отрасли станет тот факт, что чернослив хорошо подходит и для производства сладостей для детей, ведь он не содержит жира, соли и вредных сахаров. Современные исследования доказывают, что чернослив абсолютно не вреден для зубов, так как он не вызывает понижения водородного показателя (рН) и поэтому не увеличивает риск кариеса.

Курага

Еще одним сухофруктом, который в последнее время довольно часто используется в кондитерском производстве, является курага. Как и в черносливе, в кураге при правильном высушивании также сохраняется большинство витаминов и микроэлементов, которые содержатся в только что собранных абрикосах.

Курага ценна высоким содержанием калия, органических кислот, каротина, фосфора, кальция, железа, витамина B5. Она является отличным средством для укрепления сердца, повышения гемоглобина. Кроме того, курага очень по-



Благодаря своему насыщенному оранжевому цвету и приятному вкусу, курага служит отличным элементом декора для тортов и пирожных.

лезна для людей, страдающих заболеваниями щитовидной железы.

Курага также используется в сегменте «сухофрукты в шоколаде». Ее часто включают в рецептуры десертов и сладкой выпечки. Благодаря своему насыщенному оранжевому цвету и приятному вкусу курага служит отличным элементом декора для тортов и пирожных.

Хочется заметить, что при выборе поставщиков кураги и чернослива очень важно учитывать некоторые нюансы. Например, для производства сухофруктов в шоколаде лучше всего использовать ингредиенты, имеющие привлекательный внешний вид. Кроме того, они должны быть примерно одинакового размера. Только при соблюдении этих условий вы сможете убедить потребителя в том, что ваша продукция действительно является качественной. При включении измельченных сухофруктов в мучные кондитерские изделия или в начинки для конфет их внешний вид не особо важен, поэтому необязательно обращать внимание на однородность размера плодов.

Также важно сообщать потребителю о полезных свойствах вашей продукции, ведь люди сегодня хотят точно знать, что они едят! **КС**



Профессиональные
решения



Беседовала:

Елена Максимова

Компания:

«Солнечные продукты»

109518, г. Москва,
1-ый Грайвороновский проезд, д. 3.
Тел. (495) 777-55-01
www.solpro.ru

Гость:

Ю. А. Султанович,
д.х.н., проф., директор по
исследованиям и развитию
УК «Солнечные продукты»



Солнечные продукты: стремясь быть лучшими

Достичь успеха на рынке в условиях высокой конкуренции очень непросто. И одно из условий достижения успеха – сотрудничество с надежными поставщиками. Именно таким является холдинг «Солнечные продукты». Об истории холдинга и его ассортименте рассказывает директор по исследованиям и развитию масложирового холдинга «Солнечные продукты» Юрий Аврамович Султанович.

– Юрий Аврамович, как шло становление Вашей компании на рынке?

– Сегодняшние акционеры компании пришли в отрасль 10 лет назад. Тогда в 1998 году компания «Букет» приобрела Саратовский жировой комбинат, который в то время практически не функционировал. Уже к 2001 году компания стала крупнейшим производителем маргариновой продукции в России.

Затем начался период приобретения новых фабрик и заводов. С 2001 по 2003 годы в состав компании вошли «Новосибирский жировой комбинат», ЗАО «Янтарное» и «Армавирский МЭЗ». В 2004 году был приобретен Московский жировой комбинат и существенно расширился Элеваторхолдинг. По мере развития масложирового направления из ГК «Букет» выделилось новое подразделение, получившее название холдинга «Солнечные продукты».

Сейчас «Солнечные продукты» – это современная, динамично развивающаяся вертикально интегрированная компания на масложировом рынке России.

– В каких направлениях Вы работаете сегодня?

– Деятельность компании ведется по нескольким направлениям.



- Масложировой дивизион, включающий в себя производство майонезов и соусов, промышленных маргаринов и жиров, потребительских маргаринов и спредов, технической продукции.
 - Маслосырьевой дивизион, в который входят приемка-хранение-отгрузка семян подсолнечника и зерновых, зерно-трейдинг производство бутылированного масла, подсолнечного масла для промышленных переработчиков, шрота.
- На данный момент доля «Солнечных продуктов» в категории «промышленные маргарины и жиры» на мировом рынке равна 16%. Если говорить о доле нашей компании в российском производстве, то она насчитывает порядка 20%.

– Что для Вас является наиболее важным при выпуске продукции?

– На всех предприятиях холдинга особое внимание уделяется качеству выпускаемой продукции. Передовые технологии, качественное сырье и современное

оборудование – все это позволяет нам выпускать продукты высшего качества, максимально полезные для здоровья.

Сотрудники инновационного центра «Солнечных продуктов» сотрудничают с кафедрой Московского государственного университета пищевых производств: «Технология хлебопечения». Научные работники кафедры изучают функциональные свойства наших жиров и маргаринов, разрабатывают рекомендации по применению их в своей отрасли и, если надо, говорят нам, что нужно улучшить в наших продуктах.

– Какие виды изделий Вы можете предложить кондитерам и хлебопекам сегодня?

– Мы традиционно ориентированы на производителей кондитерской и хлебобулочной промышленности, и доля нашей продукции в сегменте жиров и маргаринов для этих отраслей составляет 30%. При этом наши позиции в маргаринах можно назвать лидерскими: в сегменте универсальных маргаринов доля рынка равна 40%, специализированных маргаринов – 14%.

В нашем ассортименте кондитеры и хлебопеки могут выбрать как универсальные, так и специализированные жиры и маргарины.

Для производства хлебобулочных изделий (хлеба, батончиков, булок, плюшек, вагрюшек, сдобы) мы предлагаем маргарины с жирностью от 60 до 82% или жиры специального назначения «СолПро» универсальные 972, 975.

Для производства пряников, сахарного, овсяного, затыжного и других видов печенья рекомендуются маргарины «Столовый молочный» 82%, «Столовый молочный особый» 82%, а также жиры

специального назначения «СолПро» универсальные 972, 975.

Для производства изделий из песочного теста предлагаем маргарин «СолПро» для песочных изделий 82%, маргарин «Столовый молочный» 82%.

Для производства слоеных изделий маргарина «СолПро» для слоеных изделий СП1 и СП2.

Для кексов, бисквитов, рулетов предлагаем маргарин «СолПро» для взбивных изделий 82%, маргарин «Столовый молочный» 82%.

Для прослойки рулетов и бисквитов рекомендуется жир специального назначения «СолПро» кондитерский для начинки 951.

Для изготовления вафельных начинок предлагаем жиры специального назначения «СолПро» кондитерские для начинок 951, 952, а также возможно использование жиров специального назначения «СолПро» универсальных 972, 975.

Для начинки печенья – «сэндвич» и конфет рекомендуется жир специального назначения «СолПро» кондитерский для начинок 953.

Для промышленного использования при производстве шоколадных изделий, глазури, корпусов шоколадных конфет рекомендуются жиры специального назначения «СолПро» для шоколадных изделий и конфет 962.

– Чем отличаются Ваши жиры и маргарины для кондитерской промышленности от аналогичной продукции конкурентов?

– В целом по своим функциональным свойствам и технологичности жиры и маргарины по группам применения, представленные на масложировом рынке России, идентичны.

Однако ОАО «Жировой комбинат» может производить жировые продукты с необходимыми физико-химическими и органолептическими параметрами под индивидуальные требования клиентов. Физико-химические показатели нашей продукции корректируются в течение года. Существуют зимние и летние рецептуры.

Маргарин «Столовый молочный 82%» имеет самый высокий показатель степени взбиваемости, что в первую очередь отличает его от идентичных рыночных образцов. Это свойство позволяет широко использовать его при производстве мучных кондитерских изделий, где требуется взбивать маргарин.

Специально подобранный жировой набор начинок обеспечивает

мелкокристаллическую структуру жиру, что обеспечивает высокую степень аэрируемости начинки, нежный вкус, хороший внешний вид.

На данный момент особо важным критерием подбора масложировой продукции являются ее критерии безопасности, на чем наша компания стала делать особый акцент. Это в первую очередь относится к применению инновационной технологии модификации жиров – энзимная переэтерификация, которая позволяет минимизировать количество трансизомеров в жировом полуфабрикате. Сейчас подходит к концу разработка начинок жиров «СолПро» с низким содержанием транс-изомеров с применением энзимной технологии переэтерификации.

– Ведете ли Вы работу по оптимизации холдинга?

– Недавно в компании была проведена реорганизация технологической службы, организован инновационный центр, в который входят технологи, занимающиеся только разработкой и внедрением новых продуктов и технологий. Это позволило освободить специалистов от рутинной работы и сконцентрировать их внимание на инновациях. Внутри инновационного центра также выделена группа технологов сопровождения наших специальных жиров и маргаринов. Причем мы решили набирать в эту группу не специалистов-жировиков, а специалистов в области кондитерского, молочного, хлебопекарного производств. Теперь они могут разговаривать на одном языке с нашими потребителями и более эффективно решать проблемы наших клиентов.

– Каковы основные функции Вашего инновационного центра?

– В инновационном центре мы уделяем много внимания проблеме снижения трансизомеров жирных кислот в специальных жирах и маргаринах. Разработана трехлетняя программа исследований по этой проблеме. Улучшая качество своей продукции, мы опираемся на такие современные технологии как энзимная переэтерификация. Кстати, «Солнечные продукты» – это первая компания, которая внедрила данный процесс в России. На прошедшей недавно выставке «Ингредиенты-2009» наш продукт – заменитель молочного жира – награжден золотой медалью.

Много времени мы уделяем совершенствованию существующих рецептур продуктов для розничной торговли и для сектора HORECA.

– Расскажите подробнее о том, как Вы работаете над расширением своего ассортимента.

