

хлебопечение/

кондитерская сфера



А.С. Зорин,
президент Ассоциации
«Хлебопеки
Санкт-Петербурга»:

Нельзя сдерживать цены искусственно за счет производителей, которые потом не доплачивают зарплату хлебопекам и вовремя не заменяют оборудование. Все это в конечном итоге скажется на качестве продукции. Правильнее будет со стороны государства изыскивать резервы индексации доходов малообеспеченных слоев населения.

36



Как защитить свою индивидуальность

Защита интеллектуальной собственности, в том числе товарного знака, – сегодня весьма актуальный вопрос для многих компаний. Большинство сегментов рынка насыщено, а значит охрана прав на средства индивидуализации имеет особенное значение.

66

Особенности российских булочных

Сегодня для того, чтобы полакомиться качественной свежей выпечкой, совсем не обязательно ехать во Францию – российские предприниматели предлагают нам свои вариации на тему булочных-кафе. /стр. 6.

Сайт для топ-менеджеров
и специалистов пищевой
промышленности

Лови
волну!

■ МЯСНАЯ СФЕРА

■ КОНДИТЕРСКАЯ СФЕРА /
ХЛЕБОПЕЧЕНИЕ

■ МОЛОЧНАЯ СФЕРА

■ ПТИЦЕПРОМ

FM

sfera.FM



На сайте в удобной форме
представлены:

СТАТЬИ

на отраслевую тематику

НОВОСТИ

ФОТОРЕПОРТАЖИ

с прошедших мероприятий и выставок

ПОДПИСКА *

НА ЖУРНАЛЫ «СФЕРА»

**РЕКЛАМНЫЕ
ВОЗМОЖНОСТИ**

* действует спецпредложение



Профессиональные
решения



Маргарины высокожирные ТМ «СолПро» –

это профессиональное решение для мучных кондитерских и хлебобулочных изделий, для изготовления сдобных, песочных и других продуктов.

Высокожирные универсальные маргарины, обладающие высокой технологичностью и отличными физико-химическими свойствами.

Ассортимент:

маргарин «Столовый Молочный», жирность 82%;
маргарин «Столовый Молочный Особый», жирность 82%;
маргарин «Столовый Универсальный», жирность 75%.

Функциональные преимущества высокожирных маргаринов «СолПро»:

- Придают готовым изделиям великолепный вкус и аромат.
- Обеспечивают равномерное распределение в тесте.
- Способствуют образованию хорошей структуры, гарантирует мелкодисперсную пористость мякиша.
- Позволяют сохранить высокое качество готового изделия, стабильное в течение всего срока годности.



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

специализированные кондитерские жиры и маргарины

www.solpro.ru

содержание

	отрасль	10	
Лучшие мировые специалисты приходят в Россию		13	
	крупным планом		Бизнес и предпринимательство – не одно и то же 36



6

Главное для булочной-кафе – свежесть выпечки, здесь не может быть «вчерашней» продукции, по крайней мере если производитель не хочет потерять клиентов. Остатки нерализованной продукции – это всегда убытки.

тема номера	Особенности российских булочных	6	<i>/тенденции</i>	2010 год: итоги и прогнозы	30
<i>/отрасль /стратегии</i>	Объединяя усилия	10	<i>/компании /события и факты</i>	Новости	34
	Лучшие мировые специалисты приходят в Россию	13			
<i>/события и факты</i>	«Агропродмаш-2010» снова открывает двери в мир инноваций	16	<i>/отрасль /крупным планом</i>	Бизнес и предпринимательство – не одно и то же	36
	Все новинки пищевой индустрии – на SIAL	18	<i>/производство /оборудование</i>	Производство крекеров	44
	Новости	20		Власть и бизнес: полезное сотрудничество	48
	«Горячее лето-2010» и его последствия	24		Швейцарское качество для малого бизнеса	50
<i>/тенденции</i>	Все о современном хлебопечении	26			

содержание

производство	44
Жировая основа слоеного теста	52
упаковка	Упаковка зеленеет 65

Пончики получили распространение в Берлине, где продавались с лотков. Пончики наполняются разнообразными начинками – фруктовыми джемами, сливочными и заварными кремами, а сверху посыпаются сахарной пудрой или покрываются глазурью.

62



60

Маффины готовят, помещая тесто в порционные жестяные или силиконовые формы, часто внутрь формы кладут бумажную подложку, в которой изделие потом поступает к потребителю. Такая упаковка выполняет двойную функцию. Во-первых, изделие не прилипает к форме, а во-вторых, позволяет потребителю не запачкаться.

производство
/ингредиенты

Жировая основа слоеного теста	52
Mars с USDA вывели особый сорт какао	55
Роль маргарина при производстве изделий из песочного теста	56
Новое поколение жиров для начинок и конфет	58
Маффин – заморский сладкий гость	60

/ингредиенты

Большая европейская прогулка 62

НIMAX IG:
вкуснее и полезнее 64

/упаковка

Упаковка зеленеет 65

консалтинг
/право

Как защитить свою индивидуальность 66

/страхование

Риски и возможности: страхование в пищевой промышленности 70

хлебопечение/
кондитерская сфера
№5 (37) 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, 199034, Санкт-Петербург, Большой проспект В. О., д. 18, лит. А, БЦ Андреевский Двор, оф. 358, тел./факс: +7 (812) 70-236-70, www.sfera.fm

Издатель:
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Генеральный директор:
Алексей Захаров

Руководитель коммерческого департамента:
Ольга Паленова
o.palenova@sfera.fm

Реклама:
Виктория Паленова
v.palenova@sfera.fm

Зоя Титова
z.titova@sfera.fm

Наталья Баранцева
n.baranitseva@sfera.fm

Екатерина Лунева
e.luneva@sfera.fm

Выпускающий редактор:
Елена Максимова
konditer@sfera.fm

Дизайн и верстка:
Анастасия Баранова

Корректор,
литературный редактор:
Вероника Нечаева
korrektor@sfera.fm

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 **P**, публикуются на коммерческой основе. Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремииумПресс». Подписано в печать: 3.11.10. Тираж: 5000 экз.



На одной волне



Нашу жизнь невозможно представить без перемен: без них она была бы слишком однообразной и скучной. Но, с другой стороны, хочется, чтобы эти перемены всегда были к лучшему. Вот и у нас произошли некоторые перемены, которые очень радуют весь коллектив нашего журнала. Надеюсь, порадуют они и вас.

Теперь все новости пищевой промышленности, весь архив наших публикаций и еще много-много интересного вы сможете увидеть на нашем новом сайте www.sfera.fm.

Fm у многих ассоциируется с радиочастотой. В нашем случае эти буквы расшифровываются как food market и полностью отражают суть содержания сайта.

Надеемся, что на нашем электронном ресурсе вы найдете для себя много полезной и интересной информации. Будем очень рады оказаться с вами на одной волне!

Редактор журнала
«Кондитерская сфера/хлебопечение»
Елена Максимова



Особенности российских булочных



«Главное впечатление, которое у меня осталось от Франции – это запах свежей выпечки. Кажется, будто им пропитан каждый переулок», – рассказывала мне подруга после своей первой поездки в столицу моды, духов и, как выяснилось, булочных.

Возможно, она и преувеличивала, но слушая ее, я сама с ностальгией вспоминала французские «boulangerie» с их хрустящими круассанами и багетами. Однако сегодня для того, чтобы полакомиться качественной свежей выпечкой, совсем не обязательно ехать во Францию – российские предприниматели предлагают нам свои вариации на тему булочных-кафе.

Что такое современная российская булочная

Булочные-кафе сочетают в себе два сегмента бизнеса – ресторанный и хлебопекарный.

Развитие данного сегмента стало возможным благодаря тому, что появилось достаточное количество состоятельных горожан, которые готовы тратить деньги на свежую качественную выпечку. Однако, по утверждению экспертов, эти же причины в настоящее время ограничивают рост рынка, так как слой людей, готовых приобретать продукцию в булочных-кафе, ограничен. Именно поэтому данный формат в настоящее время имеет ограниченное распространение и востребован в крупных городах. Аналитики полагают, что 700 тыс. жителей – в настоящее время та минимальная планка, с которой стоит рассматри-

вать город в качестве перспективы для открытия заведений данного сегмента.

Годовой оборот успешных московских булочных-кондитерских составляет около 1 млрд руб.

Структура основного ассортимента российских булочных выглядит сегодня примерно следующим образом:

- хлеб 10-12 (иногда до 20) наименований по цене от 40 до 80 руб.;
- выпечка в пределах двух десятков ассортиментных позиций по цене от 40 до 60 руб.;
- порционные торты и пирожные – от 20 до 30 позиций по цене 100-250 руб.

Ассортимент готовых непорционных тортов в таких заведениях, как правило, невелик и не превышает 5-6 наименований. Точнее сказать, предлагается приобретать торты на заказ. И в этом случае их ассортимент будет уже значительным.

Неотъемлемую часть ассортимента булочной-кондитерской составляют конфеты, печенье, варенье и прочие сладости.

Формат кафетерия предоставляет потребителю возможность выбора: купить выпечку с собой или же потреблять на месте за столиками и с кофе или другими напитками.

В Европе во многих городах есть «boulangerie», где хлеб выпекается на глазах у покупателя. После выпечки его можно съесть за чашкой кофе на месте или забрать с собой упакованным в бумажный пакет. Это если говорить о булочной в классическом, точнее европейском ее понимании. В России же существуют различные варианты булочных-кафе.

Первый вариант – собственно «boulangerie». Булочная, в которой изготавливаются европейские варианты выпечки: слоеные изделия, бисквиты, багеты. Интерьер в таких заведениях соответствующий, европейский.

Второй формат – кафе-кондитерские. Там, как правило, ассортимент составляют пирожные, конфеты ручной работы, печенье.

Третий формат – более самобытный: пирожковые. Там можно попробовать пироги с различными начинками.

Однако сегодня чаще всего происходит смешение ассортимента, так как владельцы таких кафе хотят угодить как можно большему числу покупателей.

Заморозка

Сегодня все чаще иллюзию «выпечки на глазах» заменяет использование замороженных полуфабрикатов.



Формат кафе предоставляет потребителю возможность выбора: купить выпечку с собой или же потреблять на месте за столиками и с кофе или другими напитками

Такой способ очень удобен, так как он помогает использовать ограниченные площади и экономить время. Потребители, получив горячую выпечку, не задумываются о том, произведена ли она из заморозки или по полному циклу.

Для того чтобы выпекать изделия на месте, необходимо обладать определенными мощностями, складскими помещениями, холодильным оборудованием. К сожалению, производители не всегда могут позволить себе такие площади.

К тому же главное для булочной-кафе – свежесть выпечки, здесь не может быть «вчерашней» продукции, по крайней мере если производитель не хочет потерять клиентов. Остатки нерализованной продукции – это всегда убытки.

Если говорить о свежей выпечке, то вам необходимо будет, чтобы работ-

ники выпекали хлеб в ночную смену, иначе в первой половине дня не будет свежей выпечки, а это может серьезно испортить настроение спешащим на работу клеркам, и тогда, будьте уверены, больше в вашу пекарню они ни ногой!

Также стоит учитывать, что для того, чтобы в вашей «boulangerie» были посетители, необходимо, чтобы выпечка была хорошего качества и сделана по грамотной рецептуре, а для этого необходимо иметь в штате высокопрофессиональных пекарей и технологов, которым, безусловно, нужно платить зарплату.

Все перечисленные проблемы решают замороженные хлебобулочные и кондитерские изделия. Для того чтобы произвести допекание, не требуется ни больших площадей, ни работников в ночные смены, ни специального персонала. Если учесть все эти моменты, то замороженные изделия по себестоимости получаются даже дешевле, чем выпеченные по полному циклу.

Благодаря использованию заморозки вы достигнете высокой скорости обслуживания клиентов, а если правильно выберете поставщика, то и высокого качества выпечки.

По степени готовности замороженные изделия делят на следующие группы:

- невыпеченные – в этом случае заморозка происходит до расстоечного шкафа;
- изделия с предварительной расстойкой – они на требуют прохождения этапа расстойки;
- недовыпеченные изделия – для этой продукции достаточно разогрева в микроволновке.

Необходимо отметить, что замороженные полуфабрикаты бывают разного качества, и от выбора хорошего поставщика напрямую зависит, насколько вкусной будет ваша выпечка. Поэтому к выбору поставщика необходимо отнестись очень серьезно. В первую очередь, стоит обратить внимание, насколько широкий ассортимент продукции предлагает тот или иной производитель замороженных хлебобулочных и кондитерских изделий. Из нескольких вариантов необходимо выбрать того, кто предлагает продукцию действительно высокого качества. Здесь вариант только один: пробовать, причем обращать внимание не только на вкус, но и на внешний вид изделий. По словам экспертов, качественные замороженные полуфабрикаты после выпечки должны оставаться свежими в течение 24 часов. Этого для владельцев булочных-кафе вполне достаточно.

Выпечка полного цикла

Действительно, допекание замороженных полуфабрикатов является наиболее простым способом решения проблем с квалифицированным персоналом и недостатком площадей, однако есть и такие компании, которые выбрали другой путь: изготовление продукции по полному циклу. Одна из таких компаний – Санкт-Петербургская кафе-пекарня «Пироговый дворик».

О тонкостях работы на рынке кондитерско-ресторанного бизнеса рассказывает **Ася Клайман, генеральный директор ООО «Пироговый дворик»:**

– Ася, сегодня ни для кого не секрет, что владельцы булочных зачастую используют замороженную выпечку, которую просто разогревают. Насколько я знаю, вы идете по другому пути – выпекаете изделия по полному циклу. Насколько это рентабельно?

– Совсем не рентабельно, и к тому же очень не технологично. А главное, тяжело контролировать качество продукции. Но это наша «фишка», которая отличает наши пироги от многих других. Много минусов, много плюсов. Вот и балансируем.

ПРЯМАЯ РЕЧЬ

Ася Клайман:

«Как это ни парадоксально, благодаря кризису освободилось масса прекрасных помещений, так что выбор есть».



– Часто ли у вас остается нереализованная продукция? Возможно ли точно рассчитать, сколько изделий надо выпечь, чтобы реализовать все?

– Остается, конечно, но наши пекарни работают круглосуточно, и если пирог и остается наутро, то он в любом случае изготовлен вечером и ему не более полусуток. Ассортимент к вечеру не стопроцентный, но достаточный, и это так называемый вечерний завоз, то есть все свежее.

– Многие булочные, возможно, и рады были бы выпекать продукцию по полному циклу, но для этого нужны большие площади. Как вы решаете вопрос с дополнительными площадями?

– Это проблема. Причем скорее даже проблема не столько самих площадей, сколько технических возможностей на этих площадях. Электроэнергия, вентиляционные системы и многое другое – все это очень сложно подобрать и организовать, но, как это ни парадоксально, благодаря кризису освободилась масса прекрасных помещений, так что выбор есть.

– Сегодня россияне зачастую завтракают в кафе, а свежая выпечка на завтрак – это всегда приятно. У Вас можно ее приобрести?

– Наши пекарни круглосуточные. С утра у нас всегда полный ассортимент свежей выпечки.

– Как вы относитесь к различным улучшителям, которые позволяют выпечке долго сохраняться свежей? Ведь тогда отпадает необходимость работы персонала в ночную смену.

– Наша принципиальная позиция такова, что мы не добавляем в наши пироги никаких добавок, улучшителей или консервантов. Если же пирог все-таки не нашел своего покупателя в положенное ему для этого время, мы его списываем.

– Насколько важную роль для пекарни играет ее самобытность?

– Если Вы имеете в виду оригинальность идеи, то очень важную. Самобытность важна для любого бренда. Попытки подражать кому-то, как правило, терпят неудачу: продукт, копированный у конкурента, недолговечен. У меня лично производители, выбирающие такой путь ведения бизнеса, вызывают жалость. Я считаю, что в нашем ремесле каждый может и должен привнести в дело что-то свое: немного тепла, ума и, главное, сердца.

Интерьер

Для того чтобы булочная-кафе была успешной, очень важно уделять внимание не только качеству выпечки, но и интерьеру: у посетителей должно быть желание остаться у вас. Интерьер должен соответствовать названию вашего заведения и ассортименту. Если, например, вы решили делать булочную по типу европейской «boulangerie», можно декорировать стены фотографиями или картинами с видами Европы, чтобы клиенты, зайдя к вам в заведение с шумной улицы, чувствовали, будто они попадают в некий европейский оазис. Для кондитерских, где упор делается на сладости или со смешанным ассортиментом, хорошо подойдет мебель в шоколадных тонах и картины с вкусными десертами на стенах. Если говорить о пирожковых, то они ассоциируются с гостеприимством и широкой русской душой, поэтому посетителям понравится, если в качестве элемента декора в таком заведении будет присутствовать, скажем, самовар, причем в пирожковой будет довольно странным увидеть диваны с кожаной обивкой вместо широких деревянных скамеек и столиков с накрахмаленными скатертями.

При этом в любом случае посетители ждут от владельцев кафе проявления фантазии и творчества – как в ассортименте, так и в декоре. Главное – чтобы у вас хотелось не только остаться, но и показать это «чудное местечко» друзьям или коллегам по работе.

Расположение

Выбор правильного места расположения булочной тоже играет значительную роль в завоевании успеха на рынке. Наилучшими местами для размещения таких заведений, как правило, считаются центральные районы города смешанного типа – где есть офисы, жилье и хочется иметь возможность для комфортного отдыха. Также бывает хорошо размещаться рядом крупными транспортными узлами и в спальных районах. При этом нужно обратить внимание на то, что в этом спальном районе должно быть коммерческое жилье. То есть квартиры в нем должны быть куплены, а не розданы. Это будет означать, что в нем проживают люди, способные делать покупки хлеба более дорогого, чем нарезной батон. Только при таком условии имеет смысл налаживать свой бизнес в спальных районах.

Ну а если говорить о характеристиках помещения с точки зрения повышения эффективности продаж, то практически обязательным является требование первой линии домов, высокая проходимость и наличие больших витринных окон.



Андрей Петраков,
исполнительный директор консалтинговой компании RestCon

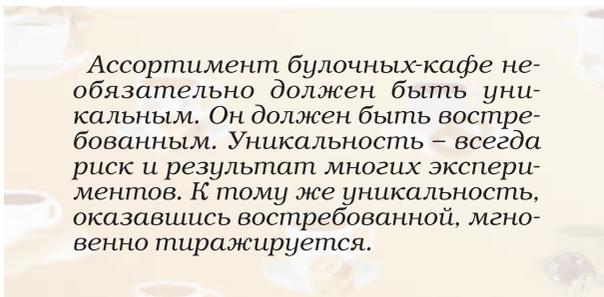
В том виде, как сейчас, булочные-кафе появились относительно недавно – несколько лет назад. Думаю, не будет большим преувеличением сказать, что даже сейчас в таком крупном мегаполисе, как Москва, их едва насчитывается несколько десятков. Подобные заведения никогда не появляются на ресторанном рынке с момента его возникновения. Булочные в их современной ипостаси – явления относительно сформировавшегося рынка, они рассчитаны на зрелого потребителя.

Чтобы булочные были востребованы, нужно чтобы, во-первых, сформировалось достаточное количество обеспеченных потребителей, а во-вторых, эти потребители были бы готовы платить за качество и некую эксклюзивность в разы больше, чем за стандартную продукцию. Это говорит о том, что булочные – явление для больших городов и развитых стран. В этом смысле крупные российские города, а также некоторые небольшие (в зависимости от профилирующих в них производств) могут оказаться подходящими для размещения булочных.

Ассортимент булочных-кафе необязательно должен быть уникальным. Он должен быть востребованным. Уникальность – всегда риск и результат многих экспериментов. К тому же уникальность, оказавшись востребованной, мгновенно тиражируется.

Булочные-кондитерские очень сильно зависят от места размещения, то есть являются местозависимыми заведениями. Оптимальными местами размещения булочных-кафе являются центральные части города, где много клиентуры разных категорий – от туристов до офисных служащих. Владельцам булочных-кафе также могут быть интересны транспортные узлы и районы новой застройки, где квартиры приобретались, а не раздавались.

Дизайн для таких заведений тоже важен, он должен соответствовать уровню и профилю места – причем как интерьером, так и внешней отделкой. При этом требования к дизай-



Ассортимент булочных-кафе обязательно должен быть уникальным. Он должен быть востребованным. Уникальность – всегда риск и результат многих экспериментов. К тому же уникальность, оказавшись востребованной, мгновенно тиражируется.

ну булочных-кафе несколько проще, чем по отношению к ресторанам. На этапе становления, то есть на сегодняшний день, булочные в силу их ценовой категории являются заведениями, реализующими по сути дела люксовый товар, поэтому требования к дизайну и обслуживанию здесь повышенные. Через несколько лет все станет проще.

Основной фактор успеха – высокая проходимость места размещения. По нашим расчетам рядом с заведением в течение рабочего дня должно проходить не менее 5 тыс. человек.

Дополнительные факторы, влияющие на успех заведения, – первая линия домов, большие витрины, первый этаж.

Одиночные булочные при хорошем месте размещения вполне способны конкурировать с сетевыми – в том смысле, что если рядом есть сетевое и несетевое заведение, то невозможно сказать наверняка, кто кого вытеснит. Единичное заведение может быть более привлекательным по цене, обслуживанию, домашней атмосфере, индивидуальным позициям в меню.

На выбор способа продвижения булочных-кафе сильно влияет место расположения. В основном это наружная реклама и реклама внутри зала. Это все для большого города. Владельцам булочных в маленьких городах можно использовать для рекламирования себя телевидение.

Российские булочные ничем принципиально не отличаются от западных. Все различия несущественны. Если залезть в Интернет и посмотреть на ассортимент западных булочных в разных странах, то ничего принципиально нового мы не увидим. Единственное, наши булочные редко сами пекут хлеб – они его допекают из полуфабрикатов высокой степени готовности.

Сегодня булочные-кафе относятся к высокому ценовому сегменту: стоимость продукции там в 2-4 раза выше, чем в ларьках с дешевым хлебом и дешевой выпечкой. Что-то промежуточное пока не сформировалось, хотя попытки есть. Надо понимать, что основу продаж булочной составляет не хлеб, а кондитерские изделия.

Сейчас данный сегмент достаточно популярен. Мы полагаем, что ближайшие 3-4 года у него есть все шансы расти не менее чем на 50% в год. Но это только потому, что сегодня этот рынок по-прежнему находится в стартовых условиях.



А. С. Зорин,
президент Ассоциации
«Хлебопеки Санкт-Петербурга»

Наверное, такое направление, как булочные-кафе, является перспективным, но часто изготовление на месте, особенно в центре города, осуществлять проблематично: надо ставить специальные вентиляционные системы. Постоянная же доставка свежей продукции по городу в мегаполисах затруднена из-за пробок. Необходимо решать все эти проблемы.

Есть вариант приобрести оборудование для оперативного разогрева – для этого не надо ни особых мощностей, ни сложных вентиляционных систем.

Кафе-кондитерские в чистом виде или булочная-кондитерская с кафетерием – это хороший формат для города, особенно для его центра, чаще всего посетителями таких заведений являются гости города.

Другой вопрос – будет ли этот бизнес очень доходным: если делать такую точку в центре города – там будет очень высокая арендная плата. Если предпринимателя не душить завышенной арендной платой и другими формами неэффективного государственного вмешательства, такие кондитерские будут развиваться.

При этом в нашем городе есть производители качественной продукции в широком ассортименте. Нужно, чтобы было достаточное количество кафе, которые доносили бы эту продукцию до потребителя в свежем виде. **КС**

Автор:



Елена Максимова

Объединяя усилия

Сегодня перед хлебопекарными и кондитерскими предприятиями стоит ряд очень непростых задач. Удерживать достойные позиции на рынке среди множества конкурентов, решать текущие вопросы, следить за потребительским спросом – все это делать очень непросто. Особенно малым и средним предприятиям и особенно в одиночку. А что, если объединиться? Сегодня у производителей в Санкт-Петербурге такая возможность появилась – с 20 июля текущего года в государственный реестр саморегулируемых организаций внесен Союз производителей и торговых компаний продовольственного рынка «РОСТТ».



Появление лейбла «РОСТТ» означает, что продукция является лидером покупательского спроса, и есть основания советовать покупателям ее приобрести

Предпосылки создания

Хлебопекарная и кондитерская промышленность России, и в частности Санкт-Петербурга, в большинстве своем представлена малыми и средними предприятиями, многие из которых предлагают потребителю продукцию, интересную не только в плане ассортимента, но и достойную по качеству. Более того, технический уровень производства многих, да-

же не самых крупных кондитерских и хлебопекарных предприятий достаточно высок.

Из всего этого можно сделать вывод, что данные подотрасли пищевой промышленности имеют хорошие перспективы. Сейчас многие компании уже заняли свою нишу, имеют собственное лицо. Малые формы предпринимательства должны появляться и развиваться, однако существует ряд

мешающих факторов. Это дискриминация со стороны розничных сетей, издержки бюрократии госконтролеров и надзирателей, все новые поборы естественных монополий при практически абсолютной государственной поддержке, неэффективное посредничество при допуске к государственному заказу, ресурсам и законодательно установленным мерам государственной поддержки малого и среднего предпринимательства.

Противостоять всем этим трудностям можно только сообща, в тесном сотрудничестве.

Качество – главный критерий отбора

В Союз производственных и торговых компаний продовольственного рынка могут вступить любые производящие и торговые предприятия, качественно работающие на рынке. Причем компании должны подавать заявку лично: через посредников в Союз не принимают.

Саморегулируемые организации, в том числе и «РОСТТ», отвечают перед потребителем за качество продукции членом союза. Поэтому для того, чтобы стать членами организации, необходимо пройти проверку на качество. После подачи заявки на вступление в «РОСТТ»

предприятия становятся кандидатами и полгода работают на рынке в своем обычном режиме. Если они устраивают остальных членов «РОСТТ» по культуре производства и качеству продукции, то через полгода они становятся полноправными членами Союза. Жестких проверок специалисты по контролю качества «РОСТТ» не устраивают. Они оценивают состояние производства или торговой точки, общаются с работниками и покупателями.

Если при проверке выявляются мелкие недостатки, их стараются исправить совместными усилиями,

и когда предприятие устраняет недочеты, подстраиваясь под принятые стандарты, оно становится членом «РОСТТ». В течение всего кандидатского срока к компаниям, даже если они не соответствуют стандартам Союза, не применяется никаких санкций: организация либо принимается, либо не принимается в «РОСТТ».

По мнению руководства «РОСТТ», производителя качественной продукции надо поддерживать, и только когда их будет много, на рынке будут и здоровая конкуренция, и достойный ассортимент. И наоборот, предприятия с темным производством и некачественной продукцией не должны попадать на рынок вообще, и в Союз они приняты не будут.



А. С. Зорин, президент Союза производственных и торговых компаний продовольственного рынка:

Мы не будем подставлять под удар свой имидж, поэтому технологически не подготовленному производителю, который не изготавливает продукцию должного качества, к нам путь заказан.

Цели и принципы

С момента вступления в организацию Союз начинает защищать права производителя или торговой компании.

У «РОСТТ» есть основные правила коммерческого поведения. Главный принцип – эффективное взаимодействие промышленности и торговли. По мнению руководства организации, необходимо установить такую систему, чтобы расчетные взаимоотношения между торговлей и промышленностью были эффективными, то есть чтобы при сотрудничестве торговли и производителей и те и другие зарабатывали свою прибыль с соблюдением приоритетных интересов потребителей.

Между собой члены Союза являются не только конкурентами, но и партнерами. По уставу «РОСТТ», они не должны критиковать продукцию коллег по цеху, в любой форме провоцировать негативное отношение третьих лиц (государства, потребителей и т. д.) друг к другу. В случае же выявления недостатков партнера, входящего в Союз, вопрос об устранении недостатков решается внутри организации. Кроме того, руководство саморегулируемой организации планирует установить эффективный диалог с властями и добиться того, чтобы все контролирующие органы и естественные монополии работали с нами как помогающий, а не мешающий фактор.

А. С. Зорин:

Наша задача – составить механизм эффективно-го государственного регулирования, взаимовыгодных отношений с естественными монополиями, поставщиками и торговлей, не входящей в Союз.

* ЧТО ТАКОЕ «РОСТТ»

Союз производственных и торговых компаний продовольственного рынка «РОСТТ» – некоммерческая саморегулируемая организация, внесенная в ведомственный реестр Управлением Федеральной регистрационной службы по Санкт-Петербургу и Ленинградской области.

На сегодняшний день в «РОСТТ» входит 26 организаций, среди которых – производители хлебобулочных и кондитерских изделий, торговые предприятия, а также консалтинговые и обучающие центры.

Члены Союза производственных и торговых компаний продовольственного рынка самостоятельно разработали все документы, и «РОСТТ» стал первой в России саморегулируемой организацией в пищевой отрасли.



Для того чтобы стать членами «РОСТТ», необходимо пройти проверку на качество

Задачи

Для того чтобы малое предприятие смогло достойно представлять себя на рынке, ему необходимо отличаться от других, поэтому еще одна задача, которую ставит перед собой «РОСТТ», – совершенствование профессионализма специалистов отрасли, повышение квалификации технологов, пекарей и других работников индустрии. Ведь прийти на рынок без своего лица – технологии, нестандартной продукции – перспективно для малых и средних предпринимателей. Для разработки ноу-хау необходимы опытные технологи, а таких специалистов надо готовить. У молодых технологов, только закончивших учебное заведение, хорошее теоретическое образование, но мало практики. Здесь главная проблема – нестыковка предложения со спросом, и если отладить этот процесс, появится возможность сочетать теоретические знания с практикой на предприятиях, где востребованы специалисты.

А. С. Зорин:

«В том, что учебные заведения готовят теоретических специалистов – не только их вина. У наших предпринимателей есть определенная закрытость, а ведь стажировка специалистов в период обучения должна быть на конкретном производстве – том, куда они пойдут работать. Предприятия же часто недостаточно эффективно и последовательно поддерживают связь с образовательными структурами. Важно, чтобы отдел по работе с персоналом своевременно давал нам информацию по вакансиям, в том числе – на перспективу».

Кроме того, существуют методики дообучения. Вопросы повышения квалификации помогают решить специальные профильные институты, с которыми саморегулируемая организация постоянно поддерживает связь.