– Процесс создания новых продуктов в компании проходит в несколько этапов – от обсуждения идеи до внедрения и в последующем изучения результатов проекта. Управление этими процессами осуществляет Комитет по новым продуктам, в который входят представители различных подразделений: маркетинга, развития продуктов и технологий, производства, обеспечения качества, закупок, логистики. Такая поэтапная модель в сочетании с командой, состоящей из профессионалов различных специальностей, позволяет минимизировать вероятность ошибки, особенно в условиях быстро меняющегося рынка.

Если говорить о процессе обновления ассортимента в категории промышленных маргаринов и специальных жиров, то обновление производится по нескольким причинам:

- появились новые требования производителей хлебопекарной, кондитерской, молочной продукции;
- изменяются требования Федерального закона и Государственных стандартов;
- в нашей лаборатории находится новое решение, позволяющее либо улучшить потребительские свойства, либо придать новое свойство нашему продукту.

Бывает и так, что конкурент вывел на рынок новый продукт и нужно быстро реагировать на это, пополняя свой портфель продуктов. Мой опыт говорит, что если компания успешно выводит на рынок в год 3-5 новых продуктов или столько же модификаций уже существующих, то это хороший результат.

– Чем порадуете производителей кондитерских и хлебопекарных изделий в наступившем году?

– Планов у компании много, и они достаточно амбициозны. Мы будем продолжать бороться за увеличение доли рынка холдинга. Чтобы достичь этого результата, мы постоянно занимаемся модернизацией технологий, системы обеспечения качества, бизнес-процессов. Для этого сейчас ведется реконструкция Саратовского жиркомбината. Практически с нуля строится новое производство промышленных маргаринов и специальных жиров. Это позволит нам не только нарастить производственные мощности, но и даст возможность производить принципиально новые продукты с еще более высокими потребительскими свойствами. ■



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



Финансово-экономический кризис высветил основные недостатки российской экономики – ее сырьевую направленность и технологическую отсталость. Несмотря на серьезное улучшение ряда макроэкономических показателей, серьезного рывка в сторону технического перевооружения и диверсификации экономики страны в последние годы так и не было сделано. Руководство государства объективно оценивает ситуацию и призывает к всесторонней модернизации российской экономики.

Фабрике будущего – кризис не помеха!



Действительно, ряд представителей российского бизнеса активно используют современные технологии – как на стадии научных разработок, так и в процессе производства. Их продукция конкурентоспособна, причем не только на российском, но и на мировых рынках. Крупнейший в России производитель жиров специального назначения Корпорация «СОЮЗ» – один из таких положительных примеров.

Несмотря на самый пик мирового кризиса, Корпорация «СОЮЗ» в минувшем году не только завершила строительство первой очереди нового комбината по переработке растительных масел в Калининграде, но и начала выпуск жиров специального назначения в промышленном режиме.

Слаженность в работе

То, что в России построена новая суперсовременная фабрика – само по себе знаковое событие, ведь большинство отечественных промышленных предприятий существуют благодаря советскому технологическому «наследию». Иными словами, они до сих пор производят продукцию на морально устаревшем и чрезвычайно изношенном оборудовании. Примеров же по-настоящему конкурентоспособных производств пока еще слишком мало.

Строительство Корпорацией «СОЮЗ» суперсовременного высокотехнологичного предприятия означает появление

в России новой мощной производственной единицы, не имеющей аналогов в российской масложировой отрасли.

«Мы можем с гордостью сказать, что построили фабрику мирового уровня, одну из лучших в Европе», – подчеркивает **один из ведущих мировых специалистов по строительству масложировых комбинатов Алан Милтон**, который руководил строительством комбината.

Одно из важнейших преимуществ комбината – его географическое положение. Предприятие расположено на территории Калининградского морского порта на участке площадью 11 га и имеет развитую морскую, автомобильную и железнодорожную инфраструктуру.

Отлаженная логистика, четкое взаимодействие с отечественными и зарубежными морскими портовыми службами, уникальная инфраструктура порта, защищающая суда от природных катаклизмов, – все это обеспечивает бесперебойное снабжение предприятия необходимым сырьем. У комбината есть собственный причальный комплекс, способный принимать танкеры различного водоизмещения.

Фабрика находится в 500 м от сортировочной железнодорожной станции ОАО «РЖД» и имеет интегрированную с ней собственную железнодорожную инфраструктуру. Железнодорожные ветки с необходимыми развязками для маневров будут оснащены железнодорожными весами

и обеспечат подачу под погрузку вагонов и цистерн, их взвешивание и отправку в любой регион России и в Европу.

Комбинат полностью газифицирован, имеет несколько резервных источников энергообеспечения, а также многофункциональную современную систему водоснабжения, работающую от собственных скважин.

«Все технологическое оборудование на комбинате, включая масляный терминал, трубопроводы, емкости для хранения сырья и готовой продукции, изготовлено из пищевой нержавеющей стали, в полном соответствии с международными нормами и требованиями в области безопасности пищевой продукции», – рассказывает А. Милтон.

Современный масляный терминал, предназначенный для приема и хранения 10 тыс. тонн различных видов масел, оснащен уникальной технологией защиты от окисления, основанной на комплексном использовании азота. Масла, находясь под азотной «подушкой», дополнительно перемешиваются азотными «пузырями», что не только предотвращает процесс окисления, но и обеспечивает поддержание высоких качественных характеристик. Инфраструктура для перекачки растительных масел включает отдельные для каждого вида масла магистрали и оборудована системой продува азотом.

Предприятие имеет высокую степень автоматизации, что крайне важно с точки зрения исключения «человеческого фактора».

Энзимная переэтерификация – современно, качественно, безопасно

Корпорация «Союз» стала одной из первых в России компаний, внедривших уникальную технологию энзимной переэтерификации в промышленное производство.

Одно из важнейших преимуществ энзимной переэтерификации – пищевая безопасность жиров, произведенных по этой технологии.

«Переэтерификация является эффективным способом изменения физико-химических показателей жиров и получения оптимально функциональных и безопасных продуктов», – утверждает **Эдриан Хьюз – ведущий в мире специалист в области разработки масложировых продуктов.**

Жиры, полученные в результате энзимной переэтерификации, не содержат вредных для человека транс-изомеров жирных кислот.

«Выработка переэтерифицированных жиров с использованием ферментов практически устраняет транс-изомеры жирных кислот», – отмечает **доктор технических наук, профессор А. П. Нечаев.**

В настоящее время ведущие мировые производители пищевых масел и жиров отказываются от процесса химической переэтерификации, который, как известно, не гарантирует безопасности выпускаемой пищевой продукции. При химической переэтерификации в качестве катализаторов используются метилат или этилат натрия, которые являются высокотоксичными и взрывоопасными химическими веществами. Поэтому после химической переэтерификации необходимо проводить промывку, отбеливание и дезодорацию полученного продукта. В отличие от химической переэтерификации, технология использования ферментов не требует применения химикатов. Ферментами являются молекулы белка, которые, в отличие от химических молекул, представляют собой природные катализаторы и полностью биоразлагаемы.

Алан Милтон окончил Лондонский королевский колледж с дипломом инженера-механика. В дальнейшем был менеджером проектов по переработке растительных масел в пищевой индустрии. Работал на различных предприятиях в Англии, Голландии, США и ОАЭ. Отвечал за реализацию крупнейших инвестиционных проектов в интересах таких промышленных гигантов, как Unilever, Loders Croklaan, Quest и др. На счету А. Милтона ряд серьезных технических разработок и решений для процессов обработки растительных масел, энзимной переэтерификации, сухого фракционирования, рафинации пальмового масла, а также производства эмульгаторов и инкапсуляции.



Эдриан Хьюз окончил Городской университет Лондона и Имперский колледж Лондона. Имеет степень доктора физической химии. Он работал в крупнейших мировых компаниях Unilever, Loders Croklaan (более 14 лет), Lipid nutrition, Bioriginal food & Science corp. Руководил разработкой линейки кондитерских жиров, за которую получил премию «FOOD INGREDIENTS EUROPE» (1995) в номинации «Инновационные пищевые продукты». Является обладателем более 10 патентов, зарегистрированных по всему миру.

Еще один важный аргумент в пользу технологии энзимной переэтерификации – экологическая безопасность. «В результате применения ферментных препаратов не образуются химические отходы, что уменьшает негативное воздействие производства на окружающую среду», – подчеркивает Э. Хьюз.

Российские власти уделяют серьезное внимание вопросу обеспечения продовольственной безопасности России, одной из главных составляющих которой является обеспечение населения высококачественными и безопасными продуктами питания.

В условиях экономического кризиса данная тема становится особенно актуальной. В связи с этим внедрение Корпорацией «Союз» в производство современных экологически чистых технологий, гарантирующих высокое качество и безопасность выпускаемой продукции, получило высокую оценку на государственном уровне. В своем обращении в адрес Корпорации «Союз» **главный государственный санитарный врач РФ Г. Г. Онищенко** выразил благодарность руководству компании «за эффективное решение вопросов гигиены окружающей среды, за создание хороших условий труда и выпуск безопасной продукции гарантированного качества».



Процесс разработки новых продуктов не останавливается ни на минуту

В 2009 году специалистами Корпорации «Союз» совместно с лучшими зарубежными научно-исследовательскими центрами и ведущими мировыми технологами была разработана новая линейка жиров специального назначения под торговой маркой «SDS». При разработке новых продуктов были в полной мере учтены требования и рекомендации Всемирной организации здравоохранения и Минздрава России к безопасности, экологичности и пищевой ценности жиров.

Новая линейка «SDS» включает в себя жиры, предназначенные для кондитерской промышленности (включая заменители какао-масла), жиры для производства глазурей и мороженого, растительных сливок, фритюрных и кулинарных жиров, заменители молочного жира и многие другие.

«Процесс разработки новых продуктов у нас поставлен на поток и никогда не останавливается, – признается Э. Хьюз. – Мне очень нравится черта, присущая руководству и специалистам Корпорации, – постоянная готовность к развитию, желание и возможность максимально соответствовать современным мировым тенденциям».

Более двадцати видов таких жиров уже производятся на комбинате, однако это лишь малая часть возможного спектра продукции. Процесс разработки новых жиров осуществляется на постоянной основе с привлечением ведущих мировых специалистов и технологических центров.

«Успех в создании новых высокотехнологичных продуктов определяется не только техническими возможностями производства, но также и научным подходом к вопро-

су разработки специализированных жиров, – рассказывает Э. Хьюз. – Здесь важно учитывать как зарубежный опыт и современные разработки в масложировой области, так и специфику российского рынка. Именно в этом и состоит суть современного научно-технического подхода».

На очереди Европа

В настоящее время Корпорация «Союз» приступила к проектированию и строительству второй очереди комбината по переработке пищевых растительных масел производительностью 1 млн тонн продукции в год. Комплексная реализация проекта позволит создать мощное производственное объединение, выпускающее продукцию как для внутреннего рынка России и стран СНГ, так и для стран Скандинавии, Балтии и Восточной Европы.

Предстоящий ввод в строй второй очереди комбината, который уже сейчас специалисты называют «фабрикой будущего», станет знаковым событием не только для российского рынка производства масложировой продукции, но и для всей пищевой отрасли страны. Комбинат не будет иметь аналогов в России и войдет в число крупнейших масложировых комплексов Европы.

Российское руководство считает, что, несмотря на всю сложность экономического положения, из кризиса страна должна выйти обновленной. Отсюда и выбор долгосрочных приоритетов, заключающийся в модернизации экономики и технологическом развитии. «Фабрика будущего» в Калининграде – только одно из подтверждений правильности выбранного экономического курса, одно из пока немногих, но ярких свидетельств того, что страна постепенно выходит из зоны кризисной «турбулентности». **Р**



НЕОС - ИНГРЕДИЕНТС
WWW.NEOS-INGREDIENTS.RU

Автор: **Маркус Брандт**,
глава департамента научных
исследований, развития
и качества компании
«Ernst Bocker GmbH & Co. KG».

Компания: **ООО «Неос Ингредиенты»**,
109431, Москва,
ул. Привольная, д. 70,
тел./факс: +7 (495) 229-28-79,
e-mail: info@neos-ingredients.ru
www.neos-ingredients.ru

Заквасочные культуры для хлебобулочных изделий

Хлеб и хлебобулочные изделия являются одними из самых важных продуктов питания населения, как в России, так и за рубежом.

В последнее время во всем мире большое внимание в отрасли хлебопечения уделяется здоровому и сбалансированному питанию и обогащению пищевых продуктов полезными веществами. Производители хлебобулочных изделий особое внимание уделяют расширению ассортимента продукции, изготовленной только из натуральных ингредиентов с целью оздоровления рациона питания населения.

Наиболее перспективным направлением производства как традиционных, так и нетрадиционных сортов хлеба является применение натуральных заквасок на молочнокислых бактериях.

Анализ ассортимента предприятий хлебопекарной отрасли свидетельствует о том, что практически на всех производствах выпускаются изделия с применением молочнокислых заквасок.

Начиная с 1910 года предприятие «Бекер» в Германии изготавливает заквасочные культуры для хлебобулочных изделий, постоянно разрабатывая и совершенствуя технологии.

Самый известный продукт компании – стартовая заквасочная культура для хлебобулочных изделий из смеси ржаной и пшеничной муки.

Применение стартовых заквасочных культур в производстве гарантирует правильное зарождение и направление ферментации.

Закваска для теста, предлагаемая предприятием «Бекер», приготовлена на основе ингредиентов, содержащихся в пшенице и ржи, с добавлением живых культур молочнокислых бактерий. Именно внесение молочнокислых бактерий способствует правильному проведению процесса ферментации и улучшает вкусовые свойства готовых изделий.

На начальном этапе тестоведения сбалансированная технологическая микрофлора стартовой закваски способствует образованию молочной кислоты, ароматических веществ и углекислого газа. Правильно подобранные параметры созревания закваски оказывают влияние на последующий процесс тестоведения, кислотность теста, качество выпеченного изделия.

Благодаря использованию натуральных заквасок «Бекер» Вы получите хлеб с неповторимым тонким ароматом и богатым вкусом.



Удобство применения и особенности упаковки стартовой закваски позволяют производить различные сорта хлеба из ржаной и пшеничной муки на предприятиях любой мощности и на различных типах оборудования.

Введение заквасочной культуры в рецептуру хлеба позволит производителю откорректировать качество готового изделия: улучшить цвет корочки, вкус, аромат, уменьшить крошливость мякиша, увеличить срок свежести изделия.

Специалисты компании «Бекер» готовы оказать технологическую поддержку в разработке и создании новых видов хлеба предприятиям отрасли хлебопечения. Исследовательская лаборатория компании в городе Минден постоянно изучает тенденции развития рынка хлебобулочных изделий, разрабатывая новый ассортимент заквасочных культур для хлеба. Вся продукция компании «Бекер» проходит строгий контроль микробиологических параметров технологической микрофлоры. Готовая закваска всегда соответствует самым высоким требованиям подлинности и натуральности.

Ценный практический опыт в производстве заквасочных культур позволяет специалистам компании Бекер гарантировать самые неповторимые вкусовые качества хлеба на Вашем предприятии. **Р**



Автор: Информационное агентство
«Индустрия питания»

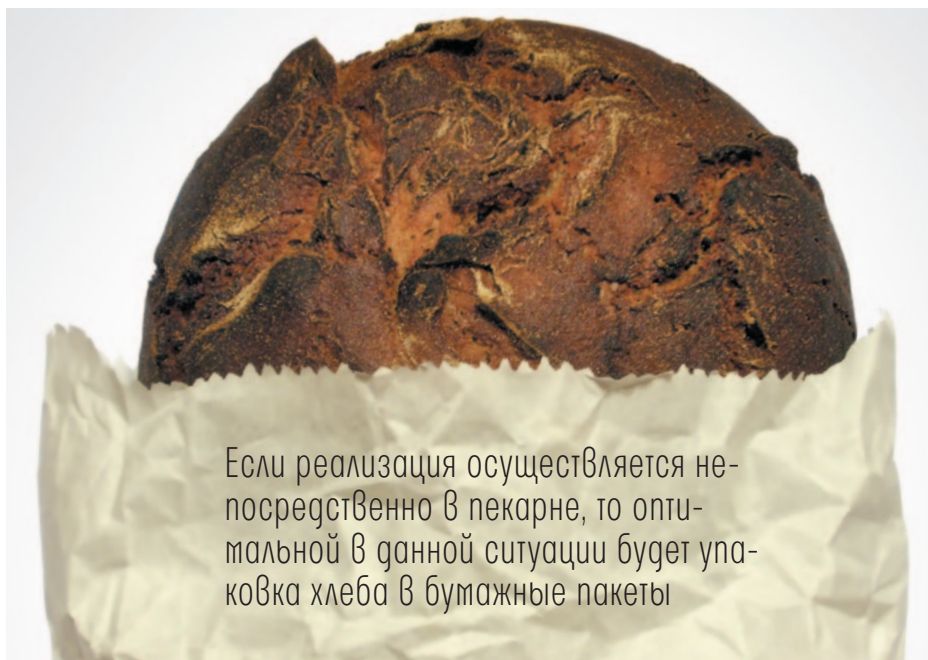
Правильная упаковка для хлеба

Перед производителями часто встает вопрос, как увеличить спрос на свою продукцию, как выделить свой товар среди ряда других на полках супермаркетов? Особенно остро этот вопрос стоит перед производителями хлебобулочной продукции, так как повысить интерес к данному типу товара достаточно сложно, несмотря на то что хлеб – продукт ежедневного потребления. Особенно остро этот вопрос стоит на фоне планомерного роста цен на хлебобулочные изделия.

Каким же путем пойти? Можно внедрять новые рецептуры, расширять ассортимент, но для больших хлебозаводов этот вариант не подходит, так как из-за больших объемов производства они вынуждены выпускать продукцию большими партиями, но с ограниченным ассортиментным рядом.

Как правило, хлеб, выпущенный хлебозаводами, упаковывается либо непосредственно на месте продажи, либо на производстве в трехшовные пакеты типа «flow-pack» на высокопроизводительном упаковочном оборудовании горизонтального типа. Зато вариант с расширением ассортимента подходит для средних и малых пекарен, где легко произвести несколько замесов с небольшим количеством теста.

Если реализация осуществляется непосредственно в пекарне, то оптимальной в данной ситуации будет упаковка хлеба в бумажные пакеты: современные материалы не пропускают жир, и на упаковке не остается мас-



Если реализация осуществляется непосредственно в пекарне, то оптимальной в данной ситуации будет упаковка хлеба в бумажные пакеты

ляных пятен, которых боятся многие производители, а вставка из прозрачного полимерного материала позволит продемонстрировать потребителю продукцию во всей красе.

В последнее время хлеб принято нарезать; для потребителя этот момент, как правило, всегда очень важен. И именно в таких мини-пекарнях, где реализация осуществляется «с пылу, с жару», желательно устанавливать хлебoreзки – специальное оборудование, позволяющее нарезать хлеб ровными ломтиками. Установка подобного оборудования позволит повысить уровень пекарни в глазах клиентов, ведь для покупателя немаловажным

является тот факт, что тот хлеб, который выбрал именно он, порежется в его присутствии. Еще одной неоспоримой причиной того, что хлеб разумнее нарезать и упаковывать перед продажей, является тот факт, что в мини-пекарнях, как правило, выложено на прилавок небольшое количество свежеевыпеченного хлеба, которое не успевает зачерстветь, подсохнуть, а зачастую и остыть до конца реализации. Нарезка вызвала бы преждевременное очерствение мякиша.