Производственные предприятия, у которых нет опытных технологов, направляют соответствующую заявку в Союз, по таким заявкам создается банк данных в обучающем центре,

затем под количество заявок создается группа. Сами малые предприятия не могут оплатить обучение группы технологов, когда им нужен один, максимум два специалиста. Если же несколько предприятий имеют совместный интерес, становится проще создать группу. К тому же совместное обучение – это всегда взаимообогащение. «РОСТТ» обязан организовывать отслеживание спроса на специалистов, постоянно проводить мониторинг, поддерживать связь с учебными заведениями.

Еще одна задача Союза – отрегулировать узнаваемость товаров производителей, входящих в «РОСТТ». Каждое предприятие в составе организации производит товары высокого качества, которые являются востребованными у потребителя, и задача Союза – сделать так, чтобы у всех торговых операторов, входящих в него, эти товары оказались на полке с лейблами «РОСТТ». Такой брендинг позволит членам организации завоевать репутацию производителей качественной продукции, а малым предприятиям – увеличить продажи. Покупатель же увидит выгоду с точки зрения соотношения «качество-цена».

Союз производственных и торговых компаний продовольственного рынка – пока очень молодая организация, однако у «РОСТТ» есть положение «О присвоении права расположения знака на продукции».

Механизмы контроля качества

Контроль качества продукции своих предприятий «РОСТТ» осуществляет самостоятельно, что избавляет производителей от внеплановых проверок различных Федеральных контролирующих органов.

У саморегулируемых организаций существуют правила и стандарты внутреннего контроля: организация берет на себя ответственность за качество продукции своих членов, поэтому частота государственных проверок уменьшена законодательно.

Однако подход к вопросам качества у участников Союза очень серьезный. Сначала специалисты по контролю «РОСТТ» проводят производственную экспертизу – контролируют выпуск продукта, затем проходит экспертиза в торговой точке, проводится опрос покупателей. После этих процедур контрольный орган союза подтверждает, что продукция соответствует всем критериям качества, и это дает право производителю разместить на своих товарах логотип «РОСТТ». Появление этого лейбла означает, что продукция является лидером покупательского спроса, и есть основания советовать покупателям ее приобрести.

Причем логотип «РОСТТ» может присутствовать на разных позициях ассортимента. Главное – доверие потребителя к знаку, которое можно создать, только будучи полностью уверенными в качестве продукции.

А. С. Зорин:

«Ни одна саморегулируемая организация не может поместить свой логотип на некачественном продукте, который надо либо снимать с производства, либо модернизировать».

Приятно полагать, что кондитерская и хлебопекарная отрасли, благодаря саморегулированию, смогут развиваться еще более эффективно. **КС**

«Главный принцип – эффективное взаимодействие промышленности и торговли».

Гость:



Алан Милтон,
главный инженер-конструктор
Корпорации «СОЮЗ»



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

Беседовал: **В. И. Тетеряник**

Лучшие мировые специалисты приходят в Россию

Он построил комбинат для Unilever и Loders Croklaan... Что строит Алан Милтон в России?

Милтон из Милтона

– Господин Милтон, расскажите, в каких странах вы работали?

– Я работал на Ближнем Востоке и в Европе, а также в США, Англии и России. Отмечу лишь основные вехи моей трудовой биографии. Спроектировал и построил для компании Loders Croklaan самый большой в Европе завод по рафинации пальмового масла, находящийся в Роттердаме, производительностью 1 млн тонн в год. Также для Loders Croklaan построил комбинат по сухому фракционированию масел для производства маргаринов без трансизомеров. Для компании Unilever, производящей жиры, не содержащие трансизомеры, построил завод сухой фракцинации, при этом стал соавтором патента на эту технологию. Для этой же компании спроектировал первый завод энзимной переэтерификации, построенный еще в начале 1990-х годов. Тесно сотрудничал с такими известными компаниями, как Quest и IOI Group. Участвовал в модернизации двух заводов по рафинации масла в Англии и США. Был консультантом на предприятиях в Пакистане и Тунисе, где реализовывались подобные проекты. Меня часто спрашивают, как вам, родившемуся и выросшему в провинциальной деревне Милтон в 30 милях от Лондона, удалось не только блестяще окончить Лондонский Королевский колледж и инженерный факультет университета, но и добиться успехов в бизнесе и науке, построив более десяти заводов только для масложировой отрасли. Мало кто знает, что основным моим «университетом» стала жизнь, которая



с детства приучила меня к технике. Я ремонтировал все, что движется: велосипеды, лодки, различные механизмы. Благодарен за это многим наставникам, особенно родному дяде, который и привил любовь к «железу». Несколько лет после окончания университета я работал в авиастроении. Уже тогда я понял, что профессионализм, который не дается с дипломом инженера, а приходит с годами, – это гарантия качества продукции и дела, которому отдан без остатка. Но по-настоящему понять, что такое профессионализм, мне помог мой наставник – инженер, который всю сознательную жизнь проработал на предприятии масложировой промышленности, куда я пришел из авиастроительной

фирмы. За три года он передал мне свой тридцатилетний опыт работы по рафинации продукции, и то, что мне присвоена квалификация «профессиональный инженер», во многом его заслуга. Я словно встал на колею, которая повела меня по жизни.

– Вы спроектировали и построили дюжину заводов. Калининградский комбинат по переработке пищевых растительных масел – очередной. Что удалось достичь с тех пор, как запущена в эксплуатацию его первая очередь?

– Важно то, что один год потребовался, чтобы мы сумели, как говорят авиаторы, поставить на крыло новичков (а к их числу относилось абсолютное большинство), которые стали настоящими профессионалами своего дела, могут качественно выполнять свои обязанности (заметим, на производстве, где внедрены инновационные и уникальные для России технологии), а по сути решать важную корпоративную задачу – выпускать жиры специального назначения. Также совместно с руководством предприятия осуществлено экономическое обоснование его работы, произведена сравнительная оценка экономической эффективности работы комбината в сравнении с международными стандартами и даны необходимые рекомендации по оптимизации работы практически каждого специалиста. Важно, что к нашему предприятию нет вопросов у экологов, потому что мы предложили максимально эффективные способы утилизации отходов и сопутных продуктов. Налажен постоянный контроль качества выпускаемой продукции. Производственный процесс отлажен до такой степени, что к нему ни у кого нет претензий, значительно повышена надежность оборудования. И конечно же, важно, что выпуск новой продукции

налажен с использованием новых технологий. Все емкости масляного терминала изготовлены из пищевой нержавеющей стали, что отвечает международным нормам и требованиям национальных стандартов к условиям хранения пищевых растительных масел. Машинам, которые упаковывают продукцию в твердый полиэтилен, нет аналогов в России. Комбинат оснащен цехами дезодорации и рафинации, а также оборудованием для энзимной переэтерификации.

– Почему вы решили работать в России?

– Я пришел работать в Россию, потому что меня пригласила к себе Корпорация «СОЮЗ». Мне интересно все новое, интересно участвовать в проектировании и строительстве крупных и перспективных предприятий. К таковым по праву можно отнести комбинат по переработке пищевых растительных масел в Калининграде. Не так много компа-

исключить ее контакт с воздухом. В качестве «щита», способного преградить доступ кислорода, было решено использовать азот, который подается специальным способом в емкости с маслом. Еще раз было подтверждено мое правило, подкрепленное жизненным опытом: если хочешь добиться наивысшего качества продукции, обращайся с ней уважительно. Также мы учли, что уникальность технологии энзимной переэтерификации – в экологической чистоте производства и создании безопасных для здоровья человека продуктов. Именно под решение этих задач и принимали основные технологические решения.

Знающие люди – вот главные инвестиции

– За счет чего можно оставаться безоговорочным лидером на рынке масложировой продукции?

– Прежде всего, отмечу, что работники нашего предприятия думают о том, как

пользуется для поддержания температурного режима в емкостях хранения масел. Плюс ко всему у нас на сегодняшний день высококвалифицированные специалисты, которым можно во всем доверять.

– Есть ли у господина Милтона «секретное оружие», которое, кроме всего сказанного, обеспечит успех в работе не только сегодня, но и завтра?

– Тридцать лет, а точнее с конца 1970-х годов, я занимаюсь проектированием и строительством заводов по производству жиров специального назначения. Считаю, что мне повезло, потому что я учился у высококлассных специалистов, настоящих профессионалов, которые разработали и построили первую фабрику по фракционированию масел, основанную на технологии использующей специальный растворитель. При помощи этой технологии и сегодня производятся компоненты для производства жиров специального назначения. Знания и опыт – вот, образно говоря, мое «секретное оружие». Я принимал участие как в создании заводов по фракционированию масел с помощью растворителя, так и рафинации масла, а также переэтерификации сухого фракционирования и гидрогенизации. И еще открою один свой «секрет»: для производства жиров и масел специального назначения используем (и в дальнейшем будем использовать) сырье высокого качества. При этом для себя мы сделали практический вывод: высокое качество может быть достигнуто только тогда, когда уделяешь внимание самым незначительным, на первый взгляд, деталям при строительстве и эксплуатации завода.

Не учишься – отстанешь от прогресса

– Всегда ли Вы уверены в себе и в том, что делаете?

– Я уверен в принципах работы, которые обеспечат гарантированное качество продукции.

Каждый проект дает новые возможности. Я вижу свою ответственность в осуществлении профессионального проектирования и надзора за строительством, осуществляемым в строгом соответствии с техническими принципами и многолетним опытом работы. Вместе с коллегами из Корпорации «СОЮЗ» мы работаем по принципу «делай правильно с первого раза». Несмотря на то что у российских специалистов был свой опыт организации работы на масложировых предприятиях, мы находили компромиссный вариант, который удовлетворял всех, и произ-

ПРЯМАЯ РЕЧЬ

Алан Милтон:

«Уникальность технологии энзимной переэтерификации – в экологической чистоте производства и создании безопасных для здоровья человека продуктов».



ний во всем мире, которые могут позволить себе осуществлять такие крупномасштабные проекты, поэтому я с радостью принял приглашение российских коллег. Осуществление строительства такого комбината – это гордость для любого специалиста и еще одна вершина в моей профессиональной деятельности.

То, что делаешь, нужно любить

– Какие основные технологические решения использованы при строительстве цеха рафинации и энзимной переэтерификации?

– На этот вопрос непросто ответить. Перед строительством комбината мы понимали, что любое масло, будь оно плохое или хорошее, при контакте с воздухом постепенно начнет окисляться, а значит портиться. Можно ли остановить этот процесс? И тогда было принято решение: для того чтобы обеспечить высочайшее качество продукции, необходимо полностью

создать продукты, которые обладают повышенной биологической ценностью, то есть сбалансированным жирнокислотным составом. Неудивительно, что уже сегодня жиры специального назначения под торговой маркой «СОЮЗ» и «SDS» хорошо известны на российском пищевом рынке. Многие крупные производители продуктов питания используют их в качестве ингредиентов в молочной, кондитерской, хлебопекарной и масложировой промышленности. Что касается лидерства на масложировом рынке, то его обеспечивает, во-первых, высочайшее качество выпускаемой продукции, на которую нет ни одной рекламации. Во-вторых, внедрение передовых технологий производства и использование новейшего оборудования. Можно сказать, что каждое принимаемое решение – инновационное. Благодаря инновациям сегодня значительно снизились энергозатраты производства, благодаря рекуперации теплоносителей. Тепло ис-

водителей и заказчиков. Я рассказывал моим коллегам о способах обработки масел за рубежом, технологии приемки и хранения масел, которые зачастую в России перевозились и хранились в емкостях из черного металла, что недопустимо. Сегодня на комбинате используются самые современные конструкционные материалы, в том числе пищевая нержавеющая сталь. В итоге это позволило снизить затраты на строительство и производить на комбинате продукт высочайшего качества.

– Насколько Вы уверены в высоком качестве продукции, выпускаемой на вашем предприятии?

– Уверен, как говорят в России, на все 100%, так как только глубокий анализ технологических процессов и постоянный лабораторный контроль, а проверяем мы каждую партию продукции, позволяют высоко держать планку ее качества. Неудивительно, что спрос на нее высокий.

Продукты без трансизомеров

– Сегодня много пишут и говорят о вреде трансизомеров жирных кислот. Что, на Ваш взгляд, необходимо для полного исключения их из рациона питания россиян?

– Новейшие технологии производства, реализованные на нашем предприятии, позволяют полностью исключить наличие трансизомеров в выпускаемой продукции. В середине 1990-х годов компании в Европе начали собирать информацию по этой проблеме. В частности, было установлено, что один из основных путей, которым трансизомеры попадают в пищевое сырье, – это модификация жиров при гидрогенизации. Процесс гидрогенизации используется при производстве твердых жиров из жидких масел при производстве маргаринов, когда к молекулам масла присоединяются дополнительные атомы водорода, к тому же в присутствии химического элемента-катализатора. Это отрицательно сказывается на качестве продукта. В то время как энзимная перезтерификация позволяет производить маргарины и специализированные жиры, свободные от трансизомеров, точнее говоря без химии. Именно поэтому Корпорация «Союз» пригласила меня, чтобы построить в Калининграде завод энзимной перезтерификации для производства безопасной высококачественной продукции.

Уважаю компетентных

– Как Вы оцениваете уровень знаний и профессионализм российских специа-

листов, которые трудятся на предприятии?

– Скажу откровенно, что работать с моими коллегами – специалистами Корпорации «Союз» большое удовольствие. Они очень профессиональны и компетентны в технических вопросах. Успешное внедрение всех новшеств в производство и высокое качество готовой продукции во многом является результатом их работы. Я бы сказал, что высокий профессионализм и ответственность – вот основные инвестиции в качество продукции, которую мы выпускаем. Скажу больше, мне нравится работать в Корпорации «Союз» не только потому, что здесь знающие специалисты, но люди, поистине болеющие душой за дело. Меня удивляло, что они могут работать, если надо, от зари до зари. В буквальном смысле жить на комбинате я научился у них. Я бы сказал так: мы действительно стали союзниками, обеспечивая высококачественные ингредиенты россиянам.

– Каковы перспективы вашего производства, что, в частности, даст пуск второй очереди предприятия, к проектированию которой Вы уже приступили?

– Наша главная цель – дальнейшее улучшение качества и расширение ассортимента и объемов выпускаемой продукции и, конечно же, снижение затрат.

Вторая часть инвестиционного плана для данной площадки включает в себя проектирование и строительство увеличенных мощностей для изготовления и упаковки специализированных жиров в связи с растущими потребностями наших клиентов. Для этого Корпорация «СОЮЗ» создает идеальную логистическую инфраструктуру и новейшие склады. Окончание их строительства позволит значительно сократить затраты, связанные с логистикой, а также обеспечит готовность упаковочных линий к внедрению и производству продуктов по заказу наших клиентов.

– Какие уроки Вы извлекли из своего бизнеса?

– Я предполагал, во-первых, что не только при строительстве комбината, но и организации его работы, не обойтись без широкой интеграции бизнеса: любому успешному бизнесмену приходится работать с коллегами буквально по всему миру. Во-вторых, не обойтись без высокой социальной ответственности перед потребителями за то, чтобы твой товар имел низкую цену и высокое качество. Понимал, что придется постоянно следить за тем, чтобы на предприятии неукосни-

*** СПРАВКА:**

Алан Милтон окончил Лондонский Королевский колледж, после чего работал на различных предприятиях в Англии, Голландии и США. Он участвовал в крупнейших инвестиционных проектах по строительству фабрик для таких компаний, как Unilever, Loders Croklaan, Quest и др. В активе А. Милтона ряд серьезных технических разработок и решений для процессов обработки растительных масел, энзимной перезтерификации, сухого фракционирования, рафинации пальмового масла. Успешная карьера принесла А. Милтону международное признание и авторитет одного из лучших в мире специалистов по строительству масложировых комбинатов.

тельно выполнялись нормы безопасности продукции.

– Есть ли у Вас свободное время и как Вы его проводите?

– Несмотря на постоянную занятость, у меня, конечно, есть свободное время. Провожу я его, считаю, оригинально – путешествовать. Мне нравится бывать в новых местах, поэтому я еду туда, куда только что задумал. Еду или иду, как правило, по неизвестным мне маршрутам, но до сих пор я еще ни разу не потерялся (смеется. – авт.). Мечтаю поплавать по реке, но эту мечту осуществляю, когда у меня будет лодка. Очень люблю футбол. Смотрел все передачи с Чемпионата мира в этом году. Конечно же, болел за Англию. А еще люблю смотреть, как играют футболисты-любители нашего комбината. Мы можем не только работать, но и отдыхать.

– Часто ли Вы видите с родными?

– Это самый проблемный вопрос. Работу, особенно когда живешь в другой стране, сложно совместить с семейной жизнью. У меня есть две дочери (одна врач, другая занимается ресторанным бизнесом) и две внучки. Стараюсь навещать их, как минимум, два раза в год, но в основном общаюсь с ними по телефону и по Интернету, что, конечно же, не может компенсировать встречи с ними. И все же на первое место в жизни я ставлю работу. Работу, которая приносит радость мне и людям и которую считаю своей миссией в этой жизни. **КС**

Источники: www.agroprod mash-expo.ru
www.imperiaforum.ru

Событие: 15-я Международная выставка оборудования, технологий и ингредиентов для пищевой и перерабатывающей отраслей промышленности «Агропродмаш-2010»



«Агропродмаш-2010»

снова открывает двери в мир инноваций

С 11 по 15 октября в «Экспоцентре» работала 15-я Международная выставка оборудования, технологий и ингредиентов для пищевой и перерабатывающей отраслей промышленности «Агропродмаш-2010».



* СПРАВКА:

«АГРОПРОДМАШ» – это:

- лучшие технологические решения в сфере переработки и производства продуктов питания;
- прогрессивные системы промышленной автоматизации предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности;
- инновационные материалы, оборудование и проекты в сфере упаковки;
- экологически безопасные безотходные технологии;
- новейшее программное обеспечение.

В ходе пресс-конференции, посвященной открытию выставки, авторитетные российские и зарубежные эксперты рассказали о проблемах и перспективах развития отечественного АПК, его интеграции в международный агропромышленный рынок, а также о влиянии на агропродовольственный бизнес главной российской отраслевой выставки – «Агропродмаш».

Рассказывая о работе выставки «Агропродмаш» за прошедшие 15 лет, **заместитель генерального директора ЦВК «Экспоцентр» М. П. Толкачев** сообщил, что за полтора десятилетия площадь и число участников выстав-

ки выросли в 3 раза, и в этом году экспонентами «Агропродмаш-2010» стали около 700 предприятий, фирм и организаций из 35 стран. Впервые география ведущей агропромышленной выставки России столь широка, что свидетельствует о высочайшем международном статусе данного проекта, отмеченного сертификатами Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) и Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ). Выставка как главное отраслевое событие получила поддержку Министерства сельского хозяйства РФ и Министерства промышленности и торговли РФ, а также патро-

нат Торгово-промышленной палаты РФ и Правительства Москвы.

Международный смотр «Агропродмаш» рос и развивался одновременно с развитием отечественной агропромышленной отрасли, отметил в своем выступлении на пресс-конференции **заместитель директора Департамента пищевой, перерабатывающей промышленности и качества продукции Минсельхоза России С. Н. Серегин**. Он сообщил, что в настоящее время российская пищевая и перерабатывающая промышленность успешно развивается, ее доля в промышленном производстве достигла 13-14%. В этом немалая

заслуга выставки «Агропродмаш», которая дает возможность ознакомиться с современными достижениями машиностроения для АПК. Именно здесь ежегодно представлены лучшие зарубежные и российские технологии и оборудование, без которых невозможно развитие современного конкурентоспособного производства.

Один из наиболее стремительно растущих разделов выставки – Салон упаковочного оборудования, который дает полное представление о состоянии российской упаковочной индустрии, новых материалах, средствах, оборудовании для производства упаковки. «Мероприятие является идеальной площадкой для контактов представителей пищевой и упаковочной отраслей, обсуждения злободневных проблем в рамках ее деловой программы», – отметил **исполнительный директор Национальной конфедерации упаковщиков А. Г. Бойко**.

Традиционно весомой является международная составляющая выставки. Так, Германия представляет на «Агропродмаш» национальную экспозицию в третий раз, в три раза увеличив число ее участников. Ориентированная на экспорт эко-



Впервые география ведущей агропромышленной выставки России столь широка, что свидетельствует о высочайшем международном статусе данного проекта, отмеченного сертификатами Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) и Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ)

номика Германии заинтересована в российском рынке, обладающем огромным потенциалом.

Деловая программа смотра «Агропродмаш-2010» включала мероприятия по различным направлениям развития агропромышленного сектора.

11-12 октября в рамках выставки состоялся 5-й Международный форум пищевой промышленности «Оборудование. Технологии. Инновации», организаторами которого были КВК «Империя» и ЦВК «Экспоцентр».

Форум собрал более 150 делегатов – первых лиц компаний – производителей продовольственных продуктов, поставщиков пищевых технологий и оборудования, руководителей отраслевых ассоциаций, экспертов исследовательских компаний. Традиционный интерес к встрече проявили как российские технологические компании,

ПРЯМАЯ РЕЧЬ

Александр Бойко:

«Мероприятие является идеальной площадкой для контактов представителей пищевой и упаковочной отраслей, обсуждения злободневных проблем в рамках ее деловой программы».



чь основные заказчики – предприятия малого и среднего бизнеса, так и мировые индустриальные гиганты.

За два дня работы Форума было представлено 20 докладов по организации производства и специализированному программному обеспечению, перерабатывающему и контрольно-измерительному оборудованию, сырью и ингредиентам. Слушатели представляли мясо- и птицеперерабатывающую, молочную, хлебопекарную, кондитерскую и другие пищевые отрасли, которых, по словам **старшего аналитика компании «НЕОКОН» Владимира Волкова**, в России более 30. В своем докладе, посвященном влиянию важнейших экономических трендов на темпы развития российской пищевой промышленности, Владимир отметил, что на сегодняшний день пищевая промышленность насчитывает более 22 тыс. предприятий различных форм собственности и мощности, в которых задействованы около 1,4 млн человек. Это пятая часть от всего промышленного производства России.

Стоит отметить высокую активность аудитории: после каждого доклада участники задавали множество профессиональных вопросов, что говорит об остроте и актуальности тем выступлений. Порой делегаты и спикеры высказывали противоположные точки зрения, и обсуждение продолжалось «в кулуарах».

Горячую дискуссию вызвало выступление **Александра Кузьмина, исполнительного директора Ассоциации поставщиков и производителей продовольственных товаров**. Его доклад был посвящен одной из самых злободневных тем – ситуации на рынке гречки. Недостаточные запасы этого продукта привели к росту цен более чем на 140% с начала года. Докладчик предложил свои варианты предотвращения подобных ситуаций в будущем.

Владимир Аверкиев, генеральный директор Инновационно-технического предприятия «ПРОМБИОФИТ», представил делегатам множество разработанных в его компании инновационных агрегатов, предназначенных для перерабатывающих предприятий малого и среднего бизнеса.

На второй день, 12 октября, в рамках Форума состоялась специальная конференция, посвященная вопросам логистики пищевого производства, организованная совместно с агентством «Маркет Гайд».

По окончании официальной части делегаты смогли продолжить общение и отметить юбилей выставки на торжественном банкете **КС**.

«За два дня работы Форума было представлено 20 докладов по организации производства и специализированному программному обеспечению, перерабатывающему и контрольно-измерительному оборудованию, сырью и ингредиентам».

Автор:



Елена Максимова

Событие: SIAL-2010

Все новинки пищевой индустрии – на SIAL-2010

Выставку SIAL-2010, которая прошла в одном из крупнейших парижских выставочных комплексов Paris-Nord Villepinte с 17 по 20 октября, смело можно назвать одним из наиболее ярких событий в отрасли продуктов питания. Самые передовые и успешные достижения пищевой индустрии заняли 8 выставочных павильонов – на SIAL-2010 действительно было на что посмотреть и чему поучиться.

В этом году выставку посетили 136,5 тыс. профессиональных посетителей, из которых 62% были международными гостями из 200 стран мира. Это говорит о том, что выставка SIAL-2010 была отличным местом для увеличения международных контактов, а для компаний, недавно вышедших на рынок, – прекрасной стартовой площадкой для выхода на мировой рынок, что особенно актуально, учитывая тенденцию к глобализации торговли.

На выставочных стендах свою продукцию демонстрировали 5,7 тыс. экспонентов, что на 200 больше, чем в 2008 году.

Россию представляли 13 компаний различных секторов продовольственной отрасли нашей страны. Был организован национальный павильон России. Всего же в SIAL-2010 приняла участие 41 компания из стран СНГ и Балтии, что еще раз подчеркивает значимость выставки как эффективной площадки для ведения бизнеса, поиска новых партнеров и получения актуальной информации о развитии мировой отрасли продуктов питания.

На выставочных стендах свою продукцию демонстрировали 5,7 тыс. экспонентов, что на 200 больше, чем в 2008 году

Для профессиональных посетителей было организовано 250 конференций на различные тематики. Здоровое питание, инновации в области пищевых продуктов, маркетинговые стратегии – вот лишь некоторые темы, которые охватывала обширная деловая программа выставки.

Компании представляли на стендах продукцию для различных секторов рынка: массовой розничной торговли, индустрии фаст-фуд, а также сегмента HoReCa. Закупщики проявляли боль-



шой интерес к производителям различных продуктов питания. Особым спросом пользовались нестандартные инновационные продукты, сегмент здорового питания и так называемые «посткризисные решения» – продукты, которые могли бы быть интересны широкому кругу потребителей со средним доходом.

В ходе выставки было заключено значительное количество международных контрактов, что не только еще раз подчеркивает значимость мероприятия, но и говорит о высокой значимости экспорта в условиях современной торговли. «Экспорт на SIAL-2010 был основной темой как официальных докладов экспертов, так и кулуарных дискуссий» – прокомментировала генеральный директор SIAL S.A. Валери Лобри.

Как всегда в центре внимания посетителей SIAL были инновации. Самые яркие из них демонстрировались в Trends & Innovations Observatory. В центральном павильоне гости и участники выставки

могли увидеть 985 наиболее ярких продуктов различных отраслей индустрии питания.

Экспертами постоянно подчеркивается, что инновации всегда вытекают из потребностей покупателей и тенденций рынка.

Большинство людей сегодня хотят, чтобы производители продуктов питания угадывали их желания, главное из которых – больше свободы. А свободу может дать, например, возможность за короткое время и при скромных кулинарных способностях приготовить что-то вкусное. Поэтому в мире становится все более популярным такой тренд как «шеф-повар у вас дома»: производители предлагают множество различных полуфабрикатов изыскан-

Еще один актуальный тренд – забота о своем здоровье: потребители сегодня ищут изделия, которые содержат натуральные продукты. Люди желают знать, из чего состоит то, что они едят.

Обсерватория инноваций SIAL привлекла 75% посетителей выставки. Это говорит о том, что инновации сегодня действительно пользуются большим интересом.

Среди продуктов, выставленных в галерее трендов и инноваций, было 39 продуктов – победителей конкурса SIAL d'Or. Это товары, имеющие наибольший успех в продажах. Всего SIAL d'Or включал 9 номинаций: несладкие бакалейные продукты, сладкие бакалейные продукты, свежие (немолоч-

*** СПРАВКА:**

В России выставку SIAL представляет Комитет по продвижению французских профессиональных выставок Promosalons
тел./факс: +7 (495) 787-42-19
e-mail: russia@promosalons.com
www.promosalons.com

дукции, найти поставщиков оборудования.

Глобализация продовольственных рынков привела к тому, что организаторы SIAL решили устраивать выставку не только в Париже, но и в других



В центре внимания посетителей SIAL были инновации. Самые яркие из них демонстрировались в Trends & Innovations Observatory. В центральном павильоне гости и участники выставки могли увидеть 985 наиболее ярких продуктов различных отраслей индустрии питания

ных блюд. Приготовив такое блюдо дома, человек смело и, главное, честно сможет сказать гостям, что готовил сам, а не заказал еду в ресторане.

Современный ритм жизни диктует производителям свои условия: необходимо максимально экономить время потребителей, предлагая им готовые блюда.

Кроме того, покупатели хотят больше неожиданных сочетаний ингредиентов. Один из особенно ярких примеров таких сочетаний – конфитюр в форме икры розового, зеленого и других цветов.

ные) продукты, свежие молочные продукты, несладкие замороженные продукты, сладкие замороженные продукты, безалкогольные напитки, алкогольные напитки (не вино), вино.

Один из павильонов занимала выставка IPA, на которой было представлено оборудование для производства продуктов питания. Такая удачная комбинация выставок продуктов питания и оборудования дала возможность производителям не только найти каналы сбыта своей продукции, но и увидеть последние технологические решения для производства про-

странах. Так, с 22 по 24 ноября 2010 года пройдет выставка SIAL – Ближний Восток в Абу-Даби; с 11 до 13 мая 2011 года в Торонто рынок североамериканских продуктов питания будет представлен на выставке SIAL-Канада; с 18 по 20 мая 2011 года в Шанхае пройдет выставка SIAL-Китай. Кроме того, в августе 2011 года планируется проведение SIAL в Буэнос-Айресе.

Следующая выставка SIAL будет проходить с 21 по 25 октября 2012. Более подробную информацию о мероприятии можно получить на сайте www.sial.fr. **КС**

На 1 октября урожай зерна в России составил 59 млн тонн

Урожай зерна в России в хозяйствах всех категорий – в сельхозпредприятиях, у фермеров и населения – на 1 октября 2010 года составил 59 млн тонн в первоначально оприходованном весе, что на 34,3% меньше, чем на ту же дату предыдущего года.



Картофеля и овощей получено меньше на 34,2 и 10,2% соответственно. Об этом сообщается в сводке Федеральной службы государственной статистики (Росстат), передает ПРАЙМ-ТАСС.

В сельхозпредприятиях, где сосредоточено 74,6% площадей зерновых и зернобобовых культур (без кукурузы), хлеба обмолочены на 71,9% посевов (к тому же времени в 2009 году – на 78,7%). С учетом летней гибели посевов и использования значительной их части на кормовые цели осталось убрать примерно 3,4 млн га зерновых и зернобобовых культур (без кукурузы), или 11% посевной площади.