Для пекарен, которые осуществляют поставки своей продукции в розничную сеть, нарезка также необходима – повышается «статус» хлеба:

нарезанные хлебобулочные изделия переходят в категорию товаров для покупателей с уровнем доходов средним и выше среднего. Для клиентов в этом случае небольшое удорожание никак не повлияет на решение о покупке.

Лидирующие позиции в упаковке дорогих сортов нарезанного хлеба занимает полимерный пакет с клипсой. На пакеты можно наносить печать, с ней упаковка выглядит ярко, привлекательно. Сама же форма пакета с клипсой вызывает у покупателя ассоциацию с «подарочной» упаковкой, что еще больше повышает шансы хлеба быть проданным.

Во многих современных супер- и гипермаркетах выпечка хлеба осуществ-

ляется непосредственно в магазине. В этом случае, так же как и для мини-пекарен, наиболее презентабельной упаковкой будет бумажный пакет.

Часто хлебобулочные изделия упаковывают в термоусадочную пленку. Для пекарен при магазинах наиболее удобной является так называемая перфорированная термоусадочная пленка, в которой хлеб свободно дышит, а влага не задерживается внутри, то есть хлебобулочные изделия в такой упаковке можно продавать горячими. Единственное «но» упаковки в перфорированную пленку – это быстрое очерствение хлеба, товар должен быть реализован в кратчайшие

сроки, а позднее уже покупателем предложено в менее «дышащую» упаковку. Но, к сожалению, на сегодняшний момент ситуация нередко складывается таким образом, что к тому времени, когда покупатель принесет покупки домой, хлеб уже успевает сильно подсохнуть. К тому же хлеб в термоусадке значительно проигрывает красочному пакету с клипсой.

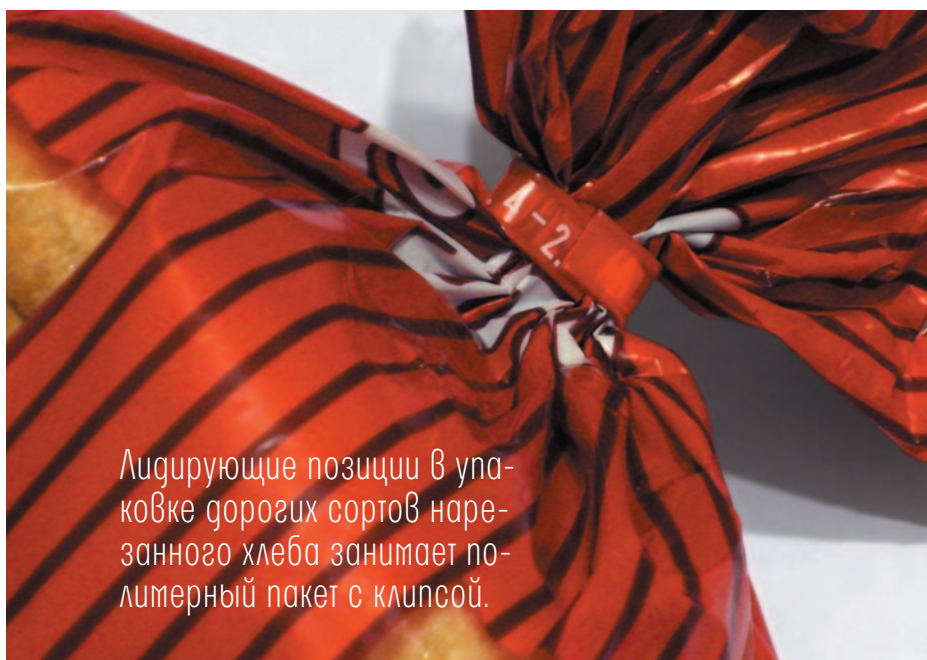
В большинстве гипермаркетов хлеб собственного производства продается не нарезанным, что вызывает некоторое неудобство его потребления, тем более что свежеспеченный хлеб порезать в домашних условиях не так-то уж просто. В Европе уже давно стало популярным устанавливать в торговом зале хлебoreзки, с которыми раз-

хлебoreзках, упаковывается в пакет с клипсой и продается в тех же супермаркетах, но по цене на 25-30% дороже. Покупатель, который не обращает внимания на «обычный» хлеб, будет заинтересован внешним видом упаковки, а нарезка сделает потребление продукта более удобным. В Италии, например, где производство хлебобулочной продукции является семейным бизнесом, культура упаковки этого товара развита достаточно сильно.

В Европе вошли в моду трехшовные flow-pack пакеты с клипсой. Герметичный пакет flow-pack позволяет впрыскивать в пакет спирт, который препятствует образованию плесени, благодаря чему увеличивается срок хранения хлебобулочных изделий. В обычные не запаянные пакеты с клипсой, которые часто встречаются на российских прилавках, впрыскивать спирт тоже можно, но он быстро испаряется из-за негерметичности упаковки.

Если говорить об оборудовании, которое запечатывает пакеты клипсой, следует упомянуть два принципиально разных устройства: для упаковки в пластиковую клипсу и упаковки в скотч. Устройства для запечатывания скотчем как правило ручные и могут находиться в разной ценовой категории. Есть упаковочные автоматы, которые запечатывают пакет скотчем с бумажной пломбой, так что, не порвав бумажную ленту, открыть пакет невозможно, несанкционированное вскрытие упаковки будет заметно. Но в России и мире больше распространена упаковка в пластиковую клипсу. Мало кто знает, что пакет с хлебобулочными изделиями также можно упаковывать в твист-ленту, так называемый «прутик-скрутик», которым обычно перевязываются провода новой бытовой техники. Упаковка, запечатанная твист-лентой, выглядит даже оригинальнее и привлекательнее, чем обычная стандартная клипса. Оборудование для такой упаковки может быть как ручным, так и полуавтоматическим и автоматическим, можно подобрать модель для производства любой мощности.

Также клипсаторы можно поставить в линию после горизонтальных и вертикальных flow-pack машин для создания герметичной упаковки, по виду напоминающей подарочный пакет. **КС**



Лидирующие позиции в упаковке дорогих сортов нарезанного хлеба занимает полимерный пакет с клипсой.

ботать абсолютно безопасно, и нарезать хлеб могут даже покупатели.

Для хлебозаводов можно предложить следующую комбинацию с упаковкой для реализации продукции. Одну часть товара отправлять непакетованной (хлеб будет вкладываться в пакет в местах продажи). Вторая часть продукции упаковывается на горизонтальном упаковочном оборудовании в полипропиленовые пакеты (если упаковка будет с красочной печатью, то это существенно повысит статус компании в глазах потребителя, а продукция сама начнет себя рекламировать) и развозится по супермаркетам. Третья часть нарезается на

ботать абсолютно безопасно, и нарезать хлеб могут даже покупатели.

Для хлебозаводов можно предложить следующую комбинацию с упаковкой для реализации продукции. Одну часть товара отправлять непакетованной (хлеб будет вкладываться в пакет в местах продажи). Вторая часть продукции упаковывается на горизонтальном упаковочном оборудовании в полипропиленовые пакеты (если упаковка будет с красочной печатью, то это существенно повысит статус компании в глазах потребителя, а продукция сама начнет себя рекламировать) и развозится по супермаркетам. Третья часть нарезается на



Автор:



Сергей Пономарев

Компания:

FOCKE & CO. General Packaging,
Industriestrasse 17 – 26676 Barssel – Germany,
тел.: +49 4499 – 82 594
факс: +49 4499 – 82 23 594
моб. тел.: +49 174 – 925 4676
e-mail: ponomarev.s@fopac.de
www.focke.com

FOCKE & CO: Технологии будущего уже сегодня

Немецкая компания Focke & Co основана в 1955 году Хайнцом Фоке. Страсть господина Фоке к качеству и внимание к деталям в каждом аспекте процесса производства позволили компании стать одним из ведущих производителей упаковочных машин. На заводах Focke, расположенных на севере Германии в Вердене, Барсселе, Берлине, работают более 1600 человек.

Во всем мире «FOCKE & CO» является синонимом производительности, эффективности и надежности.

Focke & Co General Packaging специализируется на производстве высокопроизводительных машин в сегменте окончательной упаковки. Наши машины характеризуются универсальностью и применяются для упаковки разнообразной продовольственной и непродовольственной продукции в различные виды гофротары. Мы предлагаем широкий спектр оборудования: горизонтальные и вертикальные упаковщики, накопители и палето-укладчики, а также HFR (гибкий автоматический упаковщик).

Благодаря разнообразию модельного ряда производимого оборудования наши клиенты получают полностью автоматизированную комплексную линию по окончательной упаковке.



Сергей Пономарев, Sales Manager International

В автоматическом режиме выполняются следующие операции:

- формирование короба из заготовки, транспортировка;
- контроль;
- группирование и укладка продукции в короб;
- закрытие и заклеивание клапанов короба;
- укладка коробов на паллеты;
- обмотка паллет стрейч-пленкой.

Преимущества машин производимых фирмой FOCKE & CO

- Более 50 лет на рынке упаковочного оборудования.
- Высокая скорость и абсолютная надежность – более 15 тыс. наших машин работают по всему миру.
- Комплексное решение по окончательной упаковке из одних рук.
- Бережное отношение к упаковываемому продукту.
- Максимальная эффективность при минимальных затратах.
- Машины FOCKE надежно работают 24 часа в сутки 7 дней в неделю.
- Высокая производительность до 30 коробов/мин.
- Полный механический привод для всех основных операций, что обеспечивает долгосрочную работу и значительно сокращает затраты по техническому обслуживанию.
- Широкий диапазон размеров гофротары.
- Быстрая перестройка на другой формат.
- Центр технического обслуживания в России.

Компания FOCKE & CO высоко ценит доверие наших клиентов и готова к сотрудничеству. Мы будем рады видеть Вас на Международной выставке ProSweets в Кельне, с 31 января по 3 февраля 2010 павильон 10.1, стенд F-011. **Р**



Главное предприятие FOCKE & CO, г. Верден, Германия



Форст Барссель, FOCKE & CO, General Packaging



Автор: Надежда Соколова

Компания: ООО «Бакальдрин РУС»,

142771, Московская область, Ленинский район,
д. Николо-Хованское, Хованская промзона,
владение 1, «Дом Хлеба»,
тел.: +7 (495) 500-55-99,
факс: +7 (495) 510-10-88,
www.backaldrin.com
e-mail: rus@backaldrin.ru

Поцелуй со вкусом джема

Мы привыкли к тому, что сладкая выпечка должна производиться из кондитерских смесей. А что если попробовать заменить кондитерскую смесь на зерновую, убрав тем самым лишний сахар и калории?

Мы предлагаем Вашему вниманию рецепт на основе микса «Мой зерновой хлеб». Основной принцип, используемый при разработке данного вида изделий, заключается в том, что выпечка должна быть не только вкусной, но и полезной для здоровья.

В состав микса входит дробленое зерно, семя подсолнечника, рис, льняное семя. Все эти компоненты обогащают готовые изделия минеральными веществами, необходимыми для жизнедеятельности человека. Это лакомство придется по вкусу покупателям, заботящимся о своем здоровье.

На основе предлагаемого зернового микса можно приготовить множество полезных и вкусных мучных изделий. Вот одно из них.

«Зерновой поцелуйчик»

Микс «Мой зерновой хлеб» – 1,000 кг
Вода – 1,000 кг
Дрожжи прессованные – 0,010 кг
Изюм – 0,400 кг
Джем – 0,200 кг
Итого – 2,610 кг

Время замеса: 3-4 мин. медленно
Температура теста: 30-32° С
Брожение: 2,5-3 часа
Масса тестовой заготовки: 0,050 кг
Температура выпечки: 230-240° С
Время выпечки: 10-12 мин.

Способ приготовления:

Все перечисленные компоненты смешать до получения однородной массы. После брожения теста с помощью кондитерского мешка отсадить изделия весом 25-50 г и выпечь. Дать изделиям настояться 10-12 часов. Заготовки обмакнуть в джем и покрыть шоколадной глазурью. По желанию декорировать кокосовой стружкой, цукатами, крошкой и орехами. **Р**



Автор: **Александра Бухтина**

«Ударница» обновляет логотип

Ведущий российский производитель легких сладостей делает свою продукцию более узнаваемой для потребителей

В этом году ОАО «Ударница» отмечает 80-летие. Это значимое событие в своей истории ведущий российский производитель легких сладостей встречается в непростых экономических условиях. Но несмотря на объективные трудности, фабрика «Ударница» продолжает развиваться, делать свои лакомства более привлекательными и узнаваемыми для потребителей, работает над новыми продуктами, повышает контроль качества изделий.

Главная цель обновления логотипа ОАО «Ударница» – повысить узнаваемость бренда производителя среди покупателей.

«Для многих потребителей фабрика «Ударница» стала гарантом качества и отличного вкуса. Потребители хорошо знают и любят легкие сладости под торговыми марками «Мармеландия», «Бумба», «Шармэль». Но приходя в магазин, покупатели теряются – многие не знают, как отличить легкие сладости «Ударницы» от продукции других производителей. Кроме того, некоторые даже не знают, кто выпускает их любимый зефир в шоколаде «Шармэль» или лимонные дольки «Мармеландия». Поэтому мы решили установить баланс в восприятии потребителями продуктовых брендов и бренда компании-производителя, – говорит **исполнительный директор ОАО «Ударница» Татьяна Ананьева**, – новый логотип будет хорошо заметен на всей продукции, которую выпускает кондитерская фабрика «Ударница».

Обновление логотипа пройдет в несколько этапов и начнется с продукции под брендом «Шармэль». Одновременно с обновлением логотипа изменится и упаковка легких сладостей от «Шармэль». Уже в начале декабря 2009 года зефир в шоколаде «Шармэль» в новой упаковке появился на полках магазинов. Коробочка станет не только более привлекательной, теперь она будет лучше сохранять потребительские свойства продукта.



Новый коррект защитит нежное лакомство от сминания и позволит сохранить отличный внешний вид.

В начале 2010 года обновленный логотип появится на упаковках зефира и пастилы под брендом «Шармэль».

Благодаря новой упаковке срок хранения легких сладостей гаммы «Шармэль» увеличился без добавления каких-либо специальных компонентов. Например, у зефира «Шармэль» он вырос с 45 до 60 дней.

В следующем году эти преобразования также ждут легкие сладости под брендами «Мармеландия» и «Бумба».

Обновленный логотип выглядит современно, динамично и более точно характеризует компанию «Ударница». Цвет логотипа может меняться в зависимости от цветового решения упаковки того или иного продукта. Новый логотип ОАО «Ударница» станет маяком для тех покупателей, которые хотят порадовать своих родных и близких вкусными сладостями высочайшего качества.

Повышение узнаваемости бренда – не единственная причина обновления логотипа. «Ударница» проводит масштабное техническое перевооружение предприятия, которое затрагивает практически все процессы производства: от варки, формования и глазировки до охлаждения, транспортировки и фасовки продукции. Новые линии от ведущих производителей из Германии, Великобритании, Италии, Швеции, Швейцарии, Японии и других стран позволяют в значительной степени автоматизировать производственные процессы, оптимизировать трудовые ресурсы и уменьшить влияние человеческого фактора на процесс производства кондитерских изделий. А установка автоматических рецептурных станций гарантирует соблюдение рецептур и стабильность качества выпускаемой продукции. **КС**



INTER
SWEETS'2010
ИНТЕРСЛАДОСТИ

15-ая СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА

Пекарня Макарон Интерсладоستي 2010

20-23 апреля, ВВЦ, павильон № 57

На выставке будет представлено:

- сырьё и ингредиенты для производства хлебобулочных, макаронных и кондитерских изделий;
- оборудование для производства макаронных, хлебобулочных и кондитерских изделий;
- оборудование для оснащения булочных, кафе-кондитерских, торговое оборудование;
- хлебобулочные, кондитерские и макаронные изделия;
- упаковка и упаковочное оборудование;
- средства и оборудование для обеспечения санитарного благополучия предприятий;
- спецтранспорт и другие услуги;
- конкурсная экспозиция.

В деловой программе выставки:

- Всероссийская конференция по хлебопечению.
- X Кубок России по хлебопечению.
- Конкурсы-дегустации.
- Мастер-классы и семинары.

Официальный партнер
Кубка России
по хлебопечению:



Информационная поддержка:

ХЛЕБНОЕ
ДЕЛО
ЖУРНАЛ ДЛЯ ПЕКАРЕЙ И КОНДИТЕРОВ



хлебопродукты
khleboproducty



сфера
издательский дом

Кондитерское и Хлебопекарное
производство

КРЕСТЬЯНСКИЕ
ВЕДОМОСТИ

Хлебопекарское
и кондитерское
ПРОИЗВОДСТВО И РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

Дело

ПАРТНЕР
КОНДИТЕР ХЛЕБОПЕКАР

ПРОДИНДУСТРИЯ
РОССИЙСКАЯ КООПЕРАЦИЯ

БРИТ
Всероссийская выставочная группа

Поддержка: Правительство Москвы, Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучию человека, Центральный союз потребительских обществ РФ.

Организаторы выставки:

Россия, 129223, Москва, а/я 34,
ВВЦ, пав. «Хлебопродукты» (№ 40)
Тел.: (495) 755-50-38, 755-50-35
Факс: (495) 755-67-69, 974-00-61
E-mail: info@rospik.ru
Сайт: www.breadbusiness.ru



ЦЕНТР МАРКЕТИНГА
"ЭКСПОХЛЕБ"



член Всемирной Ассоциации
Выставочной Индустрии (UFI)



Авторы:



Олег Аристов,
директор юридического
департамента



Сергей Григорьев,
руководитель отдела аудита ВЭД

Компания: «САФИ Консалтинг»

Кому за вредность – молоко бесплатно?

Малому и среднему бизнесу пережить кризис сложнее, чем крупному. По данным ФНС, за первое полугодие 2009 года закрылось 250 тыс. предприятий, тогда как за весь 2008 год их количество составило 100 тыс. Для того чтобы уберечь выстоявших от ошибок, грозящих доначислением налогов, штрафами и иными мерами административного и уголовного характера, специалисты «САФИ-консалтинг» разъясняют тонкие моменты российского законодательства.



Какой государственный орган имеет права разрабатывать и утверждать формы первичных учетных документов, а также давать разъяснения по их применению?

ОТВЕЧАЕТ

Аристов Олег,
директор юридического департамента.

Федеральный закон от 21.11.96 №129-ФЗ «О бухгалтерском учете» обязывает организации оформлять все хозяйственные операции оправдательными документами – первичными учетными документами. Именно на их основании строится бухгалтерский учет организации. Закон о бухгалтерском учете предписывает принимать «первичку» к учету, если она составлена по форме, приведенной в альбомах унифицированных форм первичной учетной документации. Если формы документов нет в альбоме, соответствующие бланки должны содержать обязательные реквизиты, предусмотренные в Законе.