Сахарная свекла убрана с 30,4% площадей (в предыдущем году к этому времени – с 41,8%), подсолнечник обмолочен с 41,4% посевов (36,3%).

В Северо-Кавказском и Южном федеральных округах обмолочено соответственно 90,9 и 90,8% посевов зерновых и зернобобовых культур. В Центральном федеральном округе – 81,8%, в Сибирском и Северо-Западном – 79,3 и 74,2%, в Уральском и Дальневосточном округах – 72,9 и 70,7%, в Приволжском федеральном округе – 49,3% посевов.

Под урожай будущего года озимые на зерно в сельхозпредприятиях к началу октября 2010 года посеяны на площади 7,8 млн га, что на 25,9% меньше, чем год назад. Зябь вспахана на 13,1 млн га – на 0,9% меньше прошлого года.

agronews.ru

Начальник станции АО «Казахстан Темир Жолы» задержан по факту получения взятки

17 сентября сотрудниками финансовой полиции задержан сотрудник АО «Казахстан Темир Жолы» – начальник ж/д станции Ж. Х. Енбекшильдер Беспалинов по факту получения взятки.

Деньги переданы за подачу и отправку вагонов. В настоящее время сотрудники финпола проводят следственные мероприятия. В отношении начальника станции будет применена мера пресечения, а также возбуждено уголовное дело.

По словам трейдеров, они не могут уже месяц отгрузить зерно назначением в Таджикистан: не исполняется контракт в объеме 15 тыс. тонн зерна, и они несут значительные убытки по неисполнению сроков. Предприниматели жалуются, что для того, чтобы получить вагоны, нужно платить от 50 до 200 долл. США за каждый вагон.

ИА «Казах-ЗЕРНО»

Украинская карамель попала в оборот

Украина и Молдавия законодательно оформили изъятия из режима двусторонней свободной торговли. В список ограничений не была включена кондитерская продукция, что позволит украинским производителям нарастить ее экспорт в Молдавию.

Верховная рада ратифицировала «Протокол между Кабинетом министров Украины и Правительством Республики Молдова об исключениях из режима свободной торговли». Документ уже ратифицирован молдавским парламентом. Законопроект №0168 предусматривает, что из режима свободной торговли будет изъят импорт в Украину сахара, семян сахарной свеклы и спирта этилового. В свою очередь украинские экспортеры не смогут свободно ввозить в Молдавию сахар, этиловый спирт, шкуры, ферросплавы, отходы и лом черных и цветных металлов.

Заместитель министра экономики Валерий Мунтян, представляя документ в парламенте, сообщил, что вводимые сейчас ограничения двусторонней торговли и так существуют, а законопроект лишь легализует их. По его словам, ратификация двустороннего протокола решает вопрос о возможном ограничении украинского экспорта кондитерских изделий.

Как уточнили в посольстве Молдавии в Украине, недавно завершилось антидемпинговое расследование против импорта из Украины кондитерской продукции, которое не выявило факта наруше-

ния. Но Молдавия взимала пошлину с экспорта украинской карамельной продукции. «Если карамель не включена в ратифицированный протокол, ее импорт не будет облагаться пошлиной», – пояснила советник по экономическим вопросам посольства Дарья Занога.

Участники рынка признают, что отказ Молдавии от ограничительных мер позволит им нарастить объемы экспорта. «Объем молдавского рынка небольшой – для нас он сравним со средним украинским городом, поэтому мы не рассчитываем на значительный рост поставок в этом направлении», – говорит директор по корпоративным отношениям Nestle в Украине Геннадий Радченко.



«Основная конкуренция на молдавском рынке происходит между украинскими компаниями, поэтому объем поставок украинской карамели может вырасти до 20%», – считает директор по продажам корпорации Roshen Константин Май. В посольстве Молдавии в Украине уточнили, что законодательная легализация изъятий из режима свободной торговли позволяет сторонам приступить к переговорам об их полной отмене.

«КоммерсантЪ-Украина»

В Бурятии произошло массовое отравление пирожными

Среди детей и персонала центра социальной помощи семье и детям в селе Бичура в Бурятии зарегистрирована групповая заболеваемость сальмонеллезом. Как сообщили в республиканском управлении Роспотребнадзора, всего пострадали 23 человека, в том числе 16 детей в возрасте до 14 лет.

Все больные находятся на стационарном лечении в инфекционном отделении Бичурской ЦРБ. Состояние пациентов удовлетворительное. По предварительным результатам эпидемиологического расследования установлено, что причиной инфекции стали пирожные с кремом, изготовленные в кондитерском цехе Бичурского райпо.

В связи с ремонтом с 5 октября Бичурский центр социаль-

ной помощи работал на базе детского оздоровительного лагеря «Спутник» без согласования с Роспотребнадзором. Проверка выявила грубые нарушения санитарно-эпидемиологических правил и нормативов.

Грубые нарушения санитарного законодательства также выявились и при обследовании кондитерского цеха Бичурского райпо.

С 20 октября суд приостановил деятельность кондитерского цеха Бичурского райпо, пищеблока Бичурского оздоровительного лагеря «Спутник». В отношении виновных должностных лиц приняты меры административного воздействия.

РБК

Зернопереработчик «ПАВА» открыл «горячую линию»

Компания «ПАВА», крупнейший зернопереработчик Сибири и Дальнего Востока, открыла «горячую линию». Теперь все желающие могут передать свое сообщение, желание или сделать замечание, связавшись со службой горячей линии в любое время суток.

Обратиться в службу можно, позвонив по телефону, отправив электронное письмо или сообщение через официальный сайт компании из раздела «Обратная связь» / «Горячая линия».

«Мы считаем, что налаживание обратной связи поможет сделать работу всех подразделений компании еще эффективней и прозрачней. Все звонки и письма будут рассмотрены, а поднятые вопросы решены. Нам очень важно ваше мнение о работе компании», – говорит генеральный директор компании «ПАВА» Андрей Ананьин.



Как подчеркивают специалисты зернопереработчика, решение об открытии «горячей линии» обусловлено желанием еще больше акцентировать внимание на репутации компании и отношениях с партнерами, среди которых – поставщики зерна, технического оборудования и тары, оптовые компании, производители полуфабрикатов, хлебобулочных, макаронных и кондитерских изделий. Один из наиболее важных факторов работы компании «ПАВА» – требования к качеству услуги.

Если вам есть что сказать, звоните по телефону «горячей линии» +7 (914) 229-95-68 или пишите на электронный почтовый адрес doverie@apkhleb.ru.

ПАВА Департамент PR

ДВАДЦАТЬ ЧЕТВЕРТАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

НАЦИОНАЛЬНАЯ СЛАВА



И КОНКУРС

«ВСЕРОССИЙСКАЯ МАРКА (III ТЫСЯЧЕЛЕТИЕ). ЗНАК КАЧЕСТВА XXI ВЕКА»

14-17 декабря 2010 г.
Москва, ВВЦ, павильон № 69

ПРИГЛАШАЕМ К УЧАСТИЮ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
И ПОСТАВЩИКОВ НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК
ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННЫХ ТОВАРОВ, УСЛУГ И ТЕХНОЛОГИЙ

Организаторы:

- РОСТЕСТ-МОСКВА
- АМСКОРТ ИНТЕРНЭШНЛ
- ФОНД СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ПРОГРАММ
- ФОНД «НАЦИОНАЛЬНАЯ СЛАВА»

Исполнительная дирекция:

ООО «АМСКОРТ ИНТЕРНЭШНЛ»

129223, Москва, Проспект Мира, ВВЦ, павильон № 69

Тел.: (499) 760-33-86, (495) 234-50-42. Тел./факс: (499) 760-33-56, 760-36-57, 760-33-82

E-mail: kataeva@amscort.ru, ustinova@amscort.ru, bmv@amscort.ru www.rosmarka.ru



Открытие «Чоко пай» в России

13 сентября в Обнинске состоялось торжественное открытие первой кондитерской фабрики южнокорейской корпорации Lotte Confectionery Ltd., входящей в состав южнокорейского холдинга Lotte Group.



На торжественное мероприятие съехалось более 150 званных гостей. Организацию и проведение праздничной церемонии открытия фабрики осуществило коммуникационное агентство «М-Лайнер».

Открытие кондитерской фабрики совпало с 20-летием налаживания отношений между Южной Кореей и Россией, что было подчеркнуто высоким рангом участников церемонии.

По случаю торжественной церемонии открытия с приветственным словом выступили губернатор Калужской области Анатолий Артамонов, глава администрации Обнинска Александр Авдеев, Чрезвычайный и полномочный Посол Республики Корея Ли Юн-Хо, вице-президент Lotte Group мистер Шин, генеральный директор «Лотте КФ Рус» О Чоль. С открытием завода компанию Lotte Confectionery поздравил руководитель администрации Президента РФ Сергей Нарышкин.

После перерезания красной ленточки всем гостям было предложено проследовать на экскурсию по цехам фабрики. Там все участники экскурсии смогли воочию увидеть отлаженное производство известного всем россиянам глазированного печенья «Чоко пай». Месячный объем производства печенья «Чоко пай» составит около 162 тыс. коробок.

В рамках открытия фабрики «М-Лайнер» организовало пресс-



конференцию с администрацией Калужской области и представителями южнокорейского конгломерата Lotte Group, где с местными и региональными СМИ компания «Лотте КФ Рус» поделилась своими планами развития на территории РФ.

На сегодняшний день российский кондитерский завод в Калужской области стал первым предприятием компании Lotte Confectionery, открывшемся на территории РФ и в странах СНГ. Инвестиции в строительство составили более 100 млн долл. На заводе создано свыше 300 рабочих мест для местных жителей.

По словам Сергея Нарышкина, реализация таких высокотехнологичных проектов и в дальнейшем будет способствовать подъему экономики региона, улучшению инвестиционного климата, послужит решению важных социальных задач.

www.mliner.ru

Российский импорт сахаристых кондитерских изделий уменьшился на 8,6%

Довольно неоднозначная ситуация складывается в динамике импорта джемов, фруктовых желе, мармеладов и паст в Россию. Объем импорта данной продукции на территорию России в 2009 году составил 95,4 тыс. тонн и сократился на 19%.



Экспортерами джемов, фруктовых желе, мармеладов и паст являются Чили, Греция, Китай, Иран, Аргентина, Южно-Африканская Республика и Нидерланды. Наибольшие доли в общероссийской структуре импорта этих товаров занимают Чили – 24%, Греция – 12% и Китай – 10%.

По данным исследования «Рынок сахаристых кондитерских изделий 2010 года», проведенного компанией Intesco Research Group, объем российского импорта кондитерских изделий, не содержащих какао, в 2008 году был отмечен стагнацией. Объем импорта данной продукции на территорию России в 2009 году сократился на 1%.

Среди стран-экспортеров в Россию кондитерских изделий, не содержащих какао, заметно выделяются Украина, Китай, Польша, Турция, Чехия, Германия и Нидерланды. Наибольшие объемы отечественного импорта приходятся на Украину, Китай и Польшу.

Объем российского импорта шоколада и шоколадных изделий в 2009 году сократился на 6% и составил 121 тыс. тонн. Российская Федерация импортирует шоколад и шоколадные изделия из Украины, Германии, Польши, Италии, Бельгии, Нидерландов и Швейцарии.

Наибольшие объемы отечественного импорта шоколада и шоколадных изделий приходятся на три страны: Украину – 74%, Германию – 8% и Польшу – 45%.

РБК

Закон о торговле ждут новые поправки

Ассоциация компаний розничной торговли (АКОРТ) подготовила новый пакет поправок в закон о торговле. Наиболее интересное и спорное предложение – не ограничивать 10%-ное вознаграждение, которое поставщик выплачивает рознице за «эффективную работу».



Ритейлеры уверены, что увеличение бонуса будет хорошим стимулом для наращивания продаж. Но некоторые производители продуктов питания наоборот считают, что вознаграждения для сетей лучше запретить, и пишут свои поправки.

В своде поправок, в частности, идет речь о корректировке ст. 9, которая ограничивает вознаграждение для ритейлера 10%. По мнению исполнительного директора АКОРТ Ильи Белоновского, этот порог может быть превышен в случае эффективной работы партнеров: например, если обе стороны договорились о продаже определенного объема продукции, который существенно превышает прошлогодний.

Глава X5 Retail Group Лев Хасис говорит, что «ограничение размера вознаграждения на уровне 10% лишает поставщиков инструмента для стимулирования

сетей, когда речь заходит об увеличении объемов продаж товара». Он утверждает, что сами поставщики порой выступают с идеей дополнительного поощрения сети, которая реализует внушительные объемы продукции.

Производители продуктов питания настаивают на том, что есть другие способы поощрения. Сенатор и совладелец компании «Моссельпром» Сергей Лисовский отмечает, что, если поставщик хочет премировать сеть, он просто снижает отпускную цену. «Но торговые сети не заинтересованы в этом, потому что в итоге всем станет понятна отпускная цена производителя и реальная наценка ритейлера», – уверен сенатор. Г-н Лисовский собирается в ближайшее время подготовить и внести на рассмотрение в Госдуму свою поправку в закон о торговле, которая бы вообще запретила вознаграждение для сетей.

«Идея бонуса должна была работать таким образом, чтобы сети хотели увеличивать объемы закупок у поставщиков в зависимости от суммы вознаграждения», – отмечает г-н Лисовский. – Но сети со всех поставщиков независимо от объема поставок берут бонус 10%, что противоречит сути и духу закона о торговле».

Исполнительный директор ассоциации «Русбренд» Алексей Поповичев считает, что не стоит торопиться с поправками, нужно создать индустриальный экспертный совет, в котором все заинтересованные стороны могли бы обсуждать свои предложения.

Другие поправки, которые предлагает АКОРТ, воспринимаются рынком спокойнее. В частности, предлагается включить премию за логистику в договор поставки, чтобы она измерялась в процентах от товарооборота, а не в фиксированных цифрах, как сейчас. Активисты также хотят изменить сроки обсуждения отпускных цен поставщика. Г-н Белоновский оговаривается, что поправки окончательно пока не оформлены и на данном этапе в документ еще могут быть внесены дополнения.

Ранее поправки в закон о торговле уже предлагали коммунисты и депутаты от «Справедливой России», которых в первую очередь волнует наценка. Так, в КПРФ родилась идея составить целую шкалу наценок по всей цепочке движения продукта. Авторы этих поправок позволяют производителям первичного сырья накинуть на товар 45% от себестоимости, переработчикам – 15%, предприятиям оптовой торговли – 10%, розничным продавцам – 15% к отпускной цене производителя или оптовика. В «Справедливой России» также «разрешают» ритейлерам накидывать 15% к оптовой цене. Правда, ни одна партия не представила списка продуктов, наценки на которые должны регулироваться.



RBC Daily

Семинар «ЭФКО» в Пятигорске

IV Международная научно-практическая конференция «Инновационные направления в пищевых технологиях» прошла 19-22 октября на базе Пятигорского государственного технологического университета (ПГТУ).

Организаторами конференции выступили Пятигорский государственный технологический университет, Ставропольский научно-исследовательский институт сельского хозяйства, компании «ЭФКО», BACKALDRIN, CLETRAL, «Торговый дизайн».

Прошедшие в рамках конференции лекции, практические семинары, мастер-классы и презентации затронули различные направления развития пищевой промышленности, ее современное состояние.

С приветственным словом перед участниками конференции выступил **Президент ПГТУ, доктор исторических наук, профессор, академик В. А. Казначеев**. По мнению Виктора Алексеевича, «ежегодно проводимая научно-практическая конференция является ярким свидетельством тому, что выбраны верные научные направления, которые находят внедрение в пищевых технологиях».

В первый день конференции сотрудниками компании «ЭФКО» был проведен практический семинар «Технология производства мучных кондитерских изделий с применением маргаринов компании». Кроме знакомства участников с ассортиментом, преимуществами и потребительскими свойствами маргариновой продукции, предлагаемой «ЭФКО», специалисты компании рассказали о новых разработках маргаринов с пониженной жирностью, применяемых в производстве слоеных изделий.

Использование таких маргаринов позволяет производить низкокалорийные мучные кондитерские изделия, которым сегодня потребители все чаще отдают предпочтение в связи с растущим интересом к здоровому питанию. По технологичности, качеству, вкусовым характеристикам готовые изделия, произведенные с использованием маргаринов пониженной жирности, не уступают продуктам, содержащим высокое количество жира.

В рамках семинара были проведены практические выработки и дегустация мучных кондитерских изделий на основе маргаринов компании. Сотрудники «ЭФКО» продемонстрировали процесс производства слоеных, дрожжевых, бездрожжевых изделий, круассанов, различных видов сдобного печенья, кексов, кремовых полуфабрикатов, тортов. Участникам семинара были предоставлены не только рецептуры, но и образцы мучных кондитерских изделий, за производством которых они наблюдали во время практических выработок.

«ЭФКО», пресс-служба

Московских школьников будут кормить по-другому

Совещание по запросам организации школьного питания в Москве, прошедшее в конце октября, было явно не по запланированному сценарию. Выслушав несколько выступлений руководителей департаментов столичного правительства, **мэр Сергей Собянин** признал их «сырыми» и прервал совещание на полтора часа, чтобы чиновники вернулись на него более подготовленными.



Начал новый мэр с проблемы качества, указав на недопустимость использования продуктов с истекшим сроком годности. По его словам, «в случае выявления поставок некачественных продуктов и срыва поставок поставщики школьного питания будут нести весомое наказание». Сергей Собянин подчеркнул, что к системе школьного питания должны быть предъявлены требования прозрачности, конкурентности, разумного расходования бюджетных средств, но прежде всего – качества.

Травятся дети в школьных столовых нечасто, но вот есть столовскую пищу очень многие не хотят. Не потому что закармлины, а потому что действительно невкусно. Специалисты даже составили своеобразный рейтинг самых нелюбимых детских блюд: молочный суп, гречка, печень и рыба. В этом учебном году все комбинаты, организующие питание школьников, получают продукты по госзаказу. Это означает: для того чтобы стать поставщиком, нужно выиграть тендер. Конкурсное сито прошли в августе 37 организаций. Однако, отмечают специалисты, победу одерживали зачастую не те, у кого еда вкуснее, а те, у кого она дешевле. Получается, что деньги, которые государство тратит на бесплатные для родителей и детей школьные завтраки, в огромной своей массе выбрасываются в мусорные чаны в самом буквальном смысле. Продукты закуплены, из них что-то приготовлено, но не съедено.

Изменить все сразу невозможно. Поэтому, чтобы не сорвать поставки школьного питания, принято решение в этом году не подвергать систему существенным изменениям. Однако мэр дал указания подготовить предложения по ее совершенствованию с будущего года.

Новые известия



THE FUTURE OF SWEETS

Международная специализированная выставка кондитерских изделий

КЁЛЬН, 30.1-2.2.2011



Так много идей, мы остановили счет на 3.817-й.

На крупнейшей международной выставке кондитерских изделий Вы сможете увидеть все главные новинки и тренды.

У нас Вы можете получить подробную информацию:

Тел.: +7 495 730 1347

Факс: +7 495 730 3432

Представительство
Кёльнмессе в России
ООО «Центр информации
немецкой экономики»
119017 Москва
1-й Казачий пер., 5
Контактное лицо:
Ольга Югова,
директор по продажам
o.yugova@koelnmesse.ru

Купите сейчас входной билет в системе онлайн и сэкономьте 37%:
www.ism-cologne.com



Автор:



Елена Максимова

Событие: 19-я Международная выставка продуктов питания и напитков World Food 2010



Горячее лето-2010 и его последствия

С 14 по 17 сентября в московском Экспоцентре прошла 19-я Международная выставка продуктов питания и напитков World Food 2010.

В торжественной церемонии открытия мероприятия приняли участие представители Министерства сельского хозяйства России, Совета Федерации, Государственной думы и других структур, а также министры сельского хозяйства и послы нескольких иностранных государств.

С приветствием министра сельского хозяйства РФ Елены Скрынник к участникам и гостям выставки выступил **первый заместитель руководителя Департамента пищевой, перерабатывающей промышленности, регулирования агропродовольственного рынка и качества продукции Министерства сельского хозяйства Российской Федерации М. А. Зайцев.**

Среди почетных гостей на торжественной церемонии открытия World Food 2010 присутствовали **первый заместитель председателя Комитета Совета Федерации ФС РФ по аграрно-продовольственной политике и рыбохозяйственному комплексу С. Ф. Лисовский, депутат Государственной думы РФ, председатель Комитета Государственной думы РФ по аграрным вопросам В. П. Денисов, депутат Государственной думы РФ, председатель Совета Ассоциации отраслевых союзов АССА-ГРОС В. А. Семенов, заместитель председателя Европейского союза в России Майкл Вебб, министр сельского хозяйства Республики Сербия Саса Драгин, министр промышленности и торговли Социалистической республики Вьетнам Ву Ху Хоанг, атташе по торговле Посольства Республики Филиппины в Российской Федерации Лизбет Панган и др.**

«Каждый сезон была некая встряска, которая имела долгосрочные последствия, требовала быстрой и грамотной реакции специалистов различных отраслей АПК».



Одной из главных тем Агропродовольственного форума стало влияние климатической ситуации минувшего лета на состояние мировой продовольственной отрасли.

В рамках выставки работали 4-й Агропродовольственный форум и Ритейл-Центр. В деловых мероприятиях приняли участие более 300 делегатов.

Одной из центральных тем Агропродовольственного форума стало влияние климатической ситуации минувшего лета на состояние мировой продовольственной отрасли. Все специалисты сошлись во мнении, что засуха нанесла существенный урон по предприятиям АПК.

В сложившейся на мировом продовольственном рынке ситуации актуальным является вопрос взаимоотношений России с мировой агропродовольственной системой. Данную тему подробно осветили **генеральный директор Института конъюнктуры аграрного рынка Дмитрий Рылько, советник министра по агропродовольственным делам Министерства сельского хозяйства США Скотт Рэйналдс, международный эксперт по зерну Эд Алэн, директор AGROPRODMONITOR (Бельгия) Стелла Скарлис.**

По словам Дмитрия Рылько, в российской отрасли АПК в принципе никогда не было спокойного периода: «Каждый сезон была некая встряска, которая имела долгосрочные последствия, требовала быстрой и грамотной реакции специалистов различных отраслей АПК». И действительно

но, 2007-2008 годы прошли под эгидой экстраординарно высоких цен и агфляции, осенью 2008 года начался мировой экономический кризис, который привел российские компании агробизнеса и сельхозпроизводителей к ситуации, когда они не могли получить кредитов либо получали их под заведомо высокие процентные ставки. Затем Россия вышла из кризиса. «И сейчас начался новый этап – горячее лето 2010 года», – отметил эксперт.

Довольно оптимистичные прогнозы для России как экспортера пшеницы обозначил Эд Аллен: «Сегодня производители Канады и США серьезно проигрывают на рынке пшеницы: нет смысла ее выращивать, когда нет возможности реализовывать ее по выгодной цене. США и Канаде гораздо больше прибыли приносит выращивание сои и кукурузы, чем пшеницы. Поэтому США уже несколько лет подряд уменьшает площади посева пшеницы – поля, которые использовались под посев пшеницы, начинают засаживаться кукурузой и соей. Канада также уменьшает площади посевов пшеницы. Поэтому конкурентоспособность Канады и США на рынке пшеницы постепенно снижается», – рассказал специалист.

Поэтому перспективы у России на мировом рынке пшеницы достаточно хороши: «Выращивание пшеницы – это то, что вы действительно делаете хорошо», – отметил эксперт. «Однако при этом государственные органы пытаются контролировать цены, что мешает развитию здоровой конкуренции, ведь рынок работает только тогда, когда на нем существует ценовая конкуренция», – заметил господин Аллен.

Об основном сырье для производства хлебобулочных и кондитерских изделий на 4-м Агропродовольственном форуме рассказывали эксперты зерновой, сахарной и маслоперерабатывающей отраслей.

О состоянии сахарной отрасли, которая в последние годы была очень нестабильной, сообщил **Андрей Бодин, председатель направления СОЮЗРОС-САХАР**. По словам эксперта, год начался с достаточно высоких котировок на сахар-сырец – Россия импортировала от 30 до 40% сахара-сырца. И в этом году можно было проследить, как цены на данный вид сырья с января по июнь упали на 30%. Безусловно, погодные условия внесли свои корректировки, и производство сахара сдвинулось на месяц раньше, чем планировали.

«На сегодняшний день рынок стабилизировался, сахарная отрасль практически вышла к показателям, когда суточное производство больше, чем потребление», – заключил эксперт.

В вопросах по некоторым видам сырья мнения российских и западных экспертов разошлись. В частности, разошлись они в анализе рынка растительных масел. Если Эд Аллен говорил о том, что ситуация на рынке достаточно стабильная, то директор по сырью ЗАО «АПИК ЭФКО» Валерий Сергачев придерживается совершенно другого мнения. По его оценке, соотношение производства и потребления масел в 2010-2011 годах хуже, чем в период 2007-2008. Действи-

го зернового союза Аркадий Злочевский. Он отметил, что произошла поляризация уровня межрегиональной себестоимости – разброс цен составил от 2 до 10 тыс. руб. за тонну. По словам эксперта, это привело к крайне тяжелому положению производителей в регионах, где себестоимость зерна выше разумных пределов – выше рыночной. «При этом рынок не дает шансов на исправление ситуации: экспорт, а соответственно и выход на внешний рынок закрыты, имеется внутренний дисбаланс регионального распределения зерна: ряд регионов, привыкших самостоятельно обеспечивать себя зерном, вынуждены завозить его из других регионов», – счи-

ПРЯМАЯ РЕЧЬ

Аркадий Злочевский:

«Рынок не дает шансов на исправление ситуации: экспорт, а соответственно и выход на внешний рынок закрыты, имеется внутренний дисбаланс регионального распределения зерна: ряд регионов, привыкших самостоятельно обеспечивать себя зерном, вынуждены завозить его из других регионов».



тельно, производство растительных масел увеличилось на 15,2 млн тонн, однако рост потребления при этом увеличился на 16,4 млн тонн. «В сезон 2007-2008 спасительными для рынка явились твердые масла – в первую очередь пальмовое, которое скомпенсировало недостаток жировых продуктов на мировом рынке. Сегодня по жидким маслам ситуация в мире такая же, как была в 2007-2008 годах, но при этом на рынке не такая благоприятная ситуация с тропическими маслами, как была в предыдущий сезон», – отметил специалист. Очевидно, что неурожай значительно снизил объемы производства и тех и других масел, в связи с чем каждую неделю прогнозы по валовому сбору масел падают. Таким образом, по словам эксперта, стоит ожидать большой волатильности рынка масел.

Общую картину и прогноз динамики зернового рынка России слушателям форума представил президент Российско-

тает А. Злочевский. В данной ситуации будет играть серьезную роль логистическая составляющая, однако по предложению РЗС снизить железнодорожные тарифы решение пока не принято. Этот факт значительно усложняет положение зернопроизводителей. «Текущая ситуация характеризуется сокращением уровня как интенсивного, так и экстенсивного развития: нам придется сокращать не только технологическую базу, но и площади посевов», – заключил эксперт.

В рамках форума обсуждались и такие важные темы, как конкурентоспособность российских розничных сетей, тенденции потребительского поведения на продовольственных рынках и др.

Наиболее позитивным моментом форума были выступления победителей конкурса «Собственная торговая марка». Из кондитерских изделий победителем была названа компания «X5Retail Group» с вафельным печеньем под торговой маркой «Шарлиз». **КС**

Автор:



Елена Максимова

Событие: «Современное хлебопечение – 2010»

Все о современном хлебопечении

Специалисты хлебопекарной отрасли и эксперты самого высокого международного уровня в очередной раз собрались на выставке «Современное хлебопечение – 2010», которая прошла с 11 по 14 октября в Экспоцентре.

На экспозиционных стендах компании представляли последние новинки оборудования, упаковки и ингредиентов для хлебобулочных, а также мучных кондитерских изделий.

Демонстрация мастерства

Самым зрелищным мероприятием «Современного хлебопечения» был Российский финал отборочных соревнований к Кубку мира по хлебопечению «Lesaffre». В состязании приняли участие ООО УК «Крона XXI» (Кемерово), ОАО «Владхлеб» (Владивосток), ООО «Восход Столица» (Москва) и «ТД Волконский» (Москва), ООО «Буше» (Санкт-Петербург) и сборная Екатеринбурга (Екатеринбург).

«Кубок России по хлебопечению Луи Лесафра» является одним из этапов «Мирового Кубка по хлебопечению». Жюри Кубка состояло из пяти человек. В его состав вошли: Ченских Валентина Яковлевна, Старкова Екатерина, Сучкова Елена, Кауц Елена, Бондаренко Юрий.

Программа соревнований состояла из трех обязательных номинаций: хлеба, слойка и сдоба, декоративная выпечка. Во время соревнований участники работают в специально отведенных боксах на глазах у зрителей. Жюри Кубка оценивает не только внешние и вкусовые качества изделия, но и соблюдение технологий и норм хлебопечения, сложность рецептуры и профессиональное мастерство участников.

Победителями Российского финала Кубка в общекомандном зачете стали: I место – ОАО «Владхлеб», II место – ООО «Буше», III место – ООО «Восход столица».



Работникам отрасли была интересна насыщенная деловая программа «Современного хлебопечения». Первые три дня выставки шли семинары и круглые столы на самые актуальные для производителей темы

В номинации «Хлеб и Багет» I место заняла Ирина Гончарова («Владхлеб»), II и III места были присвоены Михаилу Зиновьеву («БУШЕ») и Елене Балаевой («Восход Столица»).

В номинации «Сдобная выпечка»:

I, II и III места заняли Дмитрий Бояринов («Буше»), Лариса Пашенко («Владхлеб») и Евгения Григорьева («Восход Столица») г. Москва

Победителями номинации «Декоративная выпечка» стали: Ольга Тарута («Владхлеб»), Евгения Мурашева (ООО «Буше») и Ольга Толстикова («УК Крона XXI»).

Призеры соревнований будут участвовать в Кубке мира по хлебопечению, который пройдет в Париже в 2012 году в рамках выстав-

ки Euroain. В финале Европы примут участие Ирина Гончарова, Дмитрий Бояринов и Ольга Тартуа.