До 2004 года разработкой и утверждением таких альбомов занимался Государственный комитет РФ по статистике. Однако Правительство РФ посчитало эту функцию Росстата избыточной и упразднило. В результате при утверждении нового Положения о Федеральной службе государственной статистики (Постановление Правительства РФ от 02.06.2008 №420) данные функции за службой закреплены не были. Нет прав разрабатывать и утверждать унифицированные формы первичных документов и у Минфина России, который в целом осуществляет функции по «выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности».

Между тем обязанность применять их никто не отменял. При оформлении хозяйственных операций организации, как и прежде, должны использовать унифицирован-

ные формы первичных документов, ранее утвержденные Росстатом. Если в альбоме нет необходимых форм, предприятие утверждает их самостоятельно. Главным условием принятия такой «первички» к учету является наличие в документе обязательных реквизитов. Они перечислены в ст. 9 Закона о бухгалтерском учете.

Разработанные организацией формы первичных документов необходимо утвердить в учетной политике. Это поможет избежать вопросов со стороны налоговых органов и доначислений по налогам.

С 2009 года организация обязана приводить в приложении к приказу об учетной политике не только самостоятельно разработанные формы первичных документов, но и все унифицированные формы, которые она применяет для отражения фактов хозяйственной деятельности. Подобная обязанность предусмотрена в Положении по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» (ПБУ 1/2008), утвержденном Приказом Минфина России от 06.10.2008 №106н.

Стоит отметить, что налоговые органы не имеют права требовать, чтобы в первичных документах, самостоятельно разработанных организацией, содержались дополнительные сведения и реквизиты помимо обязательных.

Что касается разъяснений, которые не вправе давать Минфин России, в своем письме от 04.05.2009 года №07-02-10/24 министерство отметило вопросы, которые связаны с применением форм первичных документов в конкретных хозяйственных ситуациях. Как следует из п. 11.4 Регламента министерства (утвержден Приказом Минфина России от 23.03.2005 №45н), ведомство действительно не имеет права рассматривать по существу обращения по практике применения нормативных правовых актов министерства, а также по оценке конкретных хозяйственных ситуаций. Организации могут получить комментарий на основании п. 1 ст. 34.2 НК РФ по вопросам применения налогового законодательства. Зачастую в таких разъяснениях вместе с налоговыми ситуациями ведомство комментирует отдельные вопросы применения первичных документов.



Какие работники имеют право на бесплатное получение молока?

ОТВЕЧАЕТ

Аристов Олег,
директор юридического департамента.

В ст. 222 ТК РФ установлено, что сотрудникам, занятым на работах с вредными условиями труда, по установленным нормам выдаются бесплатно молоко или другие равноценные пищевые продукты.

До 30.05.2009 года действовало Постановление Министерства труда России от 31.03.2003 №13, которым были утверждены Нормы и условия бесплатной выдачи молока или других продуктов работникам. В п. 2 было установлено, что норма бесплатной выдачи молока составляет 0,5 л за смену независимо от ее продолжительности.

Постановление Минтруда России от 31.03.2003 №13 утратило силу с 31 мая 2009 года согласно приказу Минздравсоцразвития России от 07.04.2009 №158н.

С 2 июня 2009 года действует Приказ Минздравсоцразвития России от 16.02.2009 №45н. Названным документом утверждены новые:

- нормы и условия бесплатной выдачи работникам, занятым на работах с вредными условиями труда, молока или других равноценных пищевых продуктов;
- порядок осуществления компенсационной выплаты в размере, эквивалентном стоимости молока или других равноценных пищевых продуктов;
- перечень вредных производственных факторов, при воздействии которых в профилактических целях рекомендуется употребление молока или других равноценных пищевых продуктов.

Таким образом, с 02.06.2009 года молоко выдается только в дни, когда работники фактически заняты на работах с вредными условиями труда.

При этом ранее действовавший Перечень вредных производственных факторов, при воздействии которых в профилактических целях рекомендуется употребление молока или других равноценных пищевых продуктов, утвержденный приказом Минздрава России от 28.03.2003 №126, утратил силу с 31 мая 2009 года.

После 31.05.09 года возможна ситуация, когда в результате аттестации рабочих мест будет установлено, что на отдельных местах воздействие на работника вредных производственных факторов не превышает утвержденных нормативов. В этом случае работодатель в соответствии с п. 7 приложения к Постановлению Минтруда России от 31.03.2003 №13 и п. 13 приложения 1 к Приказу Минздравсоцразвития России от 16.02.2009 №45н имеет право с учетом мнения профсоюзного органа принять решение о прекращении бесплатной выдачи молока.



Какие произошли изменения в правилах составления счетов-фактур с июня 2009 года?

ОТВЕЧАЕТ

Аристов Олег,
директор юридического департамента.

С 9 июня в выставляемых счетах-фактурах в строке 2 требуется указывать и полное и сокращенное наименование компании. Связано это с тем, что после недавних поправок в Постановлении Правительства РФ от 02.12.2000 №914 в норме, которая регулирует этот вопрос, союз «или» превратился в «и». Теперь во всех счетах-фактурах должны фигурировать два названия компании.

Однако соответствующие поправки не были внесены в НК РФ, в частности в ст. 169 НК РФ. Таким образом, счета-фактуры, выставленные как до даты вступления в силу поправок в Постановление Правительства РФ, так и после, могут содержать лишь одно наименование компании, и проблем с ними быть не должно.

Но на практике все зависит от того, как поведут себя инспекторы. Некоторые налоговики уже убеждены, что счет-фактура только с одним названием – достаточное основание, чтобы отказать в вычете.

К счастью, есть налоговики не столь категоричные, которые считают, что предприятие должно нести ответственность только за нарушение налогового законодательства. Следовательно, пока соответствующие изменения не будут внесены в ст. 169 НК РФ оно вправе самостоятельно определять для себя, сколько наименований контрагента показывать в счете-фактуре.



Наша фирма находится на упрощенной системе налогообложения (доходы минус расходы). Можем ли мы открыть обособленные подразделения, которые не являются филиалами и представительствами и не поименованы в качестве таковых в учредительных документах, без утраты права на применение упрощенной системы налогообложения?

В случае если это возможно, как при формировании налоговой декларации отразить в ней уплату единого налога, уплачиваемого в связи с применением упрощенной системы налогообложения, если в декларации не предусмотрены листы для данных об обособленных подразделениях?

ОТВЕЧАЕТ

Григорьев Сергей,
руководитель отдела аудита ВЭД.

Причина заданных вопросов кроется в ч. 1 Налогового кодекса РФ (НК РФ или Кодекс), которая обязывает налогоплательщика встать на учет в налоговых органах по месту нахождения своих обособленных подразделений (п. 1 ст. 83 НК РФ), и в его ч. 2, которая формулирует условия, позволяющие налогоплательщику применять упрощенную систему налогообложения (УСН). Так, в ст. 346.12 НК РФ сказано, что на-

логоплательщик не вправе применять УСН, если он имеет филиалы и/или представительства. Обратим внимание на слова «филиалы» и «представительства». В налоговом законодательстве понятия «филиал» и «обособленное подразделение» различаются. При этом в ст. 11 НК РФ дается определение термину «обособленное подразделение», а терминам «филиал» и «представительство» определений не дано.

Обобщив имеющуюся информацию, приходим к выводу: организации, которые имеют в своем составе структурные обособленные подразделения, соответствующие определению филиала или представительства, не вправе находиться на УСН. Организации, имеющие иные обособленные подразделения, имеют право применять УСН на общих основаниях (конечно, при условии соблюдения иных ограничений, установленных для возможности использовать УСН). Но это только поверхностный вывод, следующий из формального прочтения налогового законодательства. Ниже мы вернемся к этому вопросу, а сейчас рассмотрим уже упомянутые общие основания.

Согласно общим основаниям, налогоплательщики обязаны вести налоговый учет объектов налогообложения (доходов и расходов), необходимых для исчисления единого налога, на основании книги учета доходов и расходов (ст. 346.24 НК РФ). При этом порядок ведения книги, установленный Кодексом, не содержит каких-либо требований о раздельном учете полученных доходов и произведенных расходов в разрезе обособленных подразделений. Таким образом, организация, применяющая УСН, ведет учет объектов налогообложения в целом по компании с учетом данных головной организации и ее структурных подразделений, при этом для УСН не имеет значения, где были получены доходы и произведены связанные с ними расходы.

К аналогичному решению приходим по вопросу уплаты единого налога и представлению налоговой декларации. Глава «Упрощенная система налогообложения» НК РФ не содержит каких-либо особенностей для организаций, имеющих в своей структуре обособленные подразделения (не являющиеся представительствами или филиалами), связанных с исчислением единого налога, заполнением и представлением налоговых деклараций по нему, а также уплатой индивидуально-безвозмездного платежа в бюджет. Таким образом, налоговые декларации по единому налогу, уплачиваемому в связи с применением УСН, представляются в налоговые органы по месту нахождения головного подразделения компании в целом по организации с учетом всех полученных доходов и произведенных расходов. Соответственно уплата единого налога и авансовых платежей по нему производится также по месту нахождения головной организации.

Вновь возвращаемся к проблеме идентификации статуса обособленного подразделения. Правовая квалификация филиалов и представительств дана Гражданским кодексом РФ, а также в федеральных законах, регулирующих вопросы корпоративного права. Филиал и представительство охарактеризованы следующими атрибутами и признаками (ст. 55 ГК РФ):

- филиал (представительство) является обособленным подразделением юридического лица, расположенным вне места его нахождения (здесь термин «обособленное подразделение» используется не в значении, определенном Кодексом, а в смысле, которое ему придается гражданским законодательством);



- обособленное подразделение не является юридическим лицом;
- юридическое лицо, создавшее обособленное подразделение, наделяет его имуществом;
- обособленное подразделение действует на основании положения, утвержденного юридическим лицом, создавшим это подразделение;
- руководитель подразделения назначается юридическим лицом, создавшим подразделение;
- руководитель подразделения действует на основании положения и доверенности, юридического лица.

Функции обособленного подразделения:

- представительство представляет интересы юридического лица и осуществляет их защиту;
- филиал, осуществляющий все функции юридического лица или их часть, в том числе функции представительства.

Обращаю внимание на следующее – статус структурного подразделения юридического лица (филиал, представительство или нечто иное) не зависит от того, поименовано оно в уставе организации или нет (как это сформулировано в вопросе), а вытекает из признаков и полномочий, которыми наделяется данное подразделение. Более того, наличие информации в уставе общества об его обособленных подразделениях это технический вопрос: внесение в устав сведений об открытых представительствах и филиалах юридического лица есть его обязанность по приведению устава в соответствие с законодательством. Отсутствие или наличие такой записи в учредительных документах не должно рассматриваться как самостоятельный признак, определяющий статус обособленного подразделения в качестве филиала или представительства.

Арбитражная практика по вопросам прав на применение УСН неоднозначна, но по большей части складывается в пользу налогоплательщиков. Зачастую судьи при рассмотрении дел считают, что для признания обособленного подразделения организации филиалом необходимо единовременное соблюдение всех условий, перечисленных в Гражданском кодексе, а отсутствие хотя бы одного из признаков означает, что структурное подразделение юридического лица не может быть признано филиалом (представительством).

В заключение отмечу, что ошибка в правовой оценке статуса обособленных подразделений может привести к утрате статуса плательщика УСН и вытекающим из этого последствиям: доначисление налогов, начисление штрафов, пеней, другие меры административного характера и уголовного преследования. **КС**

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

АГРО

www.agroprod mash-expo.ru

ПРОД

ПЕРВЕНСТВО
В ИННОВАЦИЯХ

11—15
ОКТАБРЯ 2010

МАШ

Центральный выставочный комплекс
«Экспоцентр»
Москва, Россия



UFI
Approved Event



ТПП РФ



ЭКСПОЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

Организатор:
ЗАО «Экспоцентр»
При содействии:
Министерства сельского хозяйства РФ
Под патронатом:
ТПП РФ
Правительства Москвы

Авторы:



Сергей Почаев,
старший юрист



Павел Кузин,
юрист

Компания:

**Юридическое бюро
«Падва и Эпштейн», г.Тверь**

Земля как базовый актив агропромышленных предприятий

В России суровость законов умеряется их неисполнением.

Василий Ключевский.

В конце года состоялось первое чтение проекта федерального закона «О внесении изменения в ст. 13 Федерального закона “Об обороте земель сельскохозяйственного назначения”». Решение о внесении данного законопроекта на рассмотрение было принято Советом Государственной думы 17 декабря.

Что изменит Государственная дума в законе? И к чему приведет очередная попытка земельной реформы? Для того чтобы ответить на эти вопросы, надо вспомнить, с чего все начиналось...

Становление рынка земель сельскохозяйственного назначения

Земля является одним из основных средств производства сельскохозяйственных предприятий, можно сказать базовым активом. Земельный рынок в России сформирован в основном землями сельскохозяйственного назначения из участков бывших колхозов и совхозов, реорганизованных в ходе земельной реформы начала 1990-х.

Тогда посредством выдела земельных долей в натуре и переоформления права постоянного (или бессрочного) пользования (этот процесс еще продолжается) были образованы земельные массивы, составляющие около 90% современного рынка. До начала реформы все сельскохозяйственные земли находились в государственной собственности.

Отправной точкой возникновения права частной собственности на земли с/х назначения послужили: Указ Президента РФ 1991 года «О неотложных мерах по осуществлению земельной реформы в РСФСР», Указ Президента РФ 1993 года «О регулировании земельных отношений и развитии аграрной реформы в России», Постановление Правительства РФ 1992 года «О порядке приватизации и реорганизации предприятий и организаций агропромышленного комплекса», а также действовавший ранее Земельный кодекс РСФСР.



Названные правовые акты установили, что коллективам совхозов, других сельскохозяйственных предприятий, колхозов и кооперативов, использующих землю на праве постоянного пользования, необходимо принять решение о переходе к частной, коллективно-договорной и другим формам собственности. Местным администрациям была вменена обязанность обеспечить выдачу гражданам свидетельств на право собственности на землю.

Основная масса таких земель была передана:

- гражданам на праве общей долевой собственности за счет долей, полученных в начале 90-х годов;
- государственным предприятиям и учреждениям на праве постоянного (бессрочного) пользования;
- крупным сельскохозяйственным предприятиям (различным коммерческим организациям) на праве постоянного (бессрочного) пользования, аренды, собственности.

«Свободных» с/х земель практически не осталось. Таким образом, было положено начало перехода от исключительно государственной к частной собственности граждан и юридических лиц на земли сельскохозяйственного назначения.

Государство на первом этапе земельной реформы успешно выполнило задачу – передать земли в частную собственность. Однако принятые нормативные акты не позволяли людям эффективно использовать полученные в результате приватизации доли в праве собственности на земельные участки, а организациям невозможно было приобретать их в собственность или в аренду. Полноценного вовлечения в гражданский оборот с/х земель на данном этапе не состоялось.

Реформирование земельных правоотношений

Необходимость устранения несовершенства правовых актов, принятых на первом этапе реформирования земельных отношений, привела к принятию ряда федеральных законов, регламентирующих отношения участников в сфере оборота с/х земель.

На наш взгляд, к фундаментальным изменениям можно отнести принятие Земельного кодекса Российской Федерации, Федеральных законов «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения», «О введении в действие Земельного кодекса» и «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним».

Земельный кодекс расширил субъектный состав правообладателей с/х земель – иностранные лица теперь могли приобретать право аренды – и окончательно закрепил возможность приобретения права собственности на указанные земли.

Вместе с тем он установил, что вопрос будет регулироваться Федеральным законом «Об обороте земель с/х назначения». С момента вступления в силу закона в 2003 году началось массовое приобретение земельных долей. Большинство сделок с земельными массивами, находящимися в долевой собственности, совершалось путем оформлением доверенностей от их собственников. Причем доверенности нередко оформлялись неграмотно, без указания полномочий по распоряжению земельными участками, выделенными в счет долей.

В частности, достаточно широкое распространение на практике получали схемы, направленные на лишение земли с/х предприятий, паевой фонд которых был сформирован за счет земельных долей физических лиц – бывших колхозников, принадлежащих им угодий.



Пример из практики

В нашу компанию обратилось руководство российского агропромышленного холдинга с просьбой разрешить такую ситуацию. Уставный капитал подмосковной агрофирмы, входящей в структуру холдинга, составляли земельные участки, которые ранее принадлежали физическим лицам – бывшим участникам колхоза.

Впоследствии о своих правах на данное имущество заявило другое юридическое лицо (ЗАО), представив договоры купли-продажи земельных долей, заключенные между ним и указанными физическими лицами.

Конфликт приобрел затяжной характер, в результате которого ни одно из юридических лиц не могло в полной мере использовать данный актив для осуществления хозяйственной деятельности.

Для разрешения сложившейся ситуации Бюро предложило клиенту подать исковое заявление о признании права собственности на земельные участки, внесенные в Уставный капитал. В качестве оснований, приводимых в защиту интересов клиента, были использованы имевшие место нарушения при формировании участков и при передаче земельных долей в собственность ЗАО.

Суд признал договоры купли-продажи и дарения земельных долей ничтожными сделками, подтвердив довод Бюро о том, что у физических лиц – бывших членов колхоза право собственности на земельные доли отсутствовало. В результате клиент подтвердил свое право собственности на земельные участки, составляющие его уставный капитал, и получил возможность использовать принадлежащий ему актив в хозяйственной деятельности.

Принятие Федерального закона «О введении в действие Земельного кодекса Российской Федерации» возложило на юридические лица, в том числе и на с/х организации, обязанность по переоформлению права постоянного пользования по своему усмотрению либо на право собственности, либо на право аренды в срок до 1 января 2010 года.

Большинство сельхозпредприятий приступили к поэтапному решению данного вопроса и стали сталкиваться с различного рода проблемами. Например, им зачастую отказывали в переоформлении участков по цене, регламентированной Земельным кодексом, ставя предприятия агробизнеса перед фактом: или рыночная цена

выкупа участков, или ничего. Многие из них, сознавая, что реальная цена переоформления участков, основанная на положениях закона, в десятки раз меньше рыночной, предпочитали отстаивать свои права в суде.



Пример из практики

При сопровождении нашей компанией сделок по выкупу земельных участков из государственной собственности и последующих сделок в отношении таких участков всегда детально проверяется история участка и полномочия

органов власти – потенциальных продавцов. Для инвестора это важно вне зависимости от «настроения» местных органов власти и их готовности к продаже земли.

В одном из регионов и местные и региональные органы были чрезвычайно лояльно настроены к тем ор-

ганизациям, которые были готовы к выкупу земельных участков. Были переоформлены значительные земельные массивы. После приобретения в ходе такой «распродажи» менеджмент одной из компаний-покупателей, интуитивно чувствуя, что сделки оформляются с нарушениями, обратился за проведением правовой экспертизы (Legal Due Diligence) приобретенных земельных участков.

Договор купли-продажи был заключен покупателем с администрацией района, и было установлено, что на момент заключения сделки стороны договора купли-продажи исходили из того, что собственность на земельный участок не разграничена. Нашей компанией был выявлен риск оспаривания этой сделки, поскольку указанный земельный участок можно отнести к федеральной собственности, распоряжение которой не может осуществляться местными органами власти. В целях устранения нарушений был получен ряд согласований и одобрений от уполномоченных органов.