Производство и наука

Работникам отрасли была интересна насыщенная деловая программа «Современного хлебопечения». Первые три дня выставки шли семинары и круглые столы на самые актуальные для производителей темы.

В первый день гости выставки имели возможность посетить семинар, посвященный применению жировых продуктов в хлебопекарной и мучной кондитерской отраслях.

На нем выступили представители науки и производители жиров. Вел мероприятие **президент НО «Союз производителей пищевых ингредиентов» А. П. Нечаев**.

Как известно, сегодня не так просто ориентироваться в многочисленных ГОСТах, СанПиНах и техрегламентах, которые существуют на Федеральном уровне. Поэтому семинар «Новое в законодательстве оборота кондитерских изделий на российском рынке и проблемы идентификации кондитерских изделий в современных условиях» был для производителей кондитерских и хлебобулочных изделий очень важным, а некоторые выступления вызвали крайне оживленную дискуссию в зале.

Открыла мероприятие **заместитель директора по научной работе ГНУ НИИКП Россельхозакадемии Т. В. Савенкова**. Она рассказала о состоянии и тенденциях развития кондитерского рынка в России.

По словам специалиста, объем кондитерских изделий, выпускаемый российскими предприятиями, составляет 2 млн 731 тыс. тонн. Средняя отраслевая рентабельность производства находится на уровне 18-20%, при этом кондитерские предприятия вносят в бюджеты всех уровней в виде налогов и сборов почти 20 млрд руб. ежегодно.

Доля рынка иностранных компаний, организующих производство в России, по-прежнему увеличивается, причем не только по готовой продукции, но и по полуфабрикатам

Т. В. Савенкова отметила, что сегодня потребители уверены в качестве российской продукции. Для сравнения, индекс доверия потребителей в некоторых Европейских странах, в частности в Греции и Румынии, гораздо ниже.

Тенденции развития рынка остались в основном прежними. В первую очередь, очевидно необходимость снижения издержек при производстве кондитерской продукции, при сохранении качества изделий. Образование холдингов

продолжает вытеснять небольшие предприятия, но при этом локальные рынки остаются за региональными производителями. Доля рынка иностранных компаний, организующих производство в России, по-прежнему увеличивается, причем не только по готовой продукции, но и по полуфабрикатам.

Выступление А. В. Мосова, заместителя начальника отдела управления Роспотребнадзора Москвы, было посвящено государ-

Производственная логистика



Инновационные технологии в паллетизации и транспортировке

Филиал ЗАО ОО • СиЭсИ Индастриз Б.В. • Россия
Средний пр. В.О. 48 • 3 этаж, 199178 • Санкт-Петербург • Россия
Тел. (812) 740 53 85 • Факс (812) 335 11 35
andreysobolev@csiweb.nl • www.csiweb.ru



ЦЕНТР СЕРТИФИКАЦИИ ГОСТЕСТ

Предлагает широкий спектр услуг по сертификации оборудования, сырья и готовой продукции! А так же:

- ◆ Декларации и сертификаты соответствия, в т. ч. на требования Технических Регламентов
- ◆ Разработка и регистрации ТУ
- ◆ Экспертные заключения Роспотребнадзора (ранее СЭЗ)
- ◆ Письма для таможни МИНПРОМТРОГа
- ◆ Сертификаты ISO

Доставка курьером по Москве БЕСПЛАТНО

г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 3, оф. 624
Тел.: 8 (495) 781-34-34
Тел.: 8 (495) 771-00-56

www.gostest.com



Самым зрелищным мероприятием «Современного хлебопечения» был Российский финал отборочных соревнований к Кубку мира по хлебопечению «Lesaffre»

ственному регулированию в сфере безопасности пищевых продуктов. Он подчеркнул, что в текущем году было очень много изменений в пунктах законодательства, которые касаются безопасности пищевых продуктов. По словам специалиста, чтобы сегодня производителям было легче ориентироваться во всех стандартах и правилах, им необходимо придерживаться единых санитарных требований к товарам, которые были приняты международным соглашением Таможенного союза. Эксперт отметил, что на сегодняшний день большое значение в области обеспечения качества имеют нормативные положения договоров и контрактов поставщика с покупателем товаров и услуг: в соответствии с законом о техническом регулировании, все требования к качеству должны быть прописаны в договоре. При этом реальная практика показывает, что в такие соглашения не включаются ни требования к качеству и безопасности товаров, ни условия поставки.

О требованиях к безопасности кондитерской продукции в своих выступлениях рассказывали также **руководитель лаборатории Института питания РАМН С. А. Хотимченко** и **зав-**

отделом микробиологии, гигиены и санитарии ГНУ НИИКП С. П. Полякова.

Заместитель директора по научной работе ГНУ НИИКП Россельхозакадемии Л. Е. Скокан выступила с докладом о перспективах развития основных положений проекта закона «Технический регламент на кондитерскую продукцию» в стандартизации отрасли. Она отметила, что в ходе разработки данного регламента специалистами проведена серьезная работа по классификации и обозначению идентификационных параметров практически всех видов кондитерских изделий. Кроме того, проект закона о техрегулировании предполагает изменить способы контроля качества продукции: планируется, что он будет происходить не внутри производства, а на рынке. Также важным аспектом является появление четкого юридического определения понятия «кондитерское изделие» и даны определения различным видам кондитерских изделий. Четкая идентификация кондитерских изделий в нормативных документах просто необходима, так как она обеспечивает производителям грамотное наименование своей продукции на эти-

«Специалисты отрасли отметили, что замороженные изделия сегодня становятся все более популярными, так как их использование позволяет получать свежий продукт в течение суток, при этом экономя временные затраты».

кетке и уберезет покупателя от заблуждения.

Выступления **ученых ГНУ НИИКП Россельхозакадемии Л. И. Рысевой, Н. В. Линовской и М. В. Осипова** были посвящены вопросам качества и безопасности шоколада и шоколадных изделий.

Также на семинаре прозвучали доклады о современных методах оценки качества продукции, среди которых была презентация **Н. Б. Кондратьева** о капиллярном электрофрезе – методе, который позволяет практически без погрешностей определить состав различных веществ в кондитерских изделиях.

Новые тренды

О замороженном хлебе россияне с каждым годом узнают все больше. И неудивительно, ведь именно этот сегмент рынка сегодня считается одним из наиболее быстро растущих. Для того чтобы отечественные специалисты кондитерской и хлебопекарной отраслей узнали больше об этом еще пока относительно новом для России явлении, организаторы выставки устроили семинар, посвященный замороженным хлебобулочным изделиям. В ходе мероприятия выступающие рассказали о новых технологиях охлаждения и выпечки изделий из замороженного теста, о структуре рынка данной продукции и об инновациях в этом сегменте отрасли.

Специалисты отрасли отметили, что замороженные изделия сегодня становятся все более популярными,

так как их использование позволяет получать свежий продукт в течение суток, при этом экономя временные затраты.

Рынок замороженных изделий стабильно растет, а качество данной продукции благодаря использованию специализированных высококачественных ингредиентов улучшается.

Еще одной темой, обсуждаемой на выставке, была тема здорового питания.

Тему обеспечения населения здоровьем через хлеб открыла своим выступлением **первый проректор Международной промышленной академии О. А. Ильина**. Она рассказала о том, что хлеб для России является основным продуктом питания, который входит в рацион большинства людей. По словам эксперта, сегодня производители должны уделять внимание размещению на упаковке информации о продукте и его полезных свойствах.

О. А. Ильину поддержала своим выступлением **исполнительный директор «Лейпуриен Тукку» Т. Н. Ни-**

кулина. Она рассказала о том, что в Финляндии к продвижению хлеба и производители и государство подходят очень серьезно. И сегодня уже каждый финн знает, что ржаной хлеб является источником витаминов, пищевых волокон и клетчатки, которые необходимы любому человеку для профилактики различных заболеваний. Жители России, к сожалению, в большинстве своем к хлебу пока относятся пока более пренебрежительно, но специалисты уверены, что если вести грамотную работу с населением, информировать его, то скоро и наши соотечественники начнут понимать и признавать истинную ценность хлеба.

Казалось бы, сегодня на рынке немало продуктов здорового питания, однако ассортимент диетического хлеба все еще недостаточен. Эту проблему в своем выступлении озвучила **главный технолог ООО «Ирекс» Л. В. Акжигитова**. По ее словам, диетический хлеб представлен на полке только одним видом – хлебом с отрубями.

Представитель Детского фонда ООН Г. А. Герасимов рассказал слушателям о преимуществах обогащения хлебобулочных изделий йодированной солью. По словам специалиста, это оптимальный способ предотвратить у россиян дефицит йода в организме. В развитых странах мира использование йодированной соли в хлебобулочных изделиях стало эффективным методом восполнения йодного дефицита, а в США йодат калия используется как улучшитель для теста. Таким образом, йодированная соль не только способствует восполнению дефицита йода, но и улучшает свойства теста.

Также выступающие рассказывали о новых ингредиентах на рынке здорового питания и о мировом и российском опыте обогащения хлебобулочных изделий полезными для здоровья ингредиентами.

Все посетители и участники «Современного хлебопечения – 2010» получили много полезной информации, установили новые и укрепили старые деловые связи, познакомились с последними новинками рынка. **КС**

Открыта подписка на журнал «Хлебопечение/ Кондитерская сфера»



5 номеров
(годовая подписка)

1750 руб.
(350 руб./1 экз.)

Оформить подписку можно через:

ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ

тел.: +7 (812) 702-36-70

e-mail: podpiska@sferamagazine.ru

НАШ САЙТ

sfera.FM

Подготовила: Светлана Карельская

2010 год: итоги и прогнозы

Год близится к концу, и уже можно подвести кое-какие промежуточные итоги и сделать прогнозы на следующий год.

Рынок зерна

О состоянии рынка зерна и перспективах его развития сообщают **специалисты информационно-аналитического портала AgroNews.ru.**

Значительное ухудшение ситуации на мировом рынке зерна произошло в середине октября, как только власти США предупредили о значительных сокращениях урожая кукурузы и ячменя.

По этому поводу лондонская газета Financial Times заметила, что «усилились страхи по поводу вступления мировой экономики в продовольственный кризис». Российские эксперты считают, что это спланированная паника, хотя признают: цены на продукты в стране будут расти и дальше.

В оценочном докладе американский минсельхоз не исключил «драматического сокращения» – до 14-летнего минимума размера национального урожая кукурузы. Ранее о больших потерях зерновых объявили Россия, Украина, Казахстан, пострадавшие от засухи, и Австралия с Канадой, над которыми прошли затяжные дожди. На этот раз западные аналитики всерьез заговорили не только о зерновом кризисе в мире,



По состоянию на сентябрь переходящий мировой запас пшеницы составлял 177,7 млн тонн, а ячменя – 21,1 млн тонн. Это, конечно, ниже, чем в прошлом благополучном сезоне, но вовсе не так уж плохо

но и о проблемах, которые последуют в мясной промышленности. Ведь кукуруза и ячмень – главные кормовые культуры: «Я считаю, что мы уже находимся в условиях продовольственного кризиса», – цитирует FT **руководителя отдела товарных рынков банка Morgan Stanley Хусейна Алидина.**

Мировые биржи как всегда не остались в стороне от неприятной новости – в тот же день цены на кукурузу на Чикагской бирже дали 10% роста. Это лимит, после которого торги прекращаются. На крупнейшей бирже ЕС в Париже рост цен на пшеницу составил те же 10%. Следствием этого стал 2-летний максимум глобального индекса Reuters-Jefferies, который отслеживает цены на ведущие сырьевые товары и зерновые. Лондонские аналитики отмечают, что на мировом рынке появились признаки ажиотажного спроса на зерно из стран Ближнего Востока и Северной Африки. Они не исключают повторения кризиса 2007-2008 годов, когда из-за нехватки зерновых произошел мощный рост цен на них, что вызвало в ряде стран социальные волнения.

Похоже, про невысокие цены на «их» продовольствие придется забыть. А ведь наши эксперты постоянно успокаивали, что последствия засухи вполне преодолимы – во-первых, потому что правительство вовремя ввело запрет на экспорт зерна, а во-вторых, потому что в этом году будет возможность «в случае чего» приобрести недостающее продовольствие у других производителей по невысоким ценам. «Эти новости новостями не являются, – заявил **эксперт Института конъюнктуры аграрного рынка Олег Суханов.** – Это обычные спекуляции, которые выгодны США. Ведь еще несколько недель назад они объявляли хорошие запасы кукурузы, но позже, когда цены на нее пошли вниз со скоростью 17-20 долл. в неделю, они спохватились и решили объявить дефицит, чтобы создать спрос и поддержать своих производителей». Если это так, то американцы нашли способ более чем действенный, судя по тому, как бурно реагируют биржи. «В течение сезона такие объявления будут звучать не раз, – уверен г-н Суханов, – а биржи будут задиравать цены, потому что это их работа».

Вторая причина, по которой создается «кукурузный ажиотаж», лежит в плоскости борьбы за посевные площади между соей и кукурузой в Южном полушарии, но это уже продукт внутриаграрной кухни США: ведь там сеют то, что растет в цене, подчеркивает Олег Суханов. При этом он подчеркивает: по состоянию на сентябрь переходящий мировой запас пшеницы составлял 177,7 млн тонн, а ячменя – 21,1 млн тонн. Это, конечно, ниже, чем в прошлом благополучном сезоне, но вовсе не так уж плохо, чтобы объявлять о приближающемся голоде. И США кукурузы для прокорма хватит, считает специалист. При этом цены в мире будут расти до нового урожая, ведь весь Черноморский регион выбыл из игры. «Что до России, то мы на весь этот сезон выбыли с мирового рынка, и нам их проблемы неинтересны. Ввозить зерно мы, скорее всего, будем, но не с Запада, а из Украины и Казахстана, и не рыночным способом, а на

ПРЯМАЯ РЕЧЬ

Олег Суханов:

«Ввозить зерно мы, скорее всего, будем, но не с Запада, а из Украины и Казахстана, и не рыночным способом, а на уровне межправительственных соглашений. Ввозить зерно из Европы и США дорого – оттуда имеет смысл поставлять готовую продукцию».

Международная профессиональная выставка
продуктов питания и напитков

Гастроном 2011

www.gastronom-expo.ru

08-10 февраля 2011
Москва
МВЦ “Крокус Экспо”

Организаторы

 **КРОКУС ЭКСПО**
Международный выставочный центр

 **FOREXPO LTD**
ВЫСТАВКИ И КОНФЕРЕНЦИИ

Совместно с

NOVEX
The event management company

Информационный спонсор

 **сфера**
издательский дом

уровне межправительственных соглашений. Возить зерно из Европы и США дорого – отсюда имеет смысл поставлять готовую продукцию», – полагает эксперт.

Возможно, аналитик и прав, но продукты питания продолжают оставаться дорогими, и, судя по всему, это беспокоит не только FT. Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), а также Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН (ФАО) дали понять это в своем июньском докладе. По их прогнозу, в течение следующих десяти лет средняя цена на пшеницу и фуражное зерно в реальном выражении будет до 40% выше (с учетом инфляции) среднего уровня периода с 1997 по 2006 год. Реальные цены на растительное масло, как ожидается, вырастут более чем на 40%, тогда как цены на молочную продукцию будут в среднем выше в диапазоне от 16 до 45%.

Уже очевидно, что в нашей стране цены этого сезона пугают не только рядовых граждан, но и власти. «Выявлена стабильная тенденция к росту цен на основные продукты питания: средний размер наценки на продукты отечественного производства составляет 45%, импортного – 74,5%. Наценка на хлеб ржаной, ржано-пшеничный отечественного производства составляет 84,8%, сахар-песок – 56,6%, муку пшеничную – 50%, рис шлифованный – 45%», – сообщает столичная прокуратура. Беда в том, что законом максимальные наценки у нас неопределенны, поэтому прокуроры здесь бессильны. Им кажется, что наценки высокие, а торговле – что нормальные.

«Внутренние цены все равно растут и будут расти, несмотря на “замок”, который называется “эмбарго”, – предупредила «НИИ» Светлана Авдашева, профессор кафедры инсти-
туциональной экономики



Генеральным же трендом можно признать постоянно растущий спрос на продукцию, изготовленную с применением инновационных добавок, придающих сладостям полезные свойства. Такая продукция вкупе с кондитерскими изделиями на заказ и образует премиальный и супер-премиальный сегменты

Рынок кондитерских изделий

О том, как в уходящем году обстояла ситуация на рынке кондитерских изделий, рассказывает Олег Клепиков, генеральный директор исследовательского агентства inFOLIO Research Group.

В 2010 году мы наблюдали развитие тенденций, актуальных в последние три-четыре года. Так, в этом году мы стали свидетелями замедления темпов роста по всем сегментам кондитерского рынка, за исключением «премиум» и «супер-премиум», где объемы продаж по-прежнему стабильно растут (есть основания полагать, что продажи дорогих кондитерских изделий вырастут по итогам года на 28%). Растут продажи фасованных конфет, зачастую в ущерб конфетам, реализуемым в развес, что еще раз подтверждает неоднократно цитированный тезис о подорожании потребительских предпочтений. Продолжается рост спроса на так называемые «сложные сладости» – сложную карамель или сложное печенье, а также на бисквиты.

Генеральным же трендом можно признать постоянно растущий спрос на продукцию, изготовленную из натуральных или традиционных ингредиентов либо с применением инновационных добавок, придающих сладостям новые, зачастую полезные свойства. Именно такая продукция вкупе с кондитерскими изделиями на заказ и образует премиальный и супер-премиальный сегменты.

Следует отметить, что по итогам исследований, проведенных в первом полугодии 2010 года, мы фиксировали некоторый сдвиг в предпочтениях потребителей, проживающих в Южном федеральном округе, в сторону шоколадных конфет (в экспертном сообществе распространено убеждение, что юг – традиционный оплот карамели). На фоне постоянно растущего веса шоколадных сладостей в структуре потребительских предпочтений в Северо-Западном федеральном округе можно говорить о частичном вытеснении карамели, вызванном отчасти растущим благосостоянием населения, отчасти изменением ценностных установок потребителей. **КБ**

ПРЯМАЯ РЕЧЬ

Олег Клепиков:

«Растут продажи фасованных конфет, зачастую в ущерб конфетам, реализуемым в развес, что еще раз подтверждает тезис о подорожании потребительских предпочтений».



ГУ-ВШЭ. – Ведь стоимость зерна в булке хлеба – это не более 10% ее цены. Остальное – сочетание других факторов, таких как ожидание потребителей, политика продавцов и особенно недостаток конкуренции на рынке вкупе с нежеланием власти пускаться на рынок новых игроков». По словам эксперта, последние составляющие нельзя недооценивать, потому что они и есть настоящие «двигатели роста».



Министерство сельского хозяйства Российской Федерации

Санкт-Петербургский институт управления и пищевых технологий

ПЛАН-ГРАФИК СЕМИНАРОВ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ РУКОВОДЯЩИХ РАБОТНИКОВ И СПЕЦИАЛИСТОВ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА 1 ПОЛУГОДИЕ 2011 ГОДА

Заявки на участие в семинарах принимаются по телефонам Учебного Центра: (812) 312-47-44 (многоканальный), (812) 570-64-41, т/ф (812) 312-38-31, (812) 312-38-57, т/ф (812) 325-98-96, 314-36-61, e-mail: info@hlebspb.ru, приемная ректора: (812) 314-53-22, т/ф (812) 314-18-45, e-mail: restor@hlebspb.ru, бухгалтерия: тел (812) 312-43-22, http://www.hlebspb.ru

КАТЕГОРИЯ СЛУШАТЕЛЕЙ	ЯНВАРЬ	ФЕВРАЛЬ	МАРТ	АПРЕЛЬ	МАЙ	ИЮНЬ
Руководители и собственники предприятий, топ-менеджеры	21-26 Римини (Италия) Международная выставка производства кондитерских, хлебобулочных изделий, мороженого и десертов «STGER-2011»	14-17 «Продажи и логистика. Эффективное взаимодействие» Повышение квалификации (модульное обучение)	14-17 «Управление государственными и муниципальными заказами» Повышение квалификации (модульное обучение)	01-06 Познань (Польша) Международная выставка хлебобулочных и кондитерских изделий. Иновации в ассортименте, новые паста-льные тенденции	25-29 «Продажи и логистика. Эффективное взаимодействие» Повышение квалификации (модульное обучение)	21-24 Конференция «Продовольственный рынок России: перспективы, стратегии, инновации» 06-09 «Управление продажами на хлебобулочных предприятиях» Повышение квалификации (модульное обучение) 20-24 «Управление государственными и муниципальными заказами» Повышение квалификации (модульное обучение)
Руководители и специалисты технологических служб (начальники ПТЛ, главные технологи, технологи), руководители и специалисты отделов менеджмента качества, метрологи		14-17 «Организация работ в лаборатории» 14-17 «Контроль безопасности и зернопродуктов» Повышение квалификации (модульное обучение)	14-17 «Ассортиментная политика новых видов продукции» Повышение квалификации (модульное обучение) 14-18 «Технические регламенты в пищевой промышленности. Требования по сертификации. Стандартизация и метрология» Повышение квалификации (модульное обучение) 14-18 «Метрологические требования к документации и порядок проведения метрологической экспертизы» Повышение квалификации (модульное обучение)	16-20 «Ассортиментная политика предприятия. Разработка и внедрение новых видов продукции» Повышение квалификации (модульное обучение)	20-24 «Организация работ по стандартизации и сертификации на предприятии. Оценка соответствия продукции» Повышение квалификации (модульное обучение) 20-24 «Управление качеством продукции на пищевых предприятиях. Система менеджмента качества» Повышение квалификации (модульное обучение)	
Технические директора, главные инженеры, главные механики	24-28 «Метрологическое обеспечение пищевых производств, метрологический контроль и надзор» Повышение квалификации (модульное обучение)	14-17 «Актуальные вопросы технического перевооружения хлебобулочных предприятий» Повышение квалификации (модульное обучение)	21-24 «Новейшие разработки компаний Санкт-Петербурга для предприятий хлебобулочной и кондитерской промышленности» Повышение квалификации (модульное обучение)	25-28 Конференция «Вода в пищевой промышленности: качество, безопасность, экология»	16-20 «Метрологическая аттестация испытательного оборудования и калибровка средств измерений» Повышение квалификации (модульное обучение)	06-09 «Контролируем качество» Лабораторный тренинг 21-24 Конференция «Продовольственный рынок России: перспективы, стратегии, инновации»
Начальники ПТЛ, инженеры-химики, химики-аналитики пищевых производств	24-27 «Декорирование тортов и пирожных» Мастер-класс	14-17 «Методы контроля качества продовольственного сырья» Лабораторный практикум	14-17 «Хлебопекарное и кондитерское производство» Школа мастеров Модульное обучение	25-29 «Методы контроля качества пищевой продукции» Лабораторный практикум	17-20 «Контролируем качество» Лабораторный тренинг	06-09 «Технологический контроль производства» Лабораторный практикум
Руководители среднего управленческого звена (начальники производств, цехов)	17-28 «Микробиология пищевых производств. Микробиологический контроль. Организация и лицензирование микробиологических лабораторий» Повышение квалификации (модульное обучение)	14-19 «Технология пивоваренного производства. Теория и практика дегустации пива» Повышение квалификации (модульное обучение)	14-25 «Микробиология пищевых производств. Микробиологический контроль. Организация и лицензирование микробиологических лабораторий» Повышение квалификации (модульное обучение)	11-12 «Микробиология пищевых производств. Микробиологический контроль. Организация и лицензирование микробиологических лабораторий» Повышение квалификации (модульное обучение)	16-19 «Хлебопекарное и кондитерское производство» Школа мастеров Модульное обучение	16-27 «Микробиология пищевых производств. Микробиологический контроль. Организация и лицензирование микробиологических лабораторий» Повышение квалификации (модульное обучение)

Французская мода на хлеб

С июля 2010 года компания «Кондитерские традиции» запустила в продажу сухарики «Крузазетт»!



Сухарики «Крузазетт» обладают определенными особенностями, которые дают им конкурентные преимущества по сравнению с аналогичными изделиями.

Уникальная технология производства делает сухарики одновременно низкокалорийными и сытными, полезными и вкусными, мягкими и хрустящими.

Идеальное соотношение цены и качества позволяет продукту находиться в той же категории, что и сухарики категории Lux, однако стоить на 30% дешевле.

Продукт идеален для сторонников здорового образа жизни – тех, кто ценит в продукте качество, обращает внимание на внешний вид и вкус. Сухарики быстро утоляют чувство голода, могут служить основой для бутерброда, сочетают в себе естественные витамины и клетчатку, лечебные свойства и оптимальную калорийность.

Изделия не мнутся, не крошатся, не слипаются, обеспечивая покупателям комфортное потребление.

Сухарики отлично сочетаются с другими продуктами – французское вино, сыры, оливки, паштеты, тончайшие ломтики ветчины, морские деликатесы, нежные супы, пикантные овощи – добавляя к ним новые краски!

www.kruazett.ru

УФАС проверила цены Кондопожского хлебокомбината

Информация о возможном нарушении антимонопольного законодательства со стороны Кондопожского хлебокомбината пришла из Министерства сельского хозяйства Республики Карелия. Там стало известно, что один из основных игроков на карельском мучном рынке повысил цены на свою продукцию почти в два раза.

Обоснованность такого скачка вызвала у чиновников сомнения. После засушливого лета вся Россия опасалась дефицита зерна. Некоторые производители решили подстраховаться и повысить цены, не дожидаясь итогов уборки урожая.

На комиссии в Управлении антимонопольной службы выяснили, что так поступил и Кондопожский комбинат хлебопродуктов. **Станислав Шкарупа, заместитель руководителя УФАС по Карелии**, отметил: «Управление пришло к выводу, что производитель увеличил оптовые цены на муку без увеличения закупочных цен на зерно. Проверяющие органы заинтересовались тот факт, что Кондопожский комбинат повысил цену на муку до того, как закупил подорожавшее зерно нового урожая».

Между тем сами предприниматели свою вину отрицают. По словам **генерального директора Кондопожского хлебокомбината Александра Вавилова**, ценовой скачок – не попытка подзаработать на засухе, а острая необходимость: «Продав старые запасы, что бы я купил? Вместо 10 тыс. тонн запланированных – 5 тыс. Как мне работать? Продавать по старым ценам? Я не понимаю дальнейшей судьбы предприятия в такой ситуации».



Сейчас комбинат остановил производство и занимается реализацией ранее произведенной муки. На комиссии в антимонопольном управлении к окончательным выводам не пришли – рассмотрение дела отложено до получения дополнительных доказательств.

petrozavodsk.rfn.ru

Шоколадные фигуры на Кольских берегах

10 сентября в городе Кола фабрика им. Н. К. Крупской представила «Мастерскую шоколадных скульптур».

В рамках праздника реализован уникальный проект по созданию шоколадных скульптур, приуроченный к 445-летию города Кола и открытию первого фирменного кондитерского магазина фабрики им. Крупской.

В знак признания и почтения к жителям города со славной историей кондитеры представили вниманию жителей уникальные композиции, где экспонатами были шоколадные фигуры, символизирующие продукцию кондитерской фабрики и элементы гербовой символики города Кола.

На празднике лучшие кондитеры фабрики сотворили настоящее чудо – шоколадную фигуру кита – символа города Кола. Этот кит был передан в подарок жителю ко Дню города Кола 18 сентября.

Центральным событием праздника стало вырезание фигуры Грифона из шоколадных блоков

весом более 500 кг. Грифон – символ фабрики, который во всей полноте раскрывает сущность ее миссии: защитник и хранитель традиций. Появление сказочных персонажей – Грифона и Кита – означает начало крепкой дружбы между городами.



В церемонии открытия приняли участие **глава Администрации муниципального образования городского поселения Кола А. М. Вершинин, глава Администрации муниципального образования Кольского района М. В. Черныгин**, а также **генеральный директор ОАО «Кондитерская фабрика им. Н. К. Крупской» Филип Уэй**.

Присутствие на церемонии открытия представителей администрации города еще раз подчеркивает значимость мероприятия для городского развития.

Руководство фабрики также считает привлечение общественности к культурной жизни одной из важных задач любого крупного бизнеса.

Филип Уэй, генеральный директор фабрики им. Н. К. Крупской им. Н. К. Крупской более 70 лет создает удивительно вкусный шоколад, дорожит традициями его производства и качеством итогового продукта. Все знают про конфеты «Белочка» и шоколад «Мишка на севере», потому что шоколад фабрики Крупской – это шоколад с теплом традиций. Сегодня мы делимся этим теплом с замечательным северным городом Кола».

Информкондитер

САХО усилил контроль доставки хлеба

Группа компаний «Сибирский аграрный холдинг» (САХО) завершила первый этап оснащения автопарка своей федеральной сети хлебозаводов контроллерами по движению транспорта. В рамках первого этапа GPS-датчики, регистрирующие работу машин в режиме реального времени, установлены на 50 автомобилях, осуществляющих доставку продукции хлебозаводов сети «Хлебница» в Омске – предприятий «Форнакс» и «Хлебник».

Оснащение автотранспорта GPS-контроллерами экономически оправданно: по итогам двух меся-

цев эксплуатации системы достигнута существенная экономия ГСМ. В конечном счете эта экономия позволяет САХО сохранять стабильные цены на хлебопекарную продукцию. Контролирование работы машин позволило также омским предприятиям холдинга оперативно перераспределять нагрузку на рейсы, а в экстренных ситуациях при поломке автомобиля в пути направлять точно на место резервную машину для перегрузки и скорейшей отправки продукции потребителям.

После того как система контроля пройдет завершающий этап тестирования, GPS-контроллеры планируется установить на всем грузовом транспорте хлебозаводов «Хлебница» в Омской области, а в перспективе – и других регионов присутствия федеральной хлебопекарной сети САХО.

Департамент массовых коммуникаций и корпоративного развития САХО

Roshen в Липецке увеличила производство на 20%

ОАО «Липецкая кондитерская фабрика Roshen», входящая в состав украинской кондитерской фабрики Roshen, по итогам девяти месяцев 2010 года увеличила в сравнении с аналогичным периодом прошлого года выработку продукции на 20% – до порядка 86 тыс. тонн.