В 2008-2009 годах первоначальные сделки по выкупу действительно начали оспариваться, а участки истребоваться у их владельцев. Вовремя полу-

«Проблема привлечения иностранных инвестиций в агропромышленный сектор экономики связана в том числе с несовершенством российского законодательства, регламентирующего права иностранных лиц на земельные участки с/х назначения».

ченные документы повлекли снятие в ходе этих споров всех претензий у компании, менеджмент которой не поленился провести правовой аудит.

Результатом принятия нормативных актов в сфере правового оборота земель с/х отношения явились: упорядочение земельных правоотношений, вовлечение в гражданский оборот с/х земель, использование заинтересованными лицами многочисленных недостатков законодательства в своих спекулятивных интересах.

Пробелы законодательства, регламентирующего оборот с/х земель

Федеральный закон «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения» возложил на собственников обязанность использовать с/х земли в соответствии с их назначением. В случае ненадлежащего использования или неиспользования в течение трех лет земельный участок может быть принудительно изъят в судебном порядке.

В настоящее время огромные площади с/х угодий собственниками не используются. Поля зарастают кустарником, а иногда лесом. Казалось бы, земельные участки можно изъять у нерадивого хозяина и передать успешным агропромышленным предприятиям, но здесь возникает

проблема: правовой регламент изъятия не эффективен.

Сейчас в Государственной думе на рассмотрении находятся два альтернативных законопроекта по законодательным инициативам об использовании земельных участков по целевому назначению. Один внесен группой депутатов во главе с **председателем комитета по строительству и земельным отношениям Государственной думы РФ М.Л. Шакумом**, другой представлен Государственным советом Республики Татарстан.

Вопросы, затрагиваемые авторами указанных законопроектов, касающиеся процедуры изъятия земельных участков, безусловно являются актуальными, поскольку проблема неиспользования с/х земель приобрела масштабный характер, а предусмотренные законодательством правовые механизмы, позволяющие изымать участки у неэффективных собственников, не работают.

Каждый представленный проект содержит вполне адекватные поправки и имеет свои особенности и сильные стороны. Однако представляется, что ни один из них не позволит полностью восполнить существующие пробелы законодательства и выстроить «работающий» алгоритм действий административных и судебных органов по изъятию земельных участков.

Кроме того, имеют место случаи, когда собственники до истечения трехлетнего срока владения участками переоформляют права на дружественных им лиц, зачастую действуя в обход преимущественного права субъектов РФ на приобретение земель с/х назначения. Согласно ему продавец такого земельного участка обязан известить в письменной форме высший исполнительный орган государственной власти субъекта РФ. В случае отказа органа от приобретения или не уведомления им продавца в течение 30 дней о принятом решении продавец вправе продать участок третьему лицу. Однако лица, заинтересованные в оперативном переходе права на такие земли, используют иные правовые механизмы, например, вносят с/х участки в уставный капитал общества с ограниченной ответственностью.

Полагаем, что внесение земельных участков в уставный капитал хозяйственных обществ является возможной и совершенно законной сделкой, но многие недобросовестные лица используют ее для прикрытия сделки купли-продажи. В этом случае существует риск оспаривания сделки заинтересованными лицами, если при ее совершении были нарушены требования закона.

Возможность приобретения иностранными лицами с/х земель

Проблема привлечения иностранных инвестиций в агропромышленный сектор экономики связана в том числе с несовершенством российского законодательства, регламентирующего права иностранных лиц на земельные участки с/х назначения.

До принятия Земельного кодекса иностранные граждане и юридические лица были лишены права владения земельными участками на территории России. С его принятием они получили возможность приобретать право аренды на земельные участки. Однако их права на владение землей носят по сравнению с гражданами России ограниченный характер. До установления Президентом РФ специального перечня территорий не допускается предоставление земельных участков, расположенных на приграничных территориях, иностранным гражданам, лицам без гражданства и иностранным юридическим лицам.



В настоящее время огромные площади с/х угодий собственниками не используются. Поля зарастают кустарником, а иногда лесом. Казалось бы, земельные участки можно изъять у нерадивого хозяина и передать успешным агропромышленным предприятиям, но здесь возникает проблема: правовой регламент изъятия не эффективен.

В настоящее время такой перечень не утвержден, что препятствует приобретению иностранными лицами прав на земельные участки, находящиеся в приграничных территориях страны.

Иностранные граждане, иностранные юридические лица, лица без гражданства, а также юридические лица, в уставном (складочном) капитале которых доля иностранных граждан, иностранных юридических лиц, лиц без гражданства составляет более чем 50%, могут обладать земельными участками только на праве аренды.

Следует обратить внимание на то, что речь идет не только об иностранных юридических лицах, но и о тех российских юридических лицах, в которых доля иностранного капитала составляет более чем 50%. Сделка, совершенная собственником земельного участка по его отчуждению в пользу иностранного юридического лица, ничтожна.

Законодателем установлен механизм защиты от приобретения иностранными лицами долей в хозяйственных обществах, являющихся собственниками земельных участков. Например, иностранное юридическое лицо приобретает 100%-ную долю в уставном капитале российского общества с ограниченной ответственностью, являющегося носителем актива – земельного участка с/х назначения. С точки зрения гражданского и корпоративного права такая сделка законна, однако с момента перехода права собственности на долю в обществе у иностранного юридического лица возникает обязанность осуществить отчуждение земельного участка в течение одного года. В противном случае его принудят к продаже земельного участка или доли в праве общей собственности на земельный участок на торгах.

Пример из практики

К нам обратился иностранный инвестор, который намеревался приобрести земельный участок с/х назначения, находящийся в стадии его перевода продавцом в другую категорию – земли промышленности, и возвести на нем производственный комплекс. Поскольку сделка была на стадии окончательного оформления и подписания, наша организация провела оперативный правовой анализ ситуации

и выявила обстоятельства, существенно осложняющие процедуру приобретения участка, а также риски, которые могут повлечь невозможность изменения категории земельного участка. По результатам правового заключения клиенту было предложено несколько альтернативных вариантов решения проблемы. Одновременно с этим выяснилось, что продавцу участка, как и указывало бюро, в переводе земельного участка в другую категорию было отказано. В результате инвестор решил проводить строительство комплекса на другом месте.

Сложности у инвесторов могут возникнуть и в иной сфере. В бюро обратилась компания с 20% иностранными инвестициями, владевшая земельным участком, предназначенным для животноводства. Для осуществления своей деятельности она произвела раздел участка на несколько более мелких, у части которых впоследствии был изменен вид разрешенного использования. В результате у инвестора возникли судебные споры со смежными землепользователями относительно границ участков, которые, как выяснилось, были согласованы с нарушениями законодательства, а также судебные споры с администрацией муниципального образования относительно правомерности изменения местной администрацией вида разрешенного использования.

В суде споры закончились положительно для клиента. Однако их можно было избежать, если бы инвестор обратился к нам еще на стадии планирования раздела земельного участка и изменения вида разрешенного использования.

Часто выявляемые бюро правовые риски, связанные как со статусом участка, так и с возможностью его приобретения, приводили к тому, что сделки заключались только после полного устранения соответствующих проблем.

Ст. 5 Федерального закона «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения» в настоящее вре-

«Указанные нормы не препятствуют деятельности недобросовестных лиц, которые с успехом пользуются указанными механизмами в спекулятивных целях, но зачастую мешают тем инвесторам, кто намерен законно вести свой бизнес на территории страны».

мя не работает в силу отсутствия нормативно-правового регулирования взаимодействия налогового органа, осуществляющего государственную регистрацию юридических лиц, и органа, осуществляющего государственную регистрацию прав на недвижимое имущество и сделок с ним. Представляется, что указанными ведомствами должен быть разработан порядок информационного взаимодействия в указанной сфере.

Существуют и иные правовые механизмы, используемые иностранными юридическими лицами для приобретения на праве собственности с/х земель. Например, иностранному юридическому лицу позволительно зарегистрировать на территории России юридические лица со 100%-ным иностранным капиталом. Указанные юридические лица вправе учредить еще одно юридическое лицо на территории России, которое, приобретая на праве собственности земельный участок, уже не столкнется с правовыми барьерами. Указанные нормы не препятствуют деятельности недобросовестных лиц, которые с успехом пользуются указанными механизмами в спекулятивных целях, но зачастую мешают тем инвесторам, кто намерен законно вести свой бизнес на территории страны.

В настоящее время ситуация, сложившаяся в экономике вследствие финансового кризиса, неблагоприятно влияет и на ценообразование земель с/х производства. Лица, имеющие земли с/х назначения как непрофильные активы, стараются поскорее реализовать их на рынке, что вызывает значительное снижение цены.

Таким образом, в результате земельной реформы у земель с/х назначения появились частные собственники. Принятие нормативно-правовых актов в сфере оборота с/х земель способствовало вовлечению данных участков в гражданский оборот. Участились споры о правах на земли, инициируемые лицами, заинтересованными в переделе права собственности на земельные участки. **КС**



prodosfera.com

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОРТАЛ

Не проспять смену плана!



Food Business Russia 2010
*главный деловой съезд
продовольственного рынка России*

4-5 февраля 2010, Москва

Регистрация участия: (495) 785-22-06, 785-22-08

www.b2bcg.ru

***все участники цепочки поставок:
главы розничных сетей, дистрибьюторов, производителей
товаров повседневного спроса и фармпрепаратов.***

Организатор: BBCG

BBCG
B2B Conference Group

Если мы хотим создать новый мир...



...материал для него готов.