Известно также, что выручка за этот период составила 1,311 млрд рублей (рост на 11,2%).

Напомним, что материнская структура липецкой фабрики в конце сентября объявила о планах по строительству в регионе производственно-распределительного комплекса. Стоимость проекта оценивается в 250 млн долл. Объект, по плану, разместится на площади в 23 га в селе Косыревка и будет включать в себя кондитерскую фабрику и распределительный центр. Специализироваться предприятие будет на производстве шоколадной продукции. Планируемая производственная мощность – 253 тыс. тонн кондитерских изделий в год.



Липецкая кондитерская фабрика Roshen в настоящее время производит свою продукцию на двух производственных площадках – в Липецке и селе Сенцово Липецкой области.

Информкондитер

КФ «Акконд» прошла ресертификацию по международным стандартам

Российское представительство британского агентства Moody International провело инспекционный аудит на Чебоксарской кондитерской фабрике «Акконд», целью которого была оценка управления качеством компании и проверка соответствия новой версии ISO 9001:2008 и требованиям безопасности продукции НАССР.



Командой аудиторов на выборочной основе были проверены все процессы и подразделения организации. Были оценены планирование и результативность внедрения интегрированной системы управления посредством интервью, проверки документации и наблюдения. По итогам аудита установлено, что система управления соответствует заявленным стандартам и работает результативно.

Предприятию выдан сертификат по новой версии ISO 9001:2008, который подтверждает статус Чебоксарской кондитерской фабрики как надежного гаранта безопасности продукции на международном уровне.

Дополнительно было отмечено, что ОАО «АККОНД» не первый год демонстрирует стойкую приверженность к соблюдению законодательных и прочих требований и постоянному улучшению требований в области безопасности и качества продукции.

Внедрение системы управления качеством ISO 9001 на ОАО «АККОНД» началось в 1999 году. С целью повышения удовлетворенности потребителей в 2004 году в систему менеджмента качества интегрирована система безопасности продуктов питания НАССР. За годы работы по международным стандартам внешние аудиторы наблюдали постоянное улучшение интегрированной системы менеджмента качества предприятия.

ИА «REGNUM»

Торты «Мишель» попали в сети

Нижегородский производитель тортов и пирожных «Мишель» удвоит объемы производства и сосредоточится на поставках в крупные сети.



Компания «Мишель» (ИП Сатуркин), производитель кондитерских изделий, с 1 ноября увеличивает производство тортов с 10 тыс. до 20 тыс. шт. в сутки, пирожных – с 50 тыс. до 100 тыс. шт., всего будет производить около 10 тонн в сутки, – сообщила директор по маркетингу и стратегическому развитию компании Ольга Чистова. По ее словам, к концу октября «Мишель» закончит на собственном заводе монтаж линий итальянской Komus в двух цехах по 1000 м² (действующие площади – 1500 м²). Инвестиции Чистова не назвала, сообщив лишь, что 90% – собственные средства компании, 10% – кредит Сбербанка.

От продажи тортов и пирожных в 2009 году «Мишель» выручил

1,5 млрд руб. В 2011 году продажи могут вырасти до 3-3,5 млрд руб., полагает аналитик УК «Финам менеджмент» Максим Клягин.

По словам Ольги Чистовой, с августа 2009 года продажи компании выросли на 60% за счет поставок в магазины «Магнит», «Карусель», «Перекресток», «Пятерочка», «Ашан», Spar, Metro, Real, «О'кей», «Лента», Seven, «Мосмарт», «Калинка», «Медведь» и другие в Нижнем Новгороде, Ярославле, Иванове, Владимире, Чебоксарах и Казани. С августа «Мишель» получил статус федерального поставщика «Магнита».

У «Мишеля» 5% ассортимента приходится на премиум-сегмент. Спрос на премиум в кризис упал на 5-7%, а на недорогие кондитерские изделия (до 200 руб.) в последние два года рос на 5-10%, – сообщил менеджер местной кондитерской фабрики. Этим летом «Мишель» снизил вес тортов с 1 кг до 600-700 г, цена, соответственно, уменьшилась на 10-15%.

«Ведомости»

За 9 месяцев «КОНТИ» увеличила объем реализации на 29%

Объем реализации Группы «КОНТИ» по предварительным итогам девяти месяцев 2010 года составил 2,7 млрд грн., что на 29% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.



Общий объем производства кондитерских изделий Группой «КОНТИ» за январь-сентябрь 2010 года увеличился на 10,2% по сравнению с ана-

логичным периодом предыдущего года и составил 170,6 тыс. тонн.

Доля компании «КОНТИ» в общем объеме производства кондитерских изделий в Украине по итогам девяти месяцев увеличилась с 14,4 до 15,8% (данные Госкомстата Украины).

«КОНТИ», департамент по связям с общественностью



Зефир «Новый» от фабрики «Ударница»

В октябре фабрика «Ударница» начинает выпускать зефир «Новый». В основе этой легкой сладости яблочное пюре, лецитин. Кроме того, зефир «Новый» с ароматом ванили обогащен натуральным яблочным соком, а клюквенный зефир содержит в своем составе пюре дикорастущей клюквы, которая придает лакомству нежный розовый цвет.

Зефир «Новый» упакован в коррекс (пластиковую коробочку) и обтянут пленкой. Изображение на упаковке выполнено таким образом, чтобы подчеркнуть легкость и нежную текстуру лакомства.

Срок годности продукта в упаковке составляет 90 дней. Вес каждой упаковки – 160 г.

Unipack.ru



Термостабильность гарантируем!



Гель-Технологии

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ СМЕСИ
ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА
КОНДИТЕРСКИХ НАЧИНОК

ООО «Гель-Технологии»
Тел.: (495) 604-18-75, (499) 500-14-19
(383) 363-36-03 (многоканальный)

Беседовала:



Елена Максимова

Гость:



Александр Зорин,
Президент Ассоциации
«Хлебопеки Санкт-Петербурга»,
доктор экономических наук,
профессор

Бизнес и предпринимательство – не одно и то же

Осенью принято подводить итоги – пусть промежуточные, но все же. И часто подведение итогов ведет к тому, что вопросов появляется больше, чем ответов. Так получилось и у меня, когда я попыталась представить себе сегодняшнее состояние российской хлебопекарной промышленности: сразу стали возникать вопросы, причем абсолютно разные. Все свои вопросы я решила задать президенту Ассоциации «Хлебопеки Санкт-Петербурга» Александру Зорину.

– Александр Сергеевич, расскажите, как повлияла засуха прошедшего лета на зерновой запас Северо-Запада?

– Судя по тому, что говорят производители муки, более-менее приемлемый урожай собран только на юге. Год можно считать неурожайным – не катастрофически, конечно, но неурожайным. Однако учитывая, что предыдущие два года были урожайные, Федеральный зерновой фонд, или, как его называют, интервенционный фонд, сегодня наполнен и с учетом добавки этого интервенционного фонда и запрета экспорта зерна хлебопекам на год должно хватить. Но если взять во внимание тот факт, что у нас государство малоэффективно управляет экономикой, мы предполагаем,

что зерновой фонд будет доведен до регионов, особенно не зернопроизводящих, таких как Санкт-Петербург, с опозданием – в лучшем случае к весне. Поэтому сегодня уже существует дефицит по закупкам зерна по приемлемым ценам: закупочные цены на зерно

Если мука далее не будет расти в цене, тогда еще одно повышение цен в пределах 5% возможно до нового года.

для Петербурга выросли больше, чем на 70%. На недефицитном рынке такого происходить не может. Рынок, конечно, можно сбалансировать, но соответствующие меры, кроме запрета экспорта, на федеральном уровне не приняты. Поэтому рост цен состоялся и на зерно, и на муку. Оптовотпускные цены для производителей на все виды и сорта муки выросли более чем на 40% на 1 октября 2010 года по отношению к 31 июля 2010 года.

На социальные сорта хлеба оптово-отпускные цены до сих пор не повысились, так как ГУП «Продовольственный фонд» до 1 октября 2010 года поставлял муку ржаную обдирную и пшеничную I сорт с ростом к июлю 2010 года порядка 20%, используя льготное бюджетное кредитование. Неповышение цен распространялось на два социальных сорта – хлеб ржаной и батон нарезной I сорта, за счет относительного удешевления себестоимости, причем не только по социальным сортам, но и по смешанным, ржано-пшеничным. На них в конце сентября – начале октября проходит повышение оптово-отпускных

ПРЯМАЯ РЕЧЬ



Александр Зорин:

«Нельзя сдерживать цены искусственно за счет производителей, которые потом не доплатят зарплату хлебопекам и вовремя не заменят оборудование. Все это в конечном итоге скажется на качестве продукции. Правильнее будет со стороны государства изыскивать резервы индексации доходов малообеспеченных слоев населения.»

цен в пределах 10%. О повышении цен уже объявлено по городу, и наступил срок принятия цен торговыми сетями.

Если мука далее не будет расти в цене, тогда еще одно повышение цен в пределах 5% возможно до Нового года. Это связано с увеличением единого социального налога с 1 января 2011 года с 26 до 34%, ежегодным ростом тарифов естественных монополий и потерями хлебозаводов в связи с задержкой по принятию повышения оптово-отпускных цен торговыми сетями практически на 2 месяца.

Мы предполагаем, что в этом ценовом диапазоне удастся продержаться до нового урожая. Дальше все будет зависеть от урожая следующего года.

С середины 2008 года была динамика падения цен на муку, и это перекрывало повышение стоимости остальных издержек. Поэтому с апреля 2008 года по июль 2010 года хлебопеки не повышали цены на свою продукцию. Сейчас это повышение состоялось.

– Есть ли надежда, что цены на муку в ближайшее время хоть сколько-нибудь упадут?

– Сейчас цена вышла на нормальный уровень с учетом сбалансированности рынка, поставок, в том числе из резервных фондов. Ожидать снижения цен на муку нам не приходится. Но и того роста, который произошел в рознице, быть не может. Поэтому розничное снижение цен на муку должно произойти. Зерно занимает порядка 80% себестоимости муки, поэтому повышение цен на муку в розницу возможно в полтора раза, а не более чем в два с лишним. Причем в полтора раза не от нынешнего уровня, а от уровня начала августа 2010 года.

– То есть у сетей не было оснований устанавливать такие высокие цены на муку?

– Завышать цены, когда такого повышения производители не делают, – неправильно. Дело в том, что 9 августа Петербургским мельничным комбинатом было объявлено о повышении оптово-отпускных цен на муку, фасованную для розницы, на 32%. Согласно договорам мукомольных комбинатов и хлебозаводов с сетями, оптово-отпускные цены могут приниматься последними в течение 45 суток. То есть хотя о повышении объявлено в начале августа, реально сети начинают получать продукцию по новым ценам только в конце сентября. Ритейлеры обычно тянут с принятием цен до последнего, при этом заблаговременно повышая цены на полке.

Хлебопекам при этом мука поставляется по новым ценам с 1 августа, а цены на хлеб повышаются практически в начале октября. Получается все наоборот: оптовому предприятию мы компенсируем рост издержек с большим опозданием, а розница, повышая цены на полке, получает продукт по прежней стоимости.

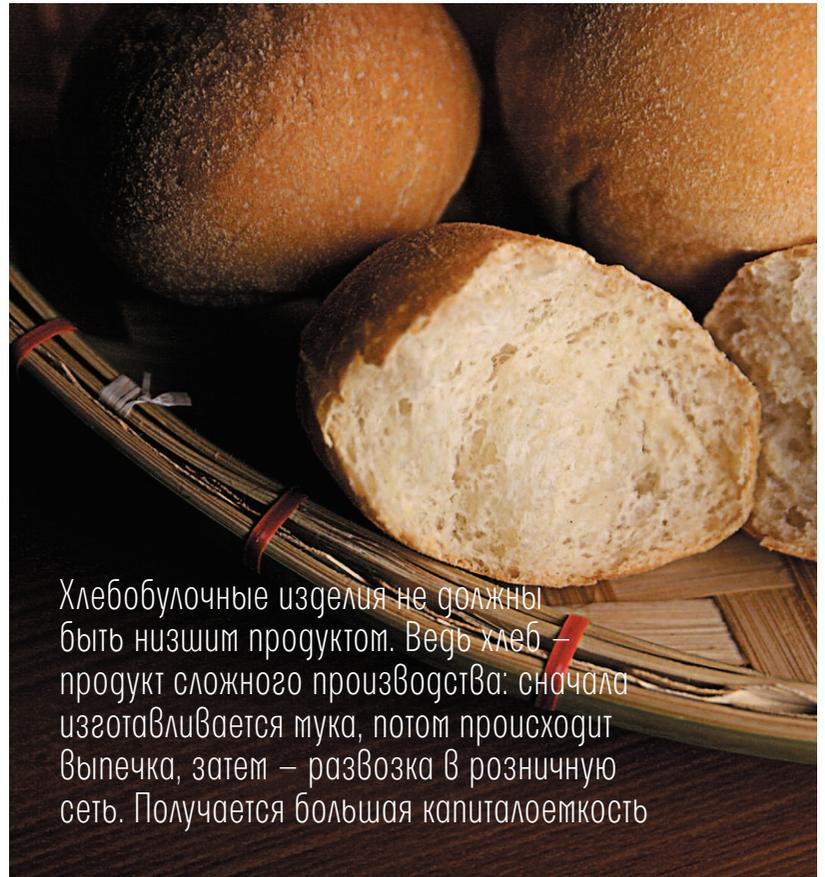
– Но сейчас Федеральная антимонопольная служба контролирует не торговлю, а производителей. Уже заведены дела на несколько хлебозаводов, ко-

торые обвиняются в ценовом сговоре. Как вам кажется, насколько обоснованы такие действия ФАС?

– В законе «О защите конкуренции» есть ст. 8, о согласованных действиях хозяйствующих субъектов, в которой говорится, что одновременное, даже согласованное, повышение цен на продукцию вследствие роста цен на сырье не является сговором хозяйствующих субъектов. Федеральное правительство пытается трактовать это как согласованные действия, преследуемые антимонопольным законодательством. Однако, по закону, у ФАС нет причин применять санкции по отношению к хлебопекарным предприятиям. Более того, Ассоциация «Хлебопеки Санкт-Петербурга» в письме **руководителю Управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу и Ленинградской области О. В. Коломийченко** уведомила о планируемом повышении цен на хлебобулочные изделия в связи с повышением цен на муку.

– Кто-то от этого выиграл?

– Занижение цен никогда экономику ни к чему хорошему не приводило: все должно стоить столько, сколько оно стоит. И здесь наша позиция совершенно четкая. С одной стороны, конечно, нам всегда больно повышать цены, когда растут издержки. С другой стороны, сдерживание



Хлебобулочные изделия не должны быть низшим продуктом. Ведь хлеб – продукт сложного производства: сначала изготавливается мука, потом происходит выпечка, затем – развозка в розничную сеть. Получается большая капиталоемкость

цен – тоже не выход, ведь государство не может их реально сдерживать. Сегодняшнее занижение цен ничем хорошим не обернется – ни с точки зрения конкуренции, ни с точки зрения перелива капитала. Нельзя сдерживать цены искусственно за счет производителей, которые потом не доплатят зарплату хлебопекам и в конечном итоге скажется на качестве продукции. Правильнее будет со стороны государства изыскивать резервы индексации доходов малообеспеченных слоев населения.



Хороший массовый хлеб – такой как «Дарницкий» или «Ржаной» – не сделать в условиях малого производства. Это массовая технология. Кроме того, при высокой оборачиваемости он получается недорогим. Здесь от массовости качество повышается. На оборудовании мини-пекарен хороший хлеб сделать невозможно: необходим определенный температурный режим, расстойка – много различных факторов, которые сложно продублировать в условиях малого производства

– По поводу закрытия экспорта зерна существуют разные точки зрения. Одни считают это вынужденной мерой, другие боятся, что эмбарго может отрицательно повлиять на позиции России как поставщика зерна на мировой рынок. Что вы думаете по этому поводу?

– На продукцию хлебозаводов не падает спрос при росте цен и не повышается, как бывает, например, с овощами, когда появляется сезонный фактор. Поэтому если серьезно повысятся цены на муку – приблизятся к мировым ценам – большой катастрофы не будет. Даже если, условно говоря, пшеницу к нам будут привозить из Европы, по логистике это иногда может быть дешевле, чем везти, допустим, из Сибири. Здесь, конечно, есть вопросы пошлин, но на товары первой необходимости пошлины минимальные. Хлебопекам в ситуации выравнивания цен будет даже спокойнее, особенно непродводящим регионам, так как рынки станут более открытыми. Хлебобулочные изделия не должны быть низшим продуктом – стоимость хлеба не может быть ниже цены картофеля. Ведь хлеб – продукт сложного производства: сначала изготавливается мука, потом происходит выпечка, затем – развозка в розничную сеть. Получается большая капиталоемкость.

Что касается потери Россией рынков сбыта, я думаю, что рынки потерять сложно. Российские цены на зерно достаточно конкурентоспособные, поэтому, на мой взгляд, год закрытия экспорта не может стать причиной потери рынка. У нас нет внутреннего рынка зерна. Если бы он был и при

этом был бы открытым еще и для внешних рынков, тогда, наверное, у нас не было бы таких проблем и с запретом экспорта. Была бы сбалансированность и рынка и цены. В нашей стране уже в 2003-2004 годах был период, когда цены на зерно подтягивались к мировым и можно было делать закупки за границей. Периодически у России возникали и кризисы с неурожаем, но мы не делаем никаких выводов, не решаем основную проблему.

– Какую?

– Государство регулирует там, где не действует свободный рынок. Рынок совершенной конкуренции для хлебопеков нереален, так как существует олигополия – и в мукомольной, и в хлебопекарной отраслях. Но свободная конкуренция – это когда в различных регионах производители не могут завышать цену. Существуют зерновые биржи, фьючерсные контракты, когда с учетом видов на урожай мы заранее обговариваем цены. Когда это все работает, тогда не возникает проблем с тем, что в одних регионах урожай хороший, а в других – плохой: рынок свободен от барьеров.

Сегодня же рынок закрыт и практически монополизирован, на него есть доступ лишь ограниченному числу субъектов. Государство административными методами пытается вмешаться в экономику, идет несоответствие: на хлебопекарном рынке конкуренция, а на рынке зерновом конкуренция ограничена. Это несоответствие секторов порождает то, что российская экономика далека от рыночной.

– Сильно ли хлебопеки пострадали от повышения цен на муку?

– Если говорить о предприятиях малого и среднего бизнеса, то им сложно выживать на рынке не из-за повысившихся цен на муку, а из-за административных барьеров. Например, подключение к электроэнергетике, завышенная арендная плата, причем производители не могут выкупить в собственность свои помещения. Тарифы на газ и воду тоже завышены. Все это очень сильно ударяет по бюджетам малых предприятий. Малые и средние предприятия торговли также не развиваются из-за завышенных тарифов.

Кроме того, когда дело касается услуг подключения, появляются посредники, и тогда все особенно дорожает. Чтобы не было посредников, необходимо работать напрямую, по четким тарифам.

Нельзя взимать с производителей запредельную плату, иначе никакое предпринимательство развиваться не будет. Если же брать плату только с крупных предприятий, освободив от нее малые и средние производства, – на первых будет двойной тариф за подключение. Необходимо сделать нормальный тариф. Схема должна быть для всех одна: себестоимость плюс плановая прибыль.

Еще одна проблема – государственный контроль-надзор, который, по идее, должен поддерживать производителей качественной продукции, а не задавать им дополнительные трудности. По законодательству он должен быть бесплатным во всех своих проявлениях, однако эта статья закона не работает, для производителей постоянно органы контроля-надзора постоянно придумывают платные услуги.

Валовая рентабельность хлебопекарной промышленности должна быть порядка 15%, а после уплаты налогов – 10%, чтобы предприятия могли проводить модернизацию, зарабатывать прибыль. Это один из главных принципов предпринимательства.

«Копирование бренда – это недобросовестная конкуренция, которая противоречит принципам предпринимательства. Однако если нет зарегистрированного названия – предприятие вправе дублировать конкурента. Другой вопрос – что предприятие, которое просто дублирует коллег по цеху, никогда не выигрывает в конкуренции».

РОССИЙСКАЯ ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

Ведущее мероприятие продовольственного рынка – УЖЕ 9 ЛЕТ С ВАМИ!

16 – 18 ноября 2010, Марриотт Гранд Отель, Москва



Лев Хасин
Главный исполнительный директор и председатель правления X5 Retail Group



Антонио Баптиста
Генеральный директор real,- Hypermarket



Алексей Павлов
Генеральный директор СПАР Россия



Виктор Линник
Президент АПХ Мираторг



Дмитрий Древланский
Президент Стойленская Нива



Яна Песоцкая
Генеральный директор Burger King Россия



Денис Лисак
Вице-президент по продажам Балтика



Костин Мандреа
Директор по работе с национальными клиентами по России Coca-Cola Hellenic



Виктор Бирюков
Президент Группы компаний Талина



Дариуш Куч
Вице-президент по Восточной Европе Danone Baby Nutrition



Виктор Семенов
Основатель Группы компаний Белая Дача



Андрей Даниленко
Президент Русские фермы

ФОРУМ 2010: ЦИФРЫ И ФАКТЫ

3 дня грандиозных событий и деловых мероприятий

5 дискуссий: анализ самых острых вопросов индустрии

6 круглых столов, посвященных различным сегментам пищевого сектора

9 лет в индустрии: опыт и компетентность

14 информативных и креативных сессий: измените представление о будущем

50+ докладчиков – ведущих игроков рынка

200+ участников ежегодно

10% СКИДКА*! VIP код RRC17MSD

*скидка не действительна для лиц, уже зарегистрировавших своё участие в конференции и/или семинарах. Любая из скидок предоставляется только на момент регистрации и не может быть совмещена с другими предложениями по скидкам. Все скидки подлежат дополнительному рассмотрению при регистрации.

ОФИЦИАЛЬНЫЙ
СПОНСОР
НАПИТКОВ:



ГЛАВНЫЙ
СПОНСОР:



МЕДИА-ПАРТНЕРЫ:



– **То есть необходимо довести до совершенства законодательную базу?**

– В мире нет совершенного законодательства. Мы говорим о ценовой дискриминации, а у нас в законе даже нет такого понятия. При этом все четко знают, что ценовая дискриминация – это поставка одних и тех же товаров при одинаковых издержках по разным ценам. Например, малая торговля получает продукцию хлебопекарных предприятий по более высоким ценам, чем сети. Конечно, там есть разница в логистике, в сети завозится больше продукции, соответственно и доставка получается дешевле, но это не та разница, с которой поставляется эта продукция. Это пример ценовой дискриминации.

Чтобы с ней бороться, был принят закон о государственном регулировании торговой деятельности. Но пока мы очень далеки от того, чтобы регу-



Сейчас очень много продукции, которая выпекается в торговых точках, но качество этих изделий сильно уступает качеству продукции хлебозаводов, хотя внешний вид их располагает к покупке. Поэтому не всегда то, что красиво по форме, будет приятно на вкус

лировать эти процессы. Большинство российских хлебозаводов относятся к субъектам малого предпринимательства. Сейчас расширено понятие субъектов малого предпринимательства: по численности, объемам, стоимости основных фондов. Введено понятие микропредприятий. Но реального способствования развитию, чтобы не появлялись посредники, а производитель имел напрямую доступ ко всем ресурсам – сегодня нет.

– **Тем не менее государство сейчас обещает оказывать поддержку по кредитам всем предприятиям пищевой отрасли. Оказывается ли эта поддержка на деле?**

– Есть понятие «субсидирование процентных ставок по кредитам», и оно, в принципе, работает, но работает только по закупке сельхозсырья. Например, если вы покупаете у мелькомбината муку, то государство может субсидировать процентные ставки. В принципе, наверное, можно получить субсидирование и по кредитам на модернизацию собственного производства субсидировать – предприниматель должен будет вер-

нуть банку только тело кредита, а проценты возместит государство. Такие кредиты, особенно по закупкам сырья, и для малых и для микропредприятий доступны, но чтобы их получить, необходимо составить определенный пакет документов. Тем не менее производители должны этим пользоваться.

Другой вопрос – процентные ставки. Надо смотреть, какова ставка финансирования и какова ставка реального кредитования. Если ставка финансирования ниже, чем реальная процентная ставка, значит часть процентной ставки будет платить производитель. Соответственно, это делает кредит дороже. Политика государства с точки зрения Центробанка экономически продумана и отражает реалии.

– **Долгое время в России самым лучшим хлебом считался теплый, только что выпеченный хлеб. Насколько важен, на ваш взгляд, этот критерий для современного покупателя?**

– Качественный хлеб – это не просто хлеб «с пылу с жару» и с привлекательным внешним видом. Например, сейчас очень много продукции, которая выпекается в торговых точках, но качество этих изделий сильно уступает качеству продукции хлебозаводов. По крайней мере мучные изделия, выпеченные в сетях, которые я покупал, не были высокого качества. Хотя внешний вид их располагает к покупке. Как достичь привлекательного внешнего вида, хорошо знают технологи. Поэтому не всегда то, что красиво по форме, будет приятно на вкус.

Наверное, притом что сейчас у предприятий избыточные мощности, они не могут, как раньше, доставлять в магазины горячую продукцию. Логистика затруднена и из-за пробок, которые стали больше, чем 10-15 лет назад.

Однако и сегодня критерий свежести для мучной продукции является достаточно важным. Безусловно, сейчас срок реализации, особенно упакованной продукции, стал больше, но все же продавать, особенно массовую продукцию, желательнее в первые сутки с момента поставки. Несвежая продукция никому не нужна. Поэтому производителю необходимо правильно рассчитать, сколько продукции надо произвести, чтобы все продать. И если предприниматель сможет это делать при большом ассортименте – это настоящее искусство, причем не только логистики, но также качества товара, его продвижения, отсечения спроса.

– **Почему мини-пекарни, производящие массовые сорта хлеба, провалились?**

– Приведу пример. В середине 90-х годов, в самый расцвет в городе демократии, когда в Санкт-Петербурге и Ленобласти было множество частных пекарен, многие из которых выпекали некачественный хлеб, я столкнулся с тем, что мне попытались выдать хлеб частной пекарни за продукцию Муринского хлебозавода – был в то время такой хлебозавод. Я сразу определил, меня хотят обмануть. У продавщицы в хлебном отделе стоял лоток с хлебом Муринского хлебозавода, а рядом – лоток с хлебом пекарни. Ценник же для обоих лотков

ПРОД ЭКСПО

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

Центральный выставочный комплекс «Экспоцентр»
Москва, Россия

7-11 2011
ФЕВРАЛЯ



www.prod-expo.ru

реклама

 **ЭКСПОЦЕНТР**
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

Организатор:
ЗАО «Экспоцентр»



При поддержке:
Министерства сельского хозяйства Российской Федерации

был один – на хлеб Муринского хлебо-завода. Но у хлеба, изготовленного пекарней, была другая пористость, влажность, даже внешний вид другой. И вкусовые качества, соответственно, уступали заводскому хлебу. Поэтому хлеб пекарни не пользовался спросом. Сначала его пытались продавать по более низкой цене, чем продукт Муринского хлебозавода, но качество изделий было таким низким, что даже это не сработало: покупателю хочется вкусный хлеб, а не дешевый. Предполагать, что люди станут платить за некачественный хлеб, который будет стоить меньше, чем качественный, – утопия. И тогда магазин пошел на такой ход, который является откровенным пиратством.

Хороший массовый хлеб – такой как «Дарницкий» или «Ржаной» – не сделать в условиях малого производства. Это массовая технология. Кроме того, при высокой оборачиваемости он получается недорогим. Здесь от массовости качество повышается. На оборудовании мини-пекарен хороший хлеб сделать невозможно: необходим определенный температурный режим, расстойка – много различных факторов, которые сложно продублировать в условиях малого производства.

– Сегодня на рынке нередко можно встретить товары-близнецы, когда недавно появившиеся производители копируют известный логотип и продвигают под ним продукцию более низкого качества по более низкой цене. Безусловно, изделия отличаются и сами логотипы имеют некоторые отличия, поэтому откровенным пиратством это не назовешь, но все же потребители нередко попадают на эту удочку и делают выбор в пользу более дешевого товара. Можно ли с этим как-то бороться?

– Это опять же бизнес-культура. Копирование бренда, создание похожего названия – это недобросовестная конкуренция, которая противоречит принципам предпринимательства. Надо отвечать за свой продукт.

Однако, к сожалению, если нет зарегистрированного бренда – предприятие вправе дублировать конкурента. И напрямую это запретить нельзя, ведь это не демпинг: используется сырье более низкого качества, производитель рентабельно продает более дешевый вариант. Такой вариант, в принципе, возможен, но нежелателен. Другой вопрос – что предприятие, которое просто



Сегодня критерий свежести для мучной продукции является достаточно важным. Несвежая продукция никому не нужна. Поэтому производителю необходимо правильно рассчитать, сколько продукции надо произвести, чтобы все продать. И если предприниматель сможет это делать при большом ассортименте – это настоящее искусство, причем не только логистики, но также качества товара, его продвижения, отслеживания спроса

дублирует коллег по цеху, никогда не выиграет в конкуренции. Мы должны развиваться.

Лжепредпринимательством являются и торговые марки сетей: ритейлеры сегодня пытаются интересную продукцию хлебозаводов продавать под собственной торговой маркой. В другом магазине эти же изделия идут с той же рецептурой и технологией, но под маркой производителя. Это попытка сетей снизить цену.

Private label – известная форма торговли, и она имеет право на существование, но только в том случае, если рецептура и технологии изготовления товара разработаны торговой сетью, а производителю заказано его изготовление на выгодных для обеих сторон условиях. Если же все разработано производителем, а магазин просто продает продукцию под своим лейблом, даже без специального контроля качества – это неправильно.

– Так почему производители идут на такие условия сетей?

– Здесь сети начинают пользоваться своим положением. Когда существует конкуренция, успех производителя во многом зависит от места на полке. Нужно продавать определенный объем, загружать мощностями, поэтому необходимо где-то идти на компромиссы. Сети же ставят ультиматум: если мы эту ассортиментную позицию возьмем не у вас, то возьмем ее у конкурента. Мы пыта-

емся отслеживать эти процессы, делать так, чтобы производители не шли на такие условия. Но шантаж производителей друг другом – самый тяжелый, а главное – его не доказать юридически: никто не знает, как именно сети ставят вопрос.

– А есть ли шансы завоевать прочные позиции на рынке, не связываясь с ритейлом?

– В фирменных магазинах, безусловно, розничная цена на продукцию, будет выше, чем у сетей, так как они не берут различных бонусов. Но при этом они почти у всех производителей берут тот ассортимент, который составляет лицо этого производителя, и в таких магазинах вся продукция неплохо реализуется.

– Существуют ли какие-либо пути повышения рентабельности хлебопекарного бизнеса?

– Я различаю понятия «бизнес-культура» и «предпринимательская культура». По отношению к нашей отрасли правильнее употреблять словосочетание «хлебопекарное предпринимательство».

Если говорить о бизнесе, цель которого – получение прибыли любой ценой, то существует множество путей. Можно создать монополизм по поставкам зерна за границу, заработать на разнице наших цен с европейскими, обмануть покупателя, сделав дешевый хлеб из некачественной муки. Это бизнес: удешевляем и получаем прибыль.

Для предпринимательства, которым мы занимаемся, все это неприемлемо. У нас путь один: стараться найти поставщика качественного сырья, с помощью креативного мышления придумать продукт, которого еще нет на полке, но который будет пользоваться спросом, произвести этот продукт на качественном оборудовании, в хороших санитарных условиях. Очень важно, чтобы этот продукт продавался через торговое предприятие, где грамотные и опрятные продавцы могут предоставить покупателю подробную информацию по каждой ассортиментной позиции поставщика. Это нормальные партнерские отношения производства и торговли – предпринимательские отношения.

Предпринимательство дает возможность заработать прибыль, чтобы вовремя проводить реконструкцию, выплачивать достойную зарплату рабочим и продавцам. В таких условиях можно жить достойно, получая удовлетворение от того, что продукт пользуется спросом на рынке. **КС**



FRANZ HAAS ■ MEINCKE ■ MONDOMIX ■ STEINHOFF

Инновации и традиции

Ценности компании Хаас-Мондомикс –
Ваша уверенность в своем будущем

Для воплощения любой Вашей
идеи по аэрации продуктов для
хлебобулочной, кондитерской
или молочной промышленности
мы предлагаем комплексные
решения.



www.mondomix.nl

Автор: Светлана Карельская

Производство крекеров

Крекер – мелкоштучное мучное кондитерское изделие с высоким содержанием жира, отличающиеся слоистостью и хрупкостью.

Крекеры делят на две группы:

- на дрожжах или дрожжах и химических разрыхлителях;
- на химических разрыхлителях без дрожжей.

Крекеры по внешнему виду похожи на затяжное печенье, но отличаются от него специфическим вкусом и ароматом.

Технологическая схема производства состоит из следующих стадий:

- подготовка сырья к производству;
- приготовление опары (для крекеров на дрожжах);
- замес теста;
- вылеживание теста;
- прокатка теста;
- формование тестовых заготовок;

- выпечка крекеров;
- охлаждение крекеров;
- упаковка крекеров.

Производственная линия включает несколько обязательных участков – тестоприготовительный, участок прокатки, формования и выпечки. Кроме обязательных линия может включать ряд дополнительных участков, в зависимости от объемов производства и возможностей производителя.

Сырье

Перед использованием на производстве все сырье проходит специальную подготовку, которая проводится в соответствии с действующей «Инструкцией по предупреждению попадания посторонних предметов в продукцию на предприятиях кондитерской отрасли и в кооперативах» и действующими «Санитарными правилами для предприятий кондитерской промышленности».

Подготовка сырья к производству включает в себя следующие операции:

- освобождение сырья от тары;
- очистка сырья от посторонних механических, металлических и ферромагнитных примесей путем просеивания, процеживания или протирания в зависимости от вида сырья;
- растворение сырья (добавление химических разрыхлителей и соли);
- темперирование сырья (добавление жиров);
- дозирование сырья.

Основным сырьем при производстве крекеров является мука, жир, разрыхлители, сахарный песок.

Для производства крекеров лучше всего использовать муку с содержанием сырой клейковины 25-30% слабого и среднего качества (65-90 ед. по шкале прибора ИДК), при этом влажность муки должна быть не более 15%.

В качестве жировой основы для данных изделий используют масло сливочное, маргарин, кондитерский жир, растительные масла и фритюрный жир. Разрыхлителями для теста при производстве крекеров могут служить хлебопекарные дрожжи, питьевая сода (двууглекислый натрий), углекислый аммоний.

Стоит отметить, что применение дрожжей усложняет производство, удлиняет технологический процесс, требует дополнительного оборудования. Но, с другой стороны, продукция, изготовленная на дрожжах, значительно лучше и по вкусу и по внешнему виду, чем изделия, изготовленные на химических разрыхлителях. Усвояемость изделий на дрожжах выше, чем изделий на химических разрыхлителях. Крекеры на дрожжах (по-европейски – сливочные крекеры) – хрустящее, но не твердое, слоеное печенье с мягким вкусом. Внутри сливочные крекеры имеют явно слоистую структуру, которая должна быть как можно более однородной по всему объему. Химические разрыхлители при производстве сливочных крекеров не используются.

Другой вид изделий – крекеры на дрожжах и химических разрыхлителях (по-европейски – содовые крекеры).



AUS LIEBE ZUM TEIG
ИЗ ЛЮБВИ К ТЕСТУ

FRITSCH



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

Аппетитные круассаны могут быть с начинкой или без неё, мини-изделия на один укус или пышные рогалики к завтраку, однако для всех круассанов важно: пышная, слоистая структура, хрустящая корочка и неповторимый вкус. Если Вы хотите получить все эти параметры, стабильное качество изделий и автоматизировать производство, обращайтесь на фирму FRITSCH, оборудование которой позволяет производить любые виды скрученных изделий (круассаны, рогалики, корншпицы, багеты и т.д.), в различном диапазоне производительности и со стабильным качеством.

У Вас появился аппетит? Узнайте больше о круассане.

E-Mail: sales@fritsch-russia.ru
телефон (495) 380 09 50

 www.fritsch-russia.ru

Обработка теста

Для изготовления теста для крекеров используются тестомесы. Чаще всего это тестомесы горизонтального типа, мощные емкости которых выполнены из безвредных для человеческого организма материалов (как правило, из нержавеющей стали). Тестомесы обладают блоками управления, которые обеспечивают возможность регулирования скорости и времени, замеса, а также угла опрокидывания.

Крекеры по внешне-му виду похожи на за-тяжное печенье, но от-личаются от него специфическим вку-сом и ароматом.

Тесто для любых видов крекера перед формованием обяза-тельно подвергается мно-гократной прокатке. Прокат-ка теста необходима для уве-личения пластичности теста, для равномерного распреде-ления воздуха, который за-хватывается тестом в процес-се замеса и брожения. Благо-даря многократной прокатке

изделия из такого теста приобретают равномерно слоистую структуру, при этом увеличивается хрупкость и намакаемость изделий, а плотность уменьшается, за счет чего улучшается их качество. Поэтому после выгрузки из тестомеса тесто необходи-мыми дозами транспортируется и загружается в ламина-тор, где, собственно, и осуществляется прокатка. При про-катке и слоении в некоторые виды крекеров (например, сли-вочный крекер) вносят смесь жира с мукой между слоями.



Тесто для любых видов крекера перед формованием обязательно подвергается многократной прокатке



Фасуют крекеры на упаковочных автоматах горизонтальных или вертикальных либо укладывают в короба из гофрированного картона рядами на ребро или насыпью



Для формования тестовых заготовок необходимо получить тестовую ленту с малой толщиной 2-4 мм. Для этого тесто после прокатки пропускают через шлифующие валки, которые предназначены для постепенного уменьшения толщины тестовой ленты с 15 до 2-4 мм. Обычно для этого достаточно 2-3 пар валков.

Формование теста осуществляется на ротационных машинах путем вырубки заготовок из тестовой ленты. Расширить ассортимент выпускаемой продукции возможно за счет дополнительных формовочных роторов.

Выпечка

Выпечка осуществляется на кондитерских печах туннельных непрерывных или ротационных, обогреваемых электричеством или газом. Для крекеров обязательно использовать печи с прямым нагревом. В результате тепловой обработки изделия приобретают свойственный им вкус и аромат, цвет и структуру. В результате тепловой обработки влажность тестовых заготовок уменьшается за счет испарения влаги из поверхностных слоев. Продолжительность и температура зависят от формы, размеров изделий, влажности теста, типа используемой для выпечки печи, степени заполнения пода печи.

Некоторые виды крекеров после выпечки опрыскивают маслом или другим жировым продуктом. Поверхность крекеров перед выпечкой можно обсыпать солью, маком, кунжутом или другими вкусовыми добавками. Добавки лучше прилипнут, если поверхность тестовой заготовки предварительно обрабатывать водой.

После выпечки изделия имеют высокую температуру, поэтому могут легко деформироваться. Для придания изделиям механической прочности их охлаждают постепенно до температуры 32-40 °С на охлаждающем конвейере или на стеллажных тележках.

Фасуют крекеры на упаковочных автоматах горизонтальных или вертикальных либо укладывают в короба из гофрированного картона рядами на ребро или насыпью. КС

PERFOCOM

ХЛЕБОПЕКАРНЫЕ ПРОТИВНИ

Для отечественного и импортного оборудования

- плоские • волнистые • перфорированные
- с антипригарным покрытием

Изготовление под заказ. Доставка.

ООО «Перфоком»

Н.Новгород, просп. Гагарина, 178
тел./факс: (831) 461-87-87, 469-37-77
e-mail: info@perfocom.ru

ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА:

Москва:
(498) 662-45-77, 662-45-78
e-mail: moskva@perfocom.ru

Санкт-Петербург:
(812) 704-19-41, 704-60-05
e-mail: spb@perfocom.ru

Казань:
(843) 273-04-71, 273-27-50
e-mail: kazan@perfocom.ru

Краснодар:
(861) 234-28-22, 234-28-99
e-mail: krasnodar@perfocom.ru

Самара:
(846) 954-30-27, 954-43-51
e-mail: samara@perfocom.ru

www.perfocom.ru



ВЕРНАЯ СТРАТЕГИЯ НА ПУТИ К УСПЕХУ

Вы хотели бы получать всестороннюю консультационную поддержку в течение всего периода эксплуатации Вашего оборудования?

Две специализированные компании объединились с целью дальнейшей оптимизации сервисных и технологических услуг.

С группой компаний «ХААС» Вы всегда можете рассчитывать на качественную поддержку вне зависимости от объема Вашего проекта.

Повышайте рентабельность Ваших инвестиций!
ИДЕАЛЬНАЯ ФОРМУЛА ИДЕАЛЬНОГО СЕРВИСА





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

Автор: **Николай Пашуев**,
директор завода ТАГРО компании АГРО-3

В статье использованы: Информация Пресс-службы
губернатора Тверской области;
Материалы газеты «Московский
Комсомолец» в Твери»

Власть и бизнес: полезное сотрудничество

Примеров прямого общения власти и бизнеса, особенно если бизнес этот не имеет отношения к нефти и газу, не так много, как хотелось бы. Ведь живой и непосредственный контакт всегда способствует лучшему взаимопониманию, оперативному решению насущных проблем и позитивному развитию. Это доказал июльский визит губернатора Тверской области Дмитрия Зеленина на одно из градообразующих предприятий Твери – машиностроительный завод «ТАГРО».

На встрече с руководством завода были затронуты вопросы взаимодействия и поддержки пищевой промышленности региона совместными усилиями машиностроителей и государственных органов. **Дмитрий Зеленин** отметил достижения ООО «ТАГРО» в этом направлении и призвал тверских машиностроителей и пищевиков и дальше кооперировать усилия, чтобы полностью одолеть кризис.

Руководство и коллектив завода, в свою очередь, обратились к главе региона с просьбой решить некоторые социальные проблемы и вопросы инфраструктуры (в частности, с детскими учреждениями, транспортом и дорогами).

Лучший хлеб – из тверских печей

ООО «ТАГРО», входящее в состав холдинга «АГРО-3», – одно из самых успешных предприятий в регионе. Уже свыше десяти лет завод выпускает высококачественное серийное и нестандартное корпусное оборудование для пищевой промышленности и занимает довольно высокие позиции на российском рынке.

Основная продукция ООО «ТАГРО» – тепловое оборудование для хлебопекарной и мясоперерабатывающей промышленности, а также оборудование для хранения, транспортировки и дозирования сыпучих продуктов. Хлебопекарные печи, камеры для запекания мясных изделий, хлебные тележки, мясные

«Еще одна причина уверенного роста “ТАГРО” заключается в том, что предприятие ориентируется на выпуск импортозамещающего оборудования, которое не уступает лучшим зарубежным аналогам по качеству».



Дмитрий Зеленин (крайний справа) отметил достижения ООО «ТАГРО» и призвал тверских машиностроителей и пищевиков и дальше кооперировать усилия, чтобы полностью одолеть кризис

рамы, тестозакаточные и тестоокруглительные машины, хлебoreзки, мукопросеиватели – ассортимент выпускаемой продукции насчитывает свыше 400 наименований и постоянно расширяется.

Как подчеркнул исполнительный директор **торгово-промышленной компании «АГРО-3» Дмитрий Баженов**, на протяжении всего своего 10-летнего существования «ТАГРО» каждый год выпускает как минимум два-три новых изделия. В нынешнем году таких изделий уже четыре и еще несколько находится в разработке.

Кризис не обошел стороной и «ТАГРО», равно как и другие машиностроительные предприятия России. В начале 2009 года на заводе сложилась непростая ситуация: была неполная рабочая неделя, сотрудников отправляли в административные отпуска. Но руководству предприятия удалось с наименьшими потерями пережить сложный период и даже сохранить весь рабочий коллектив.

«Прошедший год на заводе был нелегким, – рассказывает Дмитрий Баженов. – Но мы старались не изменять стоимость нашей продукции для потребителей. Особый упор наша компания сделала на качество и расширение ассортиментного ряда. Наверное, именно это привело к тому, что в прошлом году мы смогли продолжить рост.

Темпам роста «ТАГРО» можно позавидовать: по итогам прошлого года объем производства вырос на 18% – это весьма серьезный показатель».

Еще одна причина уверенного роста «ТАГРО» заключается в том, что предприятие ориентируется на выпуск импортозамещающего оборудования, которое не уступает лучшим зарубежным аналогам по качеству. При этом существенным плюсом тверского производителя является более доступная цена по сравнению с импортной техникой. Многие российские пищевые предприятия уже оценили эти конкурентные преимущества.

Как отметил **начальник производства «ТАГРО» Владимир Бекешев**, особая гордость завода – современные хлебопекарные печи, которые пользуются большим спросом, – в год предприятие комплектует около 300 шт. В таких печах пекут самую разнообразную хлебобулочную продукцию не только на крупнейших предприятиях региона и страны, но и в ближнем зарубежье.

Социальные задачи будут решены

Сегодняшним объемом работы и заработком сотрудники «ТАГРО» довольны. Большим плюсом родного предприятия люди считают полное соблюдение трудового кодекса и действующие



Особая гордость завода – современные хлебопекарные печи, которые пользуются большим спросом, – в год предприятие комплектует около 300 шт.



Руководство и коллектив завода обратились к главе региона с просьбой решить некоторые социальные проблемы и вопросы инфраструктуры (в частности, с детскими учреждениями, транспортом и дорогами)

на заводе социальные программы. Так, руководство обеспечивает бесплатное питание и транспортную доставку работников на предприятие. А стимулировать сотрудников помогают программы по премированию и конкурсы лучших в профессии.

К губернатору рабочие обратились с вопросами о наблевшем – их волнуют нехватка мест в детских садах, трудности с городским транспортом и дороги. Дмитрий Зеленин пообещал реальное содействие в решении этих проблем.

Взаимовыгодная кооперация

Успех ООО «ТАГРО» – хороший пример для других предприятий реального сектора экономики. Но чтобы быть всегда успешными, необходимо идти в ногу со временем. И руководство завода это понимает.

«Мы не останавливаемся в своем развитии и понимаем, что российская пищевая, в частности хлебопекарная и кондитерская, промышленность требует нового современного оборудования, – говорит исполнительный директор компании «АГРО-3» Дмитрий Баженов. – И мы стараемся поставлять надежное отечественное оборудование, пытаюсь замещать им оборудование импортное».

Со своей стороны администрация Тверской области готова стать партнером завода в решении стратегических задач дальнейшего развития.

В Тверском регионе работают собственные программы поддержки производителей. Так, предприятия, решившие взять инвестиционный кредит, получают из областного бюджета субсидию в размере части процентной ставки. Другой вид поддержки – это продвижение тверской продукции при реализации новых инвестиционных проектов в регионе.

Руководство «ТАГРО» выразило надежду, что сотрудничество и финансовая поддержка перевооружения предприятия со стороны администрации Тверской области будут выгодны всем сторонам. «Я считаю, что это даст нам серьезный толчок, для того чтобы реализовать максимальное количество новых перспективных конструкторских разработок и обеспечить пищевую высококачественной и производительной техникой», – заметил Дмитрий Баженов.

Дмитрий Зеленин также одобрил взаимовыгодное сотрудничество между властью и бизнесом, инвесторами и производителями, хлебопекарами и машиностроителями. «Такую кооперацию дай бог каждому предприятию!» – резюмировал губернатор. ■

RONDO
Dough-how & more.



ООО «РОНДО»
117105 г. Москва
Варшавское шоссе, д. 17, стр. 3,
тел.: +7 (495) 786-39-06,
факс: +7 (495) 788-98-20,

тел. горячей линии РОНДО:
+7 (903) 153-35-75, с 9.00 до 21.00,
e-mail: info@rondo-online.ru
www.rondo-online.com

Швейцарское качество для малого бизнеса

Швейцарская компания **RONDO** известна во всем мире. На протяжении вот уже многих десятков лет мы выпускаем высококачественные машины и оборудование для производства мучных кондитерских и хлебобулочных изделий, пиццы, круассанов, донатсов, изделий из слоеного теста и др. Наши формовочные линии имеют крупнейшие производители хлебобулочных изделий во всем мире, в том числе и в России. Но есть у компании **RONDO** в ассортименте производимого оборудования и то, что можно предложить небольшим пекарням и производственным цехам.

Для того чтобы вы правильно выбрали необходимый именно вам комплект, мы провели сравнительный анализ наших машин, его результаты приведены в расположенной ниже таблице. Эти машины зарекомендовали себе как прекрасная замена ручного труда на небольшом производстве, в ресторане, кафе или булочной. То, что они пользуются большой популярностью, уже в который раз доказала прошедшая не так давно в Москве выставка «Современное хлебопечение – 2010». На нашем стенде, помимо высокопроизводительной формовочной линии Старлайн, была установлена машина для раскатки и нарезки теста «Автомат-

Кутомат», на которой в течение всего времени выставки специалистом компании «Маргарон» (поставщик жиров и маргаринов) проводились мастер-классы по приготовлению слоеного теста и нарезке изделий из него. Демонстрация оборудования вызвала у посетителей выставки восторг, и несколько подобных машин было продано прямо на стенде.

Немаловажным аргументом в пользу покупки одной из серийных машин **RONDO** является и то, что данными машинами в своих демо-залах пользуются почти все крупные поставщики сырья и ингредиентов на российский рынок. Так, например, у компании **Bakels**



установлена машина «Эконом», у фирм **Ireks** и **Bakaldrin** – электронные машины «Рондостар-Кутомат», компания **Puratos** проводит мастер-классы на машине «Комби», а упомянутая выше компания «Маргарон» работает на «Автомате». Все эти референции лишней раз подтверждают надежность, качество изготовления и удобство использования оборудования, произведенного швейцарской компанией **RONDO** и вложившей в него весь свой многолетний опыт и компетенцию в раскатке и формовке. Мы следуем нашему девизу **Dough-how&more** и даем своим покупателям больше, чем просто оборудование.

В канун Нового года и Рождества мы хотим пожелать вам счастья, здоровья, благополучия, успехов во всем и всегда! Пусть наступающий год станет годом серьезных профессиональных достижений и годом простых человеческих радостей, веселых улыбок и сердечной теплоты. Всегда ваша – фирма **РОНДО**. 

Наименование машины	Изображение	Назначение	Краткое описание	Производительность кг/час	Мощность кВт
Эконом		Раскатка и слоение тестового полотна	Столы машины из нержавеющей стали. Контейнер для муки интегрирован в крышку для мотора. Откидывающиеся столы машины	≈ 25	0,5
Рондомат		Раскатка и слоение тестового полотна	Хорошо читаемая шкала, стопор для конечного зазора валков для постоянной конечной толщины тестового полотна. Скрепки РОНДО , для очистки они могут в считанные минуты и без применения инструментов сниматься и устанавливаться вновь	≈ 50	1,1
Автомат		Раскатка и слоение тестового полотна	Автоматическая установка расстояния между валками, в соответствии с 4 различными, настраиваемыми в зависимости от вида теста программами. Это обеспечивает постоянное стабильное качество изделий, благодаря постоянно одинаковому пошаговому снижению зазора между валками. Привод с синхронизацией РОНДО с автоматической регулировкой скорости, что позволяет производить очень тонко раскатанное гладкое тестовое полотно без стресса. Предотвращаются накопления и разрывы теста	≈ 100	1,5
Автомат-Кутомат		Раскатка, слоение и нарезка тестового полотна	Машина для нарезки и раскатки теста. Имеет обычную скорость для раскатки и регулируемую медленную скорость для нарезки теста. Станция для нарезки установлена на левом рабочем столе. Основание выполнено из нержавеющей стали	≈ 100	1,5
Стол для нарезки		Нарезка тестового полотна	Скорость транспортной ленты регулируется. Станция для нарезки для двух валов, с роликами противодавления, давление при нарезке регулируется. С многослойной транспортной лентой из синтетического полотна шириной 640 мм. С полкой для хранения валов	≈ 100	0,5
Рондостар-Кутомат		Раскатка, слоение и нарезка тестового полотна	Цветной сенсорный дисплей управления символами. Память на 100 индивидуальных рабочих программ. Автоматический мукоподсыпатель из нержавеющей стали. Транспортные ленты из многослойного искусственного волокна. Имеет регулируемую медленную скорость для нарезки теста	≈ 100	2

Dough-how & more



реклама



Все для качества.

РОНДО - это качество. В консультациях и сервисе. В производстве машин и оборудования для раскатки и формовки теста. Вы получаете выгоду за счет нашего стремления к качеству – отличное качество Вашей продукции.
www.rondo-online.com

Жировая основа слоеного теста



По старым технологиям жиры в слоеное тесто не добавлялись – считалось, что хватит и той части маргарина, которая идет на слоение, – но в массе теста жиров при такой технологии всегда не хватало. Пластичность теста была низкой, и никогда не удавалось изготовить тесто с большим количеством слоев, как это делают во Франции

Каждый вид теста имеет индивидуальные особенности приготовления. В этой статье мы поговорим о том, как правильно подобрать жировую основу для слоеного теста.

Как известно, существуют два вида слоеного теста – бездрожжевое и дрожжевое. Причем в бездрожжевом тесте подъем происходит только за счет работы маргарина, который, нагреваясь при выпечке, раздвигает слои теста. При испарении воды, содержащейся в маргарине, происходит очень хорошее расслоение, а затем расплавленные жиры маргарина впитываются в слои теста и не дают им слипнуться.

При выборе хорошего специализированного маргарина производитель слоеного теста легко добьется того,

что слои выпекаемого изделия приобретут хрупкую поджаристую и очень нежную структуру и продукт будет буквально таять во рту.

В слоеном дрожжевом тесте подъем происходит как за счет действия маргарина, так и от деятельности дрожжей, которые делают слои теста еще более пышными. В целом технология получения дрожжевого и бездрожжевого слоеного теста одинакова: на пласт теста, раскатанного в виде квадрата, кладется пласт маргарина, после чего тесто защищается конвертом и раскатывается.

Основная задача маргарина – изолировать слои теста друг от друга, не дать им слипнуться при раскатке и на-

резке. Слоение происходит путем последовательного раскатывания и складывания теста с прослойкой маргарина в 3-4 слоя в виде книжки.

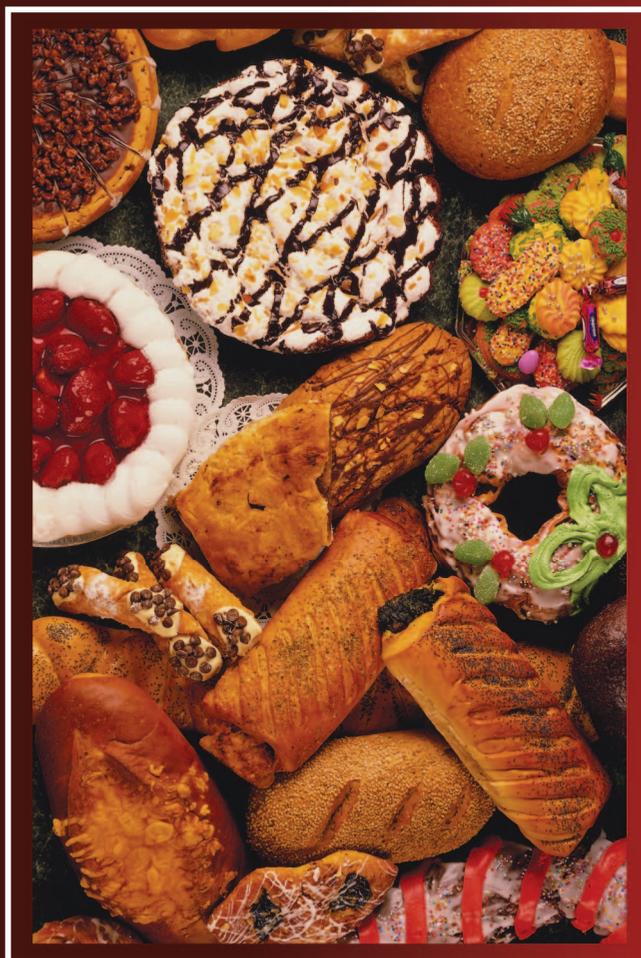
Еще пару десятков лет назад технологии изготовления слоеного теста предусматривали применение в нем обычного маргарина или масла. Не использовались маргарины с высокими температурами плавления, а о калиброванных пластах маргарина практически никто не знал. Рекомендовалось подпыление мукой при слоении, чтобы в процессе раскатывания слои не сдвигались относительно друг друга. Слоеное бездрожжевое тесто при использовании обычного маргарина или сливочного масла содержит, как

75 ЛЕТ

РОССИЙСКОМУ ПРОИЗВОДСТВУ
ПИЩЕВЫХ АРОМАТИЗАТОРОВ

ШИРОКИЙ СПЕКТР АРОМАТИЗАТОРОВ ДЛЯ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

- Карамель
- Начинки,
корпуса
для конфет
- Зефир
- Шоколад



- Печенье
- Пряники
- Кексы
- Вафли
- Торты и
пирожные

РОССИЯ, 195027, С.-ПЕТЕРБУРГ, УЛ. ПАРТИЗАНСКАЯ, 11
ТЕЛ.: (812) 326-48-25, ФАКС: (812) 326-38-62
WWW.KHPR.RU



Основная задача маргарина – изолировать слои теста друг от друга, не дать им слипнуться при раскатке и нарезке



правило, 144-288 слоев. В дрожжевом тесте их значительно меньше – 24-48.

При использовании же профессиональных специализированных маргаринов бездрожжевое тесто может иметь до 400 слоев, а дрожжевое сладкое тесто – не менее 160 слоев. Таким образом, очевидно, что для качественных слоеных изделий очень большое значение имеет состав маргарина.

Профессиональные маргарины имеют в своем составе специальные типы эмульгаторов, которые обеспечивают его повышенную пластичность и раскатку в слоенном тесте до толщины в десятые доли миллиметра без опасности разрыва.

Современные технологии изготовления слоеного теста рассчитаны на

использование специальных маргаринов с высокой пластичностью – консистенции маргарина и теста при слоении должны быть совершенно одинаковыми. Температура плавления маргарина имеет крайне важное технологическое значение: при слишком высокой температуре теста он становится очень мягким и слои теста слипаются уже при раскатывании. При низкой температуре маргарин теряет пластичность, в момент раскатывания маргариновая прослойка внутри теста разрывается, вместе с тем разрывая и слои теста. В дальнейшем при выпечке вместо подъема теста происходит выход пара в местах разрывов, изделие деформируется, теряет товарный вид. Поэтому температура плавления маргарина для слоеного дрожжевого теста составляет 36 °С, для бездрожжевого – около 43 °С. Это позволяет раскатывать тесто при комнатной температуре.

Маргарины для слоения выпускаются в калиброванных пластах толщиной 20 или 18 мм, каждый пласт весит 2 кг и упакован отдельно, как правило в оболочку из фольги.

Маргарин, который Вы кладете на слой теста в тестораскаточной машине, должен иметь форму квадрата с одинаковой высотой слоя по всей площади тестовой заготовки. В противном случае в процессе раскатывания маргарин будет распределяться неравномерно, и в результате часть готовых изделий будет просто истекать маргарином при выпечке, а другая часть будет плохо расслаиваться. В обоих случаях качество изделий и их внешний вид будут далеки от желаемых.

Если же вы вынуждены использовать обычный маргарин или маргарины для слоев, но не калиброванный, а в блоках, вам необходимо приобрести пресс, позволяющий производить формование. Отметим, что подобные прессы выпускаются иностранными фирмами и стоят весьма недешево, поэтому закупать их выгодно только крупным компаниям.

При закупке маргаринов следует быть внимательным – производители всегда обозначают маргарины для дрожжевого и бездрожжевого теста

по-разному. Они действительно должны отличаться пластичностью, эмульгаторами и температурой плавления.

Если вам предлагают «универсальный» маргарин для слоеного теста, да еще в блоках по 10 или 20 кг, то в большинстве случаев это обычный столовый маргарин, как бы он красиво ни назывался. Вреда от него не будет, но профессионального качества слоеной выпечки вы не добьетесь.

Однако необходимо не только наносить жировую основу на слои, но и включать жир в состав самого теста. Добавка в слоеное тесто жиров (растительных масел или маргаринов) обеспечивает смазку клейковины и более равномерное распределение воды в тесте.

Присутствие жира также предотвращает обезвоживание замороженного полуфабриката, делая тесто эластичным и мягким после разморозки, однако для этого в тесто должен быть добавлен эффективный эмульгатор (в составе улучшителя).

По старым технологиям жиры в слоеное тесто не добавлялись – считалось, что хватит и той части маргарина, которая идет на слоение, – но в массе теста жиров при такой технологии всегда не хватало. Пластичность теста была низкой, и никогда не удавалось изготовить тесто с большим количеством слоев, как это делают во Франции.

Многие частные пекари добавляют в тесто маргарин, который используют также и для слоения. Если используется специальный маргарин, который имеет высокую температуру плавления (более 43 °С), достигается очень близкая пластичность и самого

теста, и маргарина для слоения, что позволяет получать значительно большее число слоев. Этот метод достаточно затратный, однако имеет свои преимущества.

Таким образом, при изготовлении слоеного теста правильный выбор маргарина и жировой основы играют очень большую роль.

И производителям кондитерских изделий сейчас доступны как отечественные, так и импортные маргарины высокого качества. Помните: правильный выбор жировой основы – залог успеха вашей продукции. **КС**

«При закупке маргаринов будьте внимательным – производители обозначают маргарины для дрожжевого и бездрожжевого теста по-разному».

Источник: Информкондитер

Mars с USDA вывели особый сорт какао

Американские ученые составили карту генома растительной клетки какао и обещают скоро поведать миру о результатах в работе по расшифровке генома растения. Исследования начались в 2008 году и проводились совместно Департаментом сельского хозяйства и сельскохозяйственных исследований при Министерстве земледелия США, компаниями Mars Inc. и IBM.

Компания Mars обещает на безвозмездной основе предоставить результаты этих исследований всем заинтересованным сторонам через организацию под названием Public Intellectual Property Resource for Agriculture (PIPRA).

Опираясь на результаты этих исследований, фермеры смогут выращивать более качественные какао-бобы. Расшифровка генома позволит создать более стойкие и урожайные сорта растительной культуры какао, с высокой



флаванолы какао могут быть использованы в программах по оздоровительному питанию для людей с сердечно-сосудистыми заболеваниями

степенью сопротивляемости вредителям и болезням и повышенным содержанием питательных веществ.

Шоколад – это не только сладость, но и большой бизнес. В 2011 году мировой рынок какао, как ожидается, составит 13 млрд долл. Однако это довольно затратный бизнес. Вредители и болезни ежегодно уничтожают до

80% урожая какао. Годовой ущерб отрасли составляет от 700-800 млн долл. Ежегодно от этого страдают до 6,5 млн фермеров в Юго-Восточной Азии, Западной Африке и Южной Америке.

В ходе исследований по расшифровке генома ученые Mars обнаружили и новые полезные свойства какао. Исследователи пришли к выводу, что флаванолы какао могут быть использованы в программах по оздоровительному питанию для людей с сердечно-сосудистыми заболеваниями, которых только в США насчитывается более 80 млн.

Исследование показало, что ежедневное потребление флаванолов какао более чем в два раза увеличивает количество циркулирующих ангиогенных клеток (ЦАК) в крови, увеличение количества которых может положительно сказаться на здоровье кровеносных сосудов. **КС**

*Маргарины для
слоеного теста*

Маргарины для выпечки

Маргарины для крема

Жиры специального назначения

+7(812)4494848

Санкт-Петербург, 5-ый Верхний пер., д.1, Лит.Б

www.margaron.ru



МАРГАРОН®

*МЫ ОПЕРЕЖАЕМ
ПОТРЕБНОСТИ
НАШИХ КЛИЕНТОВ*



Профессиональные решения

Автор: **Ирина Бурлова**, руководитель группы по разработке жиров и маргаринов ЗАО «Жировой комбинат», Саратов, предприятие Холдинга «Солнечные продукты»

Компания: **ЗАО «Жировой комбинат», предприятие Холдинга «Солнечные продукты»**
410065, г. Саратов, пр-т 50 лет Октября, д. 112а
www.solpro.ru



Роль маргарина при производстве изделий из песочного теста

Ни один день у большинства людей не обходится без чашечки чая с каким-нибудь лакомством. Это могут быть различные кондитерские изделия. Но чаще всего к чаю подают печенье – наиболее распространенный вид мучных кондитерских изделий.

Печенье – высококалорийный продукт разнообразной величины и низкой влажности, изготовленный из муки, сахара, жира, яиц, химических разрыхлителей. И производители печенья не перестают удивлять нас разнообразным ассортиментом этого продукта. Виды печенья отличаются по составу теста и начинок, глазури, а также по форме, цвету и т. д. В рационе человека печенье появилось практически одновременно с хлебом – примерно 10 тыс. лет назад. В настоящее время рынок печенья составляет значительную долю группы мучных кондитерских изделий самого крупного сегмента по объемам продаж.

Кондитеры делят печенье на три класса: затяжное, сахарное, сдобное.

Мы, как производители маргариновой продукции, при исследованиях и разработках особое внимание уделяем тем видам маргарина, которые используются для производства сдобного печенья из песочного теста, так как в рецептуру песочных изделий входит большое количество жира и влияние его на готовое изделие велико. Требуется придать маргарину специальные свойства.

В зависимости от способа приготовления и рецептуры сдобное печенье подразделяют на песочно-выемное и песочно-отсадное. Наличие в тесте большого количества жира и сахара способствует получению рассыпчатых изделий, откуда и произошло название теста – песочное.

Изделия из группы «Печенье из песочного теста» отличаются от других видов тем, что они изготавливаются из теста, которому не свойственны растяжимость и эластичность. Основными ингредиентами теста являются пшеничная мука, жиросодержащий продукт, в качестве которого используют в основном столовые или специализированные маргарины с жирностью 82%. Маргарин и раствор сахара, добавленные в тесто по рецептуре, придают ему нужную пластичность и в то же время ограничивают формирование и набухание клейковины. Жир, образуя тонкие пленки, покрывает атакуемые водой частицы муки и, таким образом, препятствует процессу набухания. Сахар, образуя раствор с водой, вводимой при замесе, сокращает возможность набухания. Регулируя процесс замеса теста путем введения в рецептуру различных количеств сахара, жира и других компонентов, можно получить тесто с различными физико-химическими свойствами (более упругое или пластичное).

Тесто для песочно-выемного печенья характеризуется пластичностью, обусловленной высоким содержанием маргарина и сахара, и приближается к тесту для сахарного печенья. Замес теста

Вкус и запах маргарина переходит в печенье, а это может быть как преимуществом, так и недостатком.

осуществляется в сбивальной машине или в универсальных месильных машинах периодического действия с Z-образными лопастями. На рабочем ходу машины загружают маргарин в пластичном состоянии, сахарную пудру, молочные продукты, яйцепродукты, воду, разрыхлители, ароматизаторы и в течение 10-20 мин. перемешивают до образования однородной рецептурной смеси. Далее добавляют муку и крахмал. Замес теста ведут в течение

5-8 мин. Чтобы тесто не затянулось, температура его не должна превышать 24 °С (20-24). Готовое тесто раскатывают в пласты и формуют вручную тестовые заготовки или формование заготовок происходит в ротационной машине.

Тесто для песочно-отсадного печенья содержит значительное количество маргарина и сахара, но имеет сметанообразную консистенцию. Для получения теста используется взбивание. Взбивают маргарин с сахарной пудрой или сахаром-песком в течение 10-15 мин. в тестомесильных машинах различных конструкций, а также с помощью планетарных многоскоростных миксеров. В сбитуемую смесь постепенно добавляют остальное сырье и перемешивают с каждым видом сы-

рья 1-4 мин. при малом числе оборотов машины. Формование заготовок осуществляется вручную с помощью шприцевальных мешков с различными насадками или на отсадочных машинах (в основном импортного производства).

Существенную роль в тестообразовании, в образовании структуры изделий, формировании вкуса и аромата играет маргарин. При этом большое влияние оказывает не только химический состав маргарина, но и его физическое состояние при добавлении в месильный агрегат.

Рассмотрим влияние маргарина и его основные функции при производстве песочных изделий.

Следует отметить, что вкус и запах маргарина переходит в печенье, а это может быть как преимуществом, так и недостатком. Требуется избегать прогорклости и исходного вкуса жирового сырья в маргарине. При использовании маргарина изделия приобретают насыщенный вкус, так как многие вещества растворимы в жирах и поэтому усиливается вкусовое восприятие.

Одна из основных функций маргарина при производстве песочного теста – способность удерживать воздух во взбитой массе при приготовлении теста. За счет своей способности к аэрированию маргарин обеспечивает рассыпчатость мучным изделиям, увеличивает их объем. Воздух добавляется в тесто благодаря взбиванию, просеиванию, раскатке, разминанию. Эти физические процессы также служат для разделения больших воздушных пузырей на более мелкие. Добавленный в тесто воздух представляет собой маленькие воздушные пузырьки. Количество воздушных пузырьков определяет структуру мякиса продукта. Если воздушных пузырьков в тесте слишком мало, то во время выпечки при заполнении их газами они получают большими. Это означает образование грубой, неоднородной структуры печенья.

Объем воздуха, который может быть введен при взбивании в массу, стабильность взбитой массы до выпечки и на ее начальных этапах зависят от:

- состава жировой основы маргарина;
- вида эмульгирующих добавок;
- технологического процесса производства маргарина;

- условий хранения и транспортировки маргарина.

Одним из важнейших факторов при замесе теста для песочного печенья является ограничение набухания и пептизации белков пшеничной муки (клейковины). Это позволяет получить песочное печенье высокого качества с рассыпчатой и хрупкой структурой. Жиры должны образовывать тонкие пленки, обволакивающие частицы муки. В этом процессе преимущество имеют маргарины, сохраняющие пластичность в широком интервале температур. При производстве маргаринов это достигается следующими путями:

- выбор жировой основы с оптимальным содержанием твердых триглицеридов при различных температурах;
- введение в рецептуру жиров, содержащих в большом количестве пальмитиновую кислоту (пальмовое масло и его фракции).

Важно, чтобы при введении в тесто маргарин был пластифицирован, то есть находился частично в твердом и частично в жидком состоянии, с определенным соотношением этих двух фаз. В этом случае процесс идет более интенсивно, жиры покрывают частицы муки тончайшими пленками. Это достигается термостатированием маргарина до температуры 18-20 °С. При более высокой температуре тесто будет крошиться при раскатывании, так как жир находится в размягченном состоянии. Изделия из такого теста получаются жесткими. При низкой температуре, если не используется специальное оборудование, возможно неравномерное распределение маргарина среди ингредиентов теста. В тесте останутся кусочки маргарина и при выпечке изделий маргарин будет расплавляться и вытекать из изделия с образованием пустот, а изделие будет жестким.

В формировании разрыхленной структуры и текстуры при выпечке изделий существенная роль принадлежит кристаллам жира. Маргарин, имеющий мелкокристаллическую структуру, обеспечивает однородную, рас-

сыпчатую консистенцию песочным изделиям. Во время взбивания маргарина с сахаром (или пудрой) вокруг пузырьков воздуха образуются защитные оболочки в виде кристаллов жира. Кристаллы жира ограничивают диффузию газа через стенки воздушных пузырьков в критической стадии выпечки при температуре 38-58 °С (когда тесто становится мягче) и перед стадией поглощения воды из клейковины набухающими зернами крахмала, что делает клейковину более прочной и эластичной. Кристаллы жира,

сконцентрированные вокруг воздушных пузырьков, тают, и белковая масса объединяется с поверхностью пузырьков при их расширении, увеличивая сопротивление разрушению. Эта стабилизация пор приводит к более постоянному объему и более тонкой текстуре.

В 2009 году на ЗАО «Жировой комбинат» в Саратове проведен ряд мероприятий и исследований по улучшению потребительских свойств маргарина «СолПро» для песочных изделий. В настоящее время производство маргарина осуществляется с учетом полученных результатов. Маргарин подходит для производства различных видов выпечки: сдобного печенья (песочно-отсадного и песочно-выемного), песочных полуфабрикатов и других кондитерских изделий. Маргарин «СолПро» для песочных изделий изготовлен из высококачественных жиров в натуральном и отвержденном виде. Специально подобранная жировая основа и наличие в составе маргарина специальной композиции эмульгаторов обеспечивают:

- хорошие органолептические показатели;
- широкий диапазон пластичности маргарина, необходимый для хорошего распределения среди ингредиентов теста;
- хорошую аэрацию маргарина при взбивании его с сахаром (или сахарной пудрой);
- длительное удерживание воздуха во взбитой массе;
- однородную рассыпчатую структуру готового изделия;
- длительные сроки хранения готового изделия. ■

«В формировании разрыхленной структуры и текстуры при выпечке изделий существенная роль принадлежит кристаллам жира».



Автор: **Бойцова Е.Е.**,
главный технолог

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



Новое поколение жиров для начинок и конфет

В 2009 и 2010 годах Корпорация «СОЮЗ» значительно расширила ассортимент жиров специального назначения для производства твердых и полутвердых начинок и конфет.

Жиры представлены следующими наименованиями SDS S 35-1, SDS CF 223, SDS CP 308, SDS CP 309, SDS CP 310, SDS CP 311, SDS CP 312, SDS CP 313, SDS CP 314 и SDS CP 315.

Несмотря на то что торговая марка существует всего год на российском рынке, она уже успела положительно зарекомендовать себя. Технологи оценили качество и широкий ассортимент линейки, который позволяет подобрать жир для конкретных условий производства. Все вышеперечисленные жиры относятся к нелауриновой группе и отличаются между собой твердостью, температурой плавления и застывания.

Эти жиры могут применяться при производстве твердых и полутвердых пралиновых масс, жировых и пралиновых начинок для вафельных изделий, жировых начинок для бисквитов и тортов, жировых и пралиновых начинок для конфет, пралиновых и кремовых конфет.

Жиры специального назначения для производства твердых начинок и конфет – SDS CP 314 и SDS CP 315.

Идеальным выбором для производства твердых начинок и корпусов конфет являются SDS CP 314 и SDS CP 315. Преимущества этих жиров заключаются в сохранении формоустойчивости при высоких температурах хранения, температуре плавления, близкой к температуре тела человека, оптимальной температуре застывания, нежном, тающем вкусе в готовых изделиях.

* СПРАВКА:

Корпорация «СОЮЗ» является крупнейшим производителем жиров специального назначения для пищевой промышленности в России. Введенный в эксплуатацию летом 2009 года новый комбинат Корпорации «СОЮЗ» по переработке растительных масел в Калининградской области позволил значительно расширить ассортимент производимых жиров. Особый акцент в своих разработках специалисты Корпорации «СОЮЗ» совместно с ведущими европейскими специалистами делали на разработку жиров для кондитерской промышленности. В результате этой работы был создан ассортимент, который отвечает самым высоким критериям качества, безопасности, а также требованиям Национальных стандартов Российской Федерации. Жиры, разработанные специалистами Корпорации «СОЮЗ» для кондитерской промышленности, помимо высоких качественных характеристик отвечают нормам и принципам здорового питания.

Физико-химические показатели твердых и полутвердых жиров специального назначения SDS

Наименование	Содержание твердых глицеридов, %						Т. пл., °С	Т. заст., °С	Твердость по Камянскому при 15 °С, г/см
	10 °С	15 °С	20 °С	25 °С	30 °С	35 °С			
SDS CP 314	75-83	69-73	58-62	37-43	24-28	12-16	36-39	26-28	460-550
SDS CP 315	74-80	68-72	56-60	37-44	22-27	11-15	36-39	26-28	400-500

SDS CF 223	60-65	49-54	36-41	20-24	10-14	3-6	33-36	23-26	250-320
SDS CP 308	53-58	42-47	28-33	14-21	6-11	1-5	32-36	23-25	200-250
SDS CP 309	58-63	47-52	33-38	18-23	9-14	3-8	33-36	23-25	220-260
SDS CP 310	64-69	53-56	39-44	24-29	13-18	4-8	34-37	25-27	320-360
SDS CP 311	64-66	54-59	40-45	25-30	14-18	5-10	34-37	25-27	320-360
SDS CP 312	68-75	60-64	48-52	33-37	19-23	9-13	36-39	26-28	320-380
SDS CP 313	70-76	62-66	48-53	33-37	18-22	8-12	36-39	26-28	320-400

Хранение изделий в стандартных условиях производится в диапазоне температур (18±3) °С. Содержание твердого жира в этом интервале у вышеперечисленных жиров составляет от 53 до 65%, что позволяет изделиям, произведенным на их основе, иметь хорошую формоустойчивость при хранении. Благодаря оптимально подобранному жирнокислотному составу конфеты, выработанные на основе SDS CP 314 и SDS CP 315, выдерживают хранение даже при 30 °С, при этом температура плавления жиров близка к температуре тела человека, что обеспечивает нежный, тающий вкус готовым изделиям. Температура застывания у этой группы жиров составляет 26-28 °С. Такое значение этого показателя является оптимальным и позволяет достичь необходимой формоустойчивости корпуса при температуре в охлаждающем туннеле 10-12 °С в течение 10-15 мин.

Жиры специального назначения для производства полутвердых начинок и конфет SDS CF 223, SDS CP 308, SDS CP 309, SDS CP 310, SDS CP 311, SDS CP 312, SDS CP 313, SDS S 35-1.

Они используются при производстве жировых и пралиновых начинок для различных кондитерских изделий. Все вышеперечисленные жиры можно использовать также и для вафельной группы, так как они обеспечивают хорошую адгезию к вафельному листу и формоустойчивость изделия. Отдельно в этой группе можно выделить жиры SDS CP 310, SDS CP 311, SDS CP 312, SDS CP 313, которые идеальны для использования в двухслойных вафлях: в этих изделиях высота начинки составляет 5-5,5 мм, в отличие от многослойных, где высота составляет 2-2,5 мм. Жир для таких начинок должен обладать определенной твердостью, чтобы обеспечить необходимую формоустойчивость изделия, но не допустить отскока вафельного листа. Вышеперечисленные жиры абсолютно соответствуют этим требованиям.

Все жиры для производства твердых и полутвердых начинок и конфет Корпорации «СОЮЗ» характеризуются низким содержанием трансизомеров жирных кислот, благодаря использованию в их производстве инновационных технологий, в частности энзимной переэтерификации. В полутвердых жирах SDS содержание трансизомеров жирных кислот равно 0,9%, что не превышает уровень содержания этих веществ в молочном жире. Как и прежде во главу своих разработок Корпорация «СОЮЗ» ставит безопасность выпускаемой продукции.

Физико-химические показатели твердых и полутвердых жиров специального назначения SDS

Неоспоримыми преимуществами жиров специального назначения SDS для производства твердых и полутвердых начинок и конфет являются:

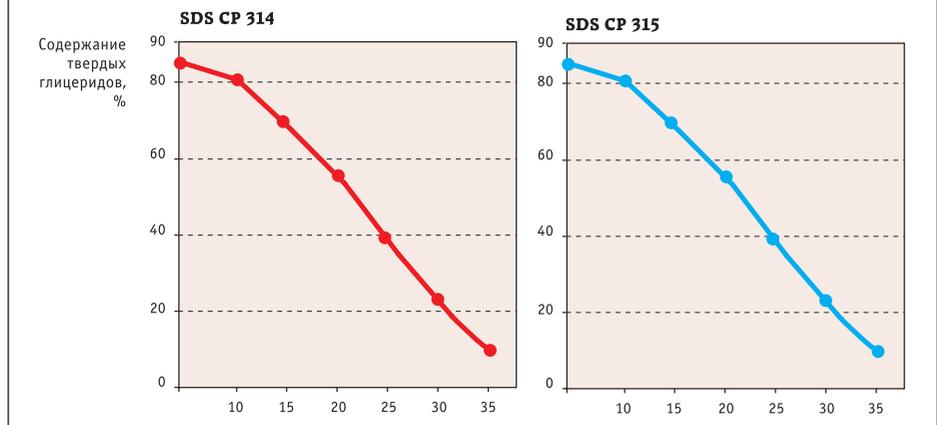
- **хорошая совместимость с маслом какао и различными ореховыми маслами;**
- **улучшенные органолептические показатели;**
- **оптимальная скорость кристаллизации;**
- **высокая способность к аэрации;**
- **отсутствие риска появления «мыльного» привкуса при хранении;**
- **увеличение сроков годности;**
- **отсутствие дефекта отслоения вафельных листов;**
- **оптимальное соотношение «цена-качество».**

На смотре масложировой продукции, проходившем в рамках 6-й Международной конференции «Масложировой комплекс России: новые аспекты развития» Корпорация «СОЮЗ» была награждена: Золотой медалью и дипломом 1 степени «За высокое качество продукции» за жир специального назначения для начинок SDS CP 310.

Объединение ресурсов науки и производства в Корпорации «СОЮЗ» позволяет быть неоспоримым лидером на рынке и выпускать высококачественную продукцию, отвечающую мировым стандартам качества. Сотрудничество с Корпорацией «СОЮЗ» – это залог успеха вашего предприятия. **Р**

В сентябре 2010 года Научно-исследовательский институт кондитерской промышленности Россельхозакадемии провел исследование этой группы жиров в своей лаборатории и дал следующие рекомендации по их использованию: «...По данным проведенных исследований кондитерские жиры SDS CP 308, SDS CP 309 можно отнести к мягким начиночным жирам и возможно рекомендовать их для производства мягких начинок для шоколадных конфет, формуемых способом ассорти, методом one-shot и т. д., батончиков и полых вафельных изделий. Кондитерские жиры SDS CP 310 и SDS CP 311 возможно рекомендовать для производства твердых начинок для шоколадных конфет, формуемых способом ассорти, методом one-shot и т. п., шоколадных конфет между слоями вафель, корпусов конфет, формуемых методом отсадки, кремовых конфет (с учетом их способности к аэрации), для вафель (с учетом их способности к аэрации и адгезии). Показатель время индукции жиров находится в диапазоне от 17-54 часов, то есть свидетельствует о достаточно высоком уровне окислительной стабильности и гарантирует длительные сроки годности готовых изделий до 12 месяцев».

Кривые плавления жиров специального назначения





Автор:



В. А. Бобков,
технолог компании
CSM Россия, к. т. н.

Компания:

CSM Россия,
123290, Москва,
1-й Магистральный тупик, д. 11,
БЦ «Ярд», офис 28 (стр.10),
тел./факс +7 (495) 781-85-52,
e-mail: info.russia@csmglobal.com
www.csmglobal.com

Маффин – заморский сладкий гость

Если Вы зайдете в кофейню или кондитерскую любого города мира, то непременно встретите широкое разнообразие небольших кексов с благозвучным названием «маффин». Название этого лакомства произошло от слова «moufflet», что в переводе означает «мягкий свежий хлеб».

В XIX веке эта мягкая выпечка стала популярна не только в Великобритании, но и в Америке. Однако американцы изобрели свои рецепты кексов. В отличие от рецепта английского маффина, американский включал в себя соду и разрыхлитель вместо дрожжей.

В настоящее время под понятием «маффин» понимают порционное сдобное изделие с добавлением яиц, жира и сахара. От традиционного кекса его отличает более легкая, воздушная пористая структура, получаемая за счет меньшего количества сахара и жира, а также более влажный мякиш. Это сладкое лакомство в последнее время стало чрезвычайно популярно и в России и потихоньку пришло на смену уже привычным формам такого рода выпечки.

Маффины готовят, помещая тесто в порционные жестяные или силиконовые формы, часто внутрь формы кладут бумажную подложку, в которой изделие потом поступает к потребителю. Такая упаковка выполняет двойную функцию. Во-первых, изделие не прилипает к форме, а во-вторых, позволяет потребителю не запачкаться.

«От традиционного кекса маффин отличается более легкая, воздушная пористая структура, получаемая за счет меньшего количества сахара и жира, а также более влажный мякиш».

Современные условия рынка кондитерских изделий предъявляют весьма серьезные требования к качеству маффинов. Это и специфическая «грибовидная» форма изделия, и «канальная» структура мякиша, и распределение вкусовых компонентов по всему объему, а также возможность длительного хранения и устойчивость к глубокой заморозке.

В настоящее время на многих европейских предприятиях широко налажен промышленный выпуск изделий необходимого качества. Некоторые линии позволяют производить до 150 тыс. маффинов в сутки, и, конечно же, эти продукты должны отвечать самым высоким стандартам качества.

Надежным партнером в решении разного рода проблем с качеством маффинов для Вас станет компания «СиЭсЭм Россия», являющаяся подразделением международного концер-



на CSM, который специализируется на разработке, производстве и дистрибуции ингредиентов для пищевой промышленности. Мировой опыт глобального сотрудничества с крупнейшими компаниями – производителями маффинов позволяет успешно решать технологические задачи любого уровня.

Универсальным решением производственных проблем, связанных с выпуском маффинов, является использование концентратов «СП Американ Маффин концентрат (светлый)» и «СП Американ Маффин концентрат (темный)». Эти концентрированные смеси специально разработаны для изготовления маффинов промышленным способом, что позволяет получать продукты стабильно высокого качества за счет наличия в их составе специальных ингредиентов. Смеси уже несколько лет используются на европейском рынке и хорошо зарекомендовали себя.

«СП Американ Маффин концентрат (светлый)» предназначен для изготовления обычных маффинов. «СП Американ Маффин концентрат (темный)» содержит в своем составе натуральный какао-порошок и используется для выпечки шоколадных маффинов. Наличие какао-порошка – единственное отличие двух концентратов друг от друга, остальные ингредиенты и соответственно свойства продукта идентичны.

Рецепт маффина от компании «СиЭсЭм» достаточно прост: кроме концентрата, дозировка которого составляет всего 10-15%, необходимо добавить воду, муку, растительное масло, сахар и яйцо. Все ингредиенты нужно поместить в миксер и вымешивать на средней скорости 4-5 мин. лопаткой. Если на производстве нет возможности сразу произвести выпечку, то полученное тесто прекрасно выдерживает интервал 1-2 часа, оставаясь при этом стабильным.

Готовое тесто необходимо отсадить в специальные формы и выпекать 25-30 мин. при температуре 180 °С.

Маффины, выпеченные с использованием смесей «СиЭсЭм», хорошо поднимаются, образуя грибовидную равномерную шляпку, имеют влажную структуру мякиша. Кроме того, немаловажным аргументом является и устойчивость готовых изделий к замораживанию, что позволяет существенно увеличить сроки хранения маффинов и оптимизировать логистику.

При изготовлении маффинов могут быть использованы самые разнообразные начинки и наполнители: ягоды, кусочки фруктов, орехи, шоколадные капли и т. д. Однако производители часто сталкиваются с проблемой неравномерного распределения наполнителя. Применение концентратов комплексно решает эту задачу, распределяя наполнитель на весь объем изделия. Дополнительно к этому концентраты предотвращают мигрирование влаги из начинки или наполнителя в мякиш,

что имеет важное потребительское значение. Это позволяет сохранить структуру мякиша и начинки в течение всего срока годности, а также препятствует образованию клетчатки теста.

Используя концентраты для маффинов, вы также сможете без проблем изготовить листовые пироги и масляные бисквиты.

Концентраты для производства маффинов «СП Американ Маффин концентрат (светлый)» и «СП Американ Маффин концентрат (темный)» высокотехнологичны, универсальны и в то же время просты в применении. Они позволяют получить широкий ассортимент продуктов с различными вкусовыми оттенками.

Рассматриваемые выше продукты прекрасно подойдут как тем, кто только начинает производство маффинов, так и компаниям, получившим хороший опыт в изготовлении этих специфических кексов, но имеющим проблемы с качеством готовых изделий. **Р**



Маффины, выпеченные с использованием смесей «СиЭсЭм», хорошо поднимаются, образуя грибовидную равномерную шляпку, имеют влажную структуру мякиша

Стремись к
Совершенству



Контакты в Европе
CSM International
Phone +49 421 35 02 200
Fax +49 421 35 02 232

Контакты в России
CSM Россия
Email: info.russia@csmglobal.com
Тел +7 495 781 85 52

E-mail: info.international@csmglobal.com
www.csmglobal.com/worldwide



Автор: **Юлия Юровская**

Компания: **ООО «Бакальдрин РУС»,**

142770, 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

Большая европейская прогулка

Еда в путешествии – это гораздо больше, чем просто пища. Это ни много ни мало часть культуры. Вот возьмем, к примеру, хлеб...

Ну, это неинтересно, скажете Вы, подумаешь, хлеб! Хлеб он и в Африке хлеб! Скажете так – и будете неправы. Чтобы доказать это, позвольте пригласить Вас в увлекательное путешествие по Европе. Мы посетим самые разные ее уголки, повсюду будем пробовать хлеб, рассказывать о нем и знакомиться с его историей. Готовы? Тогда в путь!

Из России с любовью

Мы начнем путешествие с России – ведь она, благодаря своему аграрному прошлому, по праву считается великой «хлебной державой». Испокон веков на Руси уважали хлебушек, говорили о нем с почтением, и уже с молоком матери русский человек навсегда впитывал непрерываемую истину о том, что хлеб всему голова! Крендели, бублики, баранки, калачи, сайки, караваи – вот далеко не полный перечень хлебулочных изделий родом с земли русской. Особенно в ходу на Руси был ржаной, или черный, хлеб – без него не обходилась ни одна деревенская трапеза. Люди же побогаче – купцы, дворяне, студенты и городской чиновный люд – нередко лакомились и белым хлебушком. Неудивительно, что в чести были пекари и бу-



«Бабушкин хлеб»



Абрикосовый мармелад под шоколадной глазурью – отличительная особенность настоящего «Захера»



Пончики начиняются разнообразными начинками – фруктовыми джемами, сливочными и заварными кремами

лочки. Любой русский человек, мало-мальски знакомый с родной историей, хоть раз да слышал имя Ивана Филиппова – знаменитого московского булочника. Вот уж кто с душой к делу подходил! По словам московского летописца, Владимира Гиляровского, Филиппов так отвечал на вопрос, отчего так хорош его хлеб: «... Потому, что хлебушко заботу любит...»

Так и мы, с заботой и любовью относимся к своему ремеслу, тщательно изучили русские рецепты и предлагаем на Ваш вкус «Хлебушек черный русский» (1) и «Бабушкин хлеб» (2).

Пряная Венгрия

Шпик, лук, перец-паприка, разнообразные виды специй – все это неотъемлемая часть венгерской кухни. Венгерская кухня издревле впитала в себя бескрайний простор зеленых равнин, очарование перекапывающихся холмов, протяжную, пропитанную щемящей любовью к родной земле свирель мадьярского пастушка, веселые танцы дунайских крестьян. В любом венгерском ресторанчике Вам предложат наваристый гуляш и пикантный паприкаш. Вдохновленные пряным своеобразием венгерской кухни и вооружившись старинной венгерской рецептурой, мы создали хлеб «Венгерский домашний» (3). Это вкуснейший ржано-пшеничный хлеб с оригиналь-

ным вкусом и ароматом домашней выпечки. Разумеется, наш «Венгерский домашний» имеет особый кисловатый вкус и аромат жареного лука и пряностей.

Итак, мы подкрепились густым и сытным гуляшом с ароматным «Венгерским домашним» – теперь пора подумать и о десерте. Тем более что нам совсем недалеко. Куда отправиться за нежным воздушным десертом, как не в Австрию?

«Венская кондитерская»

Мы попробуем знаменитый торт «Захер» (4), который с 1836 года подавался к столу австрийского императора и явился кулинарным изобретением венского кондитера Франца Захера. Вообще-то шоколадные торты упоминались в австрийских кулинарных справочниках еще с конца XVIII века, однако именно абрикосовый мармелад под шоколадной глазурью – отличительная особенность настоящего «Захера» – личное открытие венского кондитера, превратившего привычный шоколадный торт в неповторимый шедевр кондитерского искусства.

Пончики от артиллерийского пекаря

Говоря о десертах, нельзя не попробовать всемирно известные «Берлинские пончики» (5), или, как говорят сами нем-

цы, «берлинеры». Берлинские пончики также известны с давних времен. По легенде берлинский пончик был изобретен в 1756 году неким берлинским кондитером, мечтавшим служить в артиллерии Фридриха Великого. Хотя кондитер не сумел проявить себя должным образом на военном поприще, он был оставлен при полку полевым пекарем. В благодарность за это «артиллерийский пекарь» в отсутствие печи придумал жарить круглые пушечные ядра из дрожжевого теста в масле на открытом огне. Пончики получили распространение в Берлине, где продавались с лотков. Пончики наполняются разнообразными начинками – фруктовыми джемами, сливочными и заварными кремами, а сверху посыпаются сахарной пудрой или покрываются глазурью.

Длинный и хрустящий

Как Вы уже смогли убедиться, почти каждое кулинарное изобретение было обусловлено тем или иным историческим событием. И мы вновь сможем убедиться в этом, отправившись во Францию. В любой булочной здесь продается своеобразный символ Франции – французский багет (6), или французская булка – длинный и тонкий пшеничный батон с невероятно вкусным нежным мякишем и ароматной хрустящей корочкой. А вот почему он имеет такую необычную для хлеба форму, вновь поведаст история. Дело в том, что в 1920 году во Франции вышел закон, запрещавший пекарям в городах начинать работу раньше четырех утра. Таким образом, у них не оставалось времени для выпечки свежего хлеба традиционной круглой формы. На производство багета же потребовалось значительно меньше времени, а городские жители не утратили возможности как и прежде иметь к завтраку ароматный свежеспеченный хлеб.

Кусочек Италии

Какое путешествие по Европе без Италии? А где Италия – там... правильно, пицца (7)! Пицца впервые появилась на территории Римской империи множество веков назад и была пищей как патрициев, так и простолюдинов. Вот уж поистине «народное» блюдо, богатое разнообразием начинок и вкусовых оттенков! Пицца может быть с оливками, мясом, рыбой, зеленью и овощами, с сыром и чесноком. Мы тоже внесли свою лепту в современную технологию приготовления пиццы и предлагаем на Ваш вкус томатную (8) и чесночную (9) начинки, которые облегчат приготовление Вашей пиццы и придадут ей традиционный пикант-



ный и истинно итальянский вкус. Особого внимания в итальянской кухне заслуживает чиабатта – пшеничный хлеб с хрустящей корочкой и воздушным крупнопористым мякишем. Наша чиабатта (10) отвечает классическим представлениям об этом продукте, она великолепно сочетается с сыром и красным вином и идеально подходит для приготовления различных сэндвичей и бутербродов. Даже когда Вы покинете эту прекрасную солнечную страну, Вы всегда сможете приготовить «кусочек Италии» у себя дома!

Хлеб северного народа

Из солнечной цветущей Италии переместимся в Скандинавию – суровый рыбацкий край. Природа здесь не балует солнцем и теплом, здесь нет ни подходящих условий, ни широких просторов для выращивания злаковых культур. Может быть, поэтому девочка Инге из сказки Г. Х. Андерсена «Девочка, которая наступила ногой на хлеб», была сурово наказана? Жители скандинавских стран издавна привыкли питаться твердым сухим хлебом – кнэкебредом. И хлеб, представляющий собой кладезь витаминов и микроэлементов, имеет здесь особую ценность. Попробуйте вместе с нами «Скандинавский хлеб» (11), приготовленный из ржаной и пшеничной муки со вкусом картофеля. Ведь именно картофель является чрезвычайно популярным продуктом в скандинавской кухне.



Своеобразный символ Франции – французский багет

Пицца появилась на территории Римской империи множество веков назад и была пищей как патрициев, так и простолюдинов

Чиабатта великолепно сочетается с сыром и красным вином, идеально подходит для приготовления различных сэндвичей и бутербродов

Вот и подходит к концу наше с Вами путешествие по Европе. Мы увидели, какую ценность представляет хлеб для любого народа, какими интересными и разнообразными могут быть рецепты его приготовления. И наверняка, попав в новую для Вас страну, Вы наряду с традиционными национальными блюдами не забудете попробовать и обычный кусочек хлеба. Но даже оставаясь дома, Вы с помощью продуктов от «Бакальдрин» можете создать вокруг себя атмосферу таинственной Венгрии, веселой Италии, сказочной Скандинавии и многих других, не менее интересных уголков земного шара! **■**

Для приготовления приведенных в статье видов хлеба используются следующие продукты «Бакальдрин»:

- 1 Хлебопекарные смеси «Рогана», «ИБМ»
- 2 Смесь зерновая «Бабушкин Микс»
- 3 Закваска «Баз»
- 4 «Микс Захер»
- 5 «Концентрат для пончиков»
- 6 Закваска «Баз»
- 7 «Итальяно Микс»
- 8 «Томатная приправа»
- 9 «Чесночная приправа»
- 10 «Микс Чабатта»
- 11 «Картофельный Микс»

Автор:



Елена Максимова

НІМАХ ІG: вкуснее и полезнее

13 сентября в гостинице «Ренессанс Олимпик-Пента» в Москве прошел семинар, который провели совместно компании Омуа и TableMark. Целью мероприятия было ознакомление аудитории с выпускаемой компаниями продукцией.

Главной темой семинара стали дрожжевые экстракты, производимые компанией TableMark.

О компании Омуа слушателям рассказала **старший менеджер по продукту пищевого направления компании в Германии Джоанна Хюбнер**. Омуа стабильно работает на российском рынке более 15 лет и является дистрибутором компании TableMark в России.

С продукцией TableMark слушателей познакомил **Микио Мориока – коммерческий директор компании по торговле с зарубежными странами**. Свое выступление он начал с исторической справки о представляемых продуктах. По словам специалиста, успешно освоив рынки стран Азии, компания начала продвигаться и в другие страны мира, и на сегодняшний день компания признана рядом пищевых предприятий как поставщик качественного сырья для производства продуктов питания.

Основной продукцией, с которой специалисты Омуа и TableMark познакомили слушателей, были дрожжевые экстракты НІМАХ ІG. Производители предлагают несколько видов дрожжевых экстрактов, каждый из которых разработан специально для определенных видов продукции. Одно из достоинств НІМАХ ІG – низкий расход, что поможет специалистам пищевой отрасли улучшить не только внешние и вкусовые качества продукции, но и сделать ее производство экономичным. Низкий расход дрожжевых экстрактов НІМАХ ІG достигается высоким содержанием в продукте мононуклеотидов, концентрация их в НІМАХ ІG значительно больше, чем в подобных продуктах, предлагаемых другими компаниями.

Дрожжевые экстракты НІМАХ ІG имеют крайне широкую сферу применения. Это супы, соусы, мясные продукты, снеки, хлебобулочные и кондитерские изделия. В частности, сегодня компания



Основной продукцией, с которой специалисты Омуа и TableMark познакомили слушателей, были дрожжевые экстракты НІМАХ ІG

TableMark успешно сотрудничает с несколькими пекарнями и магазинами горячего хлеба Японии.

В ходе своего выступления Микио Мориока отметил, что сегодня, когда здоровое питание имеет все большее значение, к выбору ингредиентов необходимо подходить очень ответственно.

Продукция компании TableMark не только улучшает вкусовые качества изделий, но и является полезной для здоровья.

Так, одним из принципов здорового питания является уменьшение потребления соли. И поэтому TableMark предлагает производителям пищевой продукции дрожжевые экстракты, которые помогают производителям снизить в своей продукции количество этого не слишком полезного для организма компонента. Такой эффект достигается за счет высокой концентрации в НІМАХ ІG инозината и гуанилата натрия. Эти компоненты усиливают вкус конечного продукта, придают ему более благородный оттенок, чем простая соль.

Как рассказал Микио Мориока, богатый вкус, воспринимаемый человеческим языком, принято называть «умами», что дословно переводится как «пре-

восходный вкус». Этот исконно японский термин сегодня заимствован английским языком. Вкус умами продуктам придает сочетание свободных аминокислот (в НІМАХ ІG это глутаминовая кислота), нуклеиновых кислот (ІMP, GMP) и органических кислот (в представленных дрожжевых экстрактах это янтарная кислота).

Также необходимо отметить, что продукция компании TableMark не содержит ГМО и аллергенов.

Специалисты компаний Омуа и TableMark не только рассказали о дрожжевых экстрактах, но и организовали дегустацию продукции с их использованием в качестве усилителя вкуса и аромата. После презентации каждого отдельного экстракта слушатели семинара могли попробовать тестовые образцы продукции – лукового супа, сосисок и чипсов. Результаты тестовых исследований были вынесены на круглые столы для обсуждения специалистами, в ходе которого все участники дегустации признали, что присутствие в продукте НІМАХ ІG действительно делает вкус более ярко выраженным. **КС**

* СПРАВКА:

Компания TableMark имеет производственные площадки в Китае, Японии и США и дистрибуторов по всем странам мира.

История компании Омуа в России начинается с открытия представительства в 1994 году. Сегодня компания Омуа представлена во всех регионах России, что позволяет специалистам быстро реагировать на потребительский спрос и осуществлять доставку продукции в кратчайшие сроки. Компания Омуа является крупнейшим производителем натурального карбоната кальция, в том числе для пищевой промышленности, под торговой маркой Calcipur. Кроме того, Омуа занимается дистрибуцией различной продукции известных фирм со всего мира.

Источник: Unipack.ru

Упаковка «зеленеет»



1.



2.



4.



3.

Борьба за большую экологичность упаковки уже давно захватила и производителей и дизайнеров. Сегодня в данное направление упаковочного бизнеса вносятся все больше инновационных и нестандартных идей. Вот некоторые из них.

Органическая упаковка чипсов просигналил желтым стикером

Крупный производитель гибкой упаковки Clear Lam Packaging, известный своими работами с мировым гигантом Frito Lay (производитель чипсов Lay's), прошедшей весной поразил участников рынка упаковкой для местного американского снекового бренда – Snyder's of Hanover. Больше года исследуя варианты замены неэкологичных материалов в упаковке для чипсов, специалисты компании добились полной замены полимеров на нефтяной основе органическими соединениями. Теперь упаковка чипсов Snyder's на 90% перерабатываема, а при ее производстве в атмосферу выбрасывается на 52% меньше газов. На качестве дизайна упаковки ее внезапное «озеленение» никак не сказалось – наоборот, специалисты Snyder's of Hanover обновили уже существующий привычный для взгляда покупателя концепт, добавив яркий желтый стикер с информацией о безвредности упаковки для окружающей среды.

Картонная коробка наизнанку

Еще одним ярким проектом стала работа компании Van Genechten Packaging

над упаковкой графина с бренди. Стремясь призвать общественность к меньшему расходу материалов, дизайнеры компании вывернули обычную коробку с печатью наизнанку и упаковали в нее графин. Простая картонная коробка обтянута лентой, на которой напечатана этикетка бренда. Коробка оставлена нетронутой еще и для того, чтобы показать природные свойства картона. «На рынке, где все гонится за высококачественной печатью и вычурной отделкой, простое и естественное исполнение упаковки может сыграть куда лучше, чем все остальное», – прокомментировали создатели.

А главное, такая упаковка наверняка не останется незамеченной среди пестрящих яркими красками конкурентов.

Био-мыло – био-упаковка

Производственная компания Umbria Olii представила био-разлагаемую упаковку для мыла. Упаковка, базирующаяся на органических пленках от FkuR's Bio-Flex, была создана для бренда Ecolive – хозяйственного мыла, полностью сделанного из оливкового масла. Компания искала для своего дети-

1. Теперь упаковка чипсов Snyder's на 90% перерабатываема, а при ее производстве в атмосферу выбрасывается на 52% меньше газов
2. Стремясь призвать общественность к меньшему расходу материалов, дизайнеры вывернули обычную коробку с печатью наизнанку
3. 4. Эко-упаковка оказалась не только полностью перерабатываемой, но и вполне пригодной для создания симпатичного дизайна

ща экологичную и натуральную, но вместе с тем химически устойчивую упаковку. Изобретение Umbria Olii – многослойные био-пленки – сразу покорили создателей мыла. Эта упаковка оказалась не только полностью перерабатываемой, но и вполне пригодной для создания симпатичного дизайна.

Послушал диск – сдай упаковку

ECOpack – новое слово в упаковке для DVD: это первый абсолютно перерабатываемый футляр для дисков с возможностью четырехцветной печати по нему. 50% используемого при производстве этой упаковки сырья – переработанный мусор, который компании сдают сами покупатели.

«Крафт-бумага, лежащая в основе концепта, – очень приятна на ощупь и хорошо держит печать. Это напоминает покупателям о старых добрых временах, когда мама заворачивала им школьный завтрак в такую бумагу», – считают создатели. **КС**

Компания: «САФИ Консалтинг»

Автор: **Кирасиров Александр,**
начальник юридического
департамента

Как защитить свою индивидуальность

Защита интеллектуальной собственности, в том числе товарного знака, – сегодня весьма актуальный вопрос для многих компаний. Большинство сегментов рынка насыщено, а значит охрана прав на средства индивидуализации (к которым и относится товарный знак) имеет особенное значение.

Терминология

Понятие товарного знака дано в ст. 1477 Гражданского кодекса РФ, согласно которой товарный знак – это обозначение, используемое для индивидуализации товаров. Исходя из этого можно сформулировать следующее определение:

товарный знак – это обозначение, с помощью которого потребитель может отличить товары и услуги одного производителя от товаров и услуг другого. Товарный знак приравнивается к результатам интеллектуальной деятельности и является объектом интеллектуальной собственности.

В повседневной жизни распространены различные наименования товарного знака: «логотип», «торговая марка», «бренд» и др. По своей сути все эти наименования являются синонимами, однако товарный знак – юридически более точное понятие, так как только он официально отнесен ГК РФ к средствам индивидуализации и является объектом правовой охраны.

Логотип – это оригинальное изображение словесного обозначения, часто с использованием необычных шрифтов.

Торговая марка – не что иное, как перевод с англ. «trademark». Этот термин используется, например, в документах Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС).

Бренд – не столько юридическое понятие, сколько маркетинговое, и рассматривается оно, как правило, намного ши-



Информацию о своем исключительном праве на товарный знак правообладатель размещает в виде символа охраны товарного знака – латинской буквы «R»

ре, чем товарный знак. Иногда понятие «бренд» применяют к общеизвестным товарным знакам.

Регулирует правовые отношения, связанные с использованием товарных знаков, пар. 2 гл. 76 ч. 4 ГК РФ, вступившей в силу с 1 января 2008 года.

Кроме того, Российская Федерация участвует в ряде международных договоров, многие положения которых в той или иной степени также получили отражение в российском законодательстве:

- Парижская конвенция по охране промышленной собственности 1883 года;
- Мадридское соглашение о международной регистрации знаков 1891 года;
- Ниццкое соглашение о международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков 1957 года;
- Договор о законах по товарным знакам 1994 года;
- Минское соглашение о мерах по предупреждению и пресечению использования ложных товарных знаков и географических указаний 1999 года.

Исключительное (имущественное) право на товарный знак возникает только в силу его государственной регистра-

ции (п. 1 ст. 1232 ГК РФ). Регистрация товарного знака в федеральном органе исполнительной власти по интеллектуальной собственности (Роспатент) подтверждает, что обозначение соответствует установленным критериям охраноспособности и приобретает статус товарного знака.

Следует отметить, что до момента регистрации любое лицо может использовать товарный знак без каких-либо правовых или административных последствий. Документом, удостоверяющим исключительное право на товарный знак, является свидетельство, где приводятся его обозначение, виды деятельности, при которых он используется, срок действия приоритета товарного знака.

Регистрация

До начала процедуры регистрации товарного знака проводится проверка обозначения на «патентную чистоту», которая включает поиск как на тождество и сходство с ранее зарегистрированными товарными знаками, так и с товарными знаками, поданными на регистрацию и находящимися на экспертизе в Роспа-

тенте. Необходимость такой проверки связана с тем, что придумать абсолютно «чистое» обозначение довольно сложно, поскольку существует огромное количество зарегистрированных товарных знаков.

ГК РФ предусматривает этапы регистрации, которые условно можно разделить на три группы:

- подача заявки на регистрацию товарного знака;
- экспертиза поданной заявки;
- регистрация в Государственном реестре товарных знаков с выдачей свидетельства на конкретный товарный знак.

По дате подачи заявки устанавливается приоритет товарного знака (п. 1 ст. 1494 ГК РФ). Установление приоритета товарного знака имеет существенное значение, поскольку приоритет определяет момент, с которого в случае регистрации товарного знака возникает исключительное право на знак. Приоритет товарного знака – это своего рода признание первенства на товарный знак.

Согласно ст. 1491 ГК РФ исключительное право на товарный знак действует в течение 10 лет со дня подачи заявки на государственную регистрацию. При этом в течение последнего года действия исключительного права срок его действия может быть продлен еще на 10 лет (по заявлению правообладателя). Продлевать срок можно неограниченное число раз. Запись о продлении срока действия исключительного права на товарный знак вносится Роспатентом в Государственный реестр товарных знаков и в свидетельство на товарный знак.

Права обладателя

Регистрация товарного знака предоставляет законному владельцу товарного знака (его правообладателю) целый комплекс прав:

- самостоятельное использование товарного знака (например, для маркировки производимых товаров);
- возможность уступки (отчуждения) своего исключительного права или предоставления права на использование знака третьим лицам;
- запрет всем другим лицам использовать этот знак либо сходные или совпадающие обозначения в отношении тех же товаров и услуг.

Закон разрешает правообладателю использовать товарный знак для индивидуализации тех товаров, работ и услуг, в отношении которых данный знак зарегистрирован. Для этого товарный знак может быть размещен:

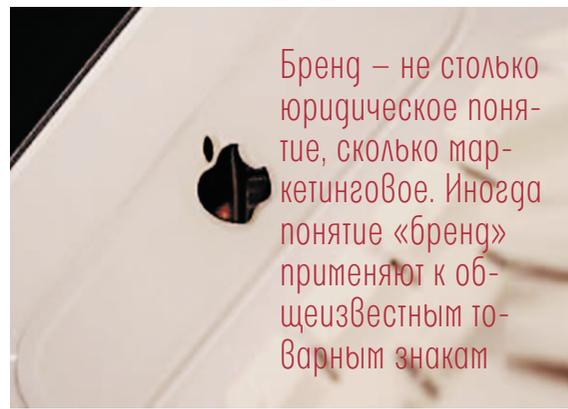
- 1) на товарах, в том числе на этикетках, упаковках товаров, которые производятся, предлагаются к продаже, продаются, демонстрируются на выставках и ярмарках или иным образом вводятся в гражданский оборот на территории РФ, либо хранятся или перевозятся с этой целью, либо ввозятся на территорию РФ;
- 2) при выполнении работ, оказании услуг;
- 3) на документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот;
- 4) в предложениях о продаже товаров, о выполнении работ, об оказании услуг, а также в объявлениях, на вывесках и в рекламе;



Логотип – это оригинальное изображение словесного обозначения, часто с использованием необычных шрифтов



Торговая марка – не что иное, как перевод с англ. «trademark». Этот термин используется, например, в документах Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС)



Бренд – не столько юридическое понятие, сколько маркетинговое. Иногда понятие «бренд» применяют к общеизвестным товарным знакам

5) в сети Интернет, в том числе в доменном имени и при других способах адресации.

Информацию о своем исключительном праве на товарный знак правообладатель размещает в виде символа охраны товарного знака – латинской буквы «R» или буквы «R» в окружности (данное обозначение происходит от английского слова «registered» – зарегистрировано). Иногда вместо символа охраны рядом с товарным знаком указывают словесное обозначение «товарный знак» или «зарегистрированный товарный знак».

Охраненный символ (R) является предупредительной маркировкой. Тем самым правообладатель сообщает, что товарный знак охраняется на территории РФ и использование его другими лицами, не являющимися правообладателями, не допускается. Указание символа (R) или словесного обозначения – право, а не обязанность правообладателя.

При этом надо учитывать, что за незаконное использование предупредительной маркировки в отношении не зарегистрированного в РФ товарного знака, если это деяние совершено неоднократно или причинило крупный ущерб, предусмотрена уголовная ответственность в соответствии со ст. 180 Уголовного кодекса РФ.

Никто не вправе использовать охраняемый товарный знак без согласия правообладателя, который может использовать знак как самостоятельно, так и запрещать его использование другим лицам.

Защита

Общие вопросы защиты исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности рассмотрены в ст. 1252 ГК РФ, в соответствии с которой защита исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и на средства индивидуализации осуществляется, в частности, путем предъявления требования:

- 1) о признании права (к лицу, которое отрицает или иным образом не признает право, нарушая тем самым интересы правообладателя);
- 2) о пресечении действий, нарушающих право или создающих угрозу его нарушения (к лицу, совершающему такие действия или осуществляющему необходимые приготовления к ним);
- 3) о возмещении убытков (к лицу, неправомерно использовавшему средство индивидуализации без заключения соглашения с правообладателем (бездоговорное использование) либо иным образом нарушившему его исключительное право и причинившему ему ущерб);
- 4) об изъятии материального носителя (к его изготовителю, импортеру, хранителю, перевозчику, продавцу, иному распространителю, недобросовестному приобретателю);
- 5) о публикации решения суда о допущенном нарушении с указанием действительного правообладателя (к нарушителю исключительного права).

По общему правилу, в соответствии с решением суда, оборудование, прочие устройства и материалы, используемые или предназначенные для совершения нарушения исключительных прав, подлежат изъятию из оборота и уничтожению за счет нарушителя.

Нарушением исключительного права на товарный знак является не только использование самого зарегистрированного товарного знака, но и обозначения, сходного с ним до степени смешения. Незаконное использование запрещается как на товарах, в отношении которых товарный знак зарегистрирован, так и на однородных товарах.

Незаконное использование товарного знака может иметь место на товарах, на этикетках, упаковках этих товаров, при выполнении работ, оказании услуг, на документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот, в предложениях к продаже товаров (реклама), в сети Интернет (например, в доменном имени и при других способах адресации).

Кроме того, в соответствии ст. 1515 ГК РФ все товары, этикетки, упаковки, на которых незаконно размещены товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение, являются контрафактными, и правообладатель вправе требовать изъятия их из оборота и уничтожения за счет нарушителя.

Если введение таких товаров в оборот необходимо в общественных интересах, то правообладатель вправе требовать удаления за счет нарушителя незаконно ис-

пользуемого товарного знака или сходного с ним до степени смешения обозначения.

Что ждет нарушителей

Согласно ст. 1253 ГК РФ в случаях неоднократного или грубого нарушения исключительных прав на средства индивидуализации суд может принять решение о ликвидации юридического лица по требованию прокурора. Кроме того, нарушение исключительных прав на товарные знаки и иные средства индивидуализации может повлечь за собой административную и уголовную ответственность.

На основании ст. 14.10 Кодекса об административных правонарушениях РФ незаконное использование чужого товарного знака влечет наложение административного штрафа:

- на должностных лиц – от 10 тыс. до 20 тыс. руб. с конфискацией предметов, содержащих незаконное воспроизведение товарного знака, знака обслуживания, наименования места происхождения товара;
- на юридических лиц – от 30 тыс. до 40 тыс. руб. с конфискацией предметов, содержащих незаконное воспроизведение товарного знака, знака обслуживания, наименования места происхождения товара.

В случае когда незаконное использование товарного знака совершается неоднократно или причинило крупный ущерб, правонарушение влечет уголовную ответственность, предусмотренную ст. 180 УК РФ.

В случаях нарушения исключительных прав на территории другого государства меры административной и иной защиты будут предприниматься в соответствии с законодательством этого иностранного государства.

Прекращение защиты

Несмотря на то что сегодня все больше компаний своевременно предпринимают действия по регистрации товарного знака, случаи подделки продукции известных фирм очень распространены. И поэтому компаниям приходится предпринимать действия по защите своей интеллектуальной собственности. Как отмечают участники рынка, защита товарного знака требуется в основном по трем причинам: появление еще одного правообладателя (если, например, кто-то раньше зарегистрировал схожий товарный знак), фальсификация продукта и истечение срока регистрации товарного знака.

Хотелось бы также отметить основания прекращения правовой охраны то-

варных знаков (то есть исключительно права на них), которые устанавливает ГК РФ. В частности, согласно ст. 1514 ГК РФ правовая охрана товарного знака прекращается:

- в связи с истечением срока действия исключительного права на товарный знак;
- на основании решения суда о досрочном прекращении правовой охраны коллективного знака в связи с использованием этого знака на товарах, не обладающих едиными характеристиками их качества или иными общими характеристиками (п. 3 ст. 1511 ГК РФ);
- на основании решения о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака в связи с его неиспользованием (ст. 1486 ГК РФ);
- на основании решения о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака в случае прекращения юридического лица – правообладателя или прекращения предпринимательской деятельности индивидуального предпринимателя-правообладателя;
- в случае отказа правообладателя от права на товарный знак;
- на основании решения о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака в случае его превращения в обозначение, вошедшее во всеобщее употребление как обозначение товаров определенного вида;
- в случае утраты общеизвестным товарным знаком признаков, позволяющих его отнести к общеизвестным.

Кроме того, при переходе исключительного права на товарный знак без заключения договора с правообладателем (ст. 1241 ГК РФ – наследование, реорганизация юридического лица и др.) правовая охрана товарного знака может быть прекращена решением суда по иску заинтересованного лица, если будет доказано, что такой переход вводит потребителей в заблуждение относительно товара или его изготовителя.

Итак, мы рассмотрели вопросы регистрации товарного знака и другие способы его правовой защиты. Несмотря на длительность, дороговизну и внешнюю сложность, регистрация товарного знака предоставляет эксклюзивную возможность использования товарного знака его правообладателю. Зарегистрировав обозначение, его владелец сможет предпринимать все возможные меры, установленные действующим законодательством, для защиты товарного знака и недопущения его использования другими лицами. **КС**



УПАКОВКА/ УПАК ИТАЛИЯ 2011

19-я международная специализированная выставка
Машины и оборудование для производства упаковки.
Упаковочные машины. Машины для производства и упаковки
кондитерских изделий. Упаковочные материалы, тара,
вспомогательные упаковочные средства. Логистика

25 – 28 января 2011

Москва, ЦВК «Экспоцентр» на Красной Пресне

www.upakowka.ru

Информационная поддержка:



В сотрудничестве:



При поддержке:



Подкомитета по развитию
индустрии упаковки ТПП РФ



Ассоциации производителей
упаковочного
и перерабатывающего
оборудования «ПАКМАШ»



Национальной
конфедерации упаковщиков



Правительства Москвы



Messe Düsseldorf GmbH
P.O. Box 10 10 06
D-40001 Düsseldorf
Germany
Phone: +49/211/45 60-01
Fax: +49/211/45 60-40
www.messe-duesseldorf.de



Messe
Düsseldorf

000 «Мессе Дюссельдорф Москва»
123100 Москва
Краснопресненская наб., 14
Тел.: +7 (499) 795 29 64
(495) 605 11 00
Факс: +7 (499) 795 29 40
(495) 605 72 07
E-mail: KleymanS@messed.ru
www.messe-duesseldorf.ru



Messe
Düsseldorf
Moscow

Автор:



Максим Алевин,
начальник отдела
промышленного страхования
ОСАО «Ингосстрах»

Риски и возможности: страхование в пищевой промышленности

За последние 20 лет пищевая промышленность стала одним из наиболее активно развивающихся и быстро растущих секторов российской экономики. Уже в начале 90-х благодаря активным действиям иностранных игроков на российском рынке появилось невиданное разнообразие торговых марок и целый ряд новых категорий продуктов. В течение следующих 10-15 лет множество транснациональных корпораций перенесли свои производственные мощности на территорию России.

Чтобы успешно конкурировать с глобальными мировыми брендами, отечественные производители были вынуждены инвестировать в собственное технологическое развитие и переоснащение, выстраивать механизмы долгосрочных отношений с поставщиками и дистрибуторами, оптимизировать ассортимент и разрабатывать принципиально новые виды продукции. Не менее важным средством защиты позиций на рынке стали технологии стратегического менеджмента: инструменты прогнозирования, оценки и управления рисками.

Если одни риски заложены в самой сущности индустрии производства продуктов питания, то другие обусловлены текущими рыночными условиями. Сегодня ключевым фактором внешней среды для отрасли остается мировой экономический кризис, начавшийся в 2008 году. С одной стороны, в связи с кризисом рынки в целом стали более чувствительны к цене, что улучшило конкурентные позиции российских производителей, в большинстве своем ориентированных на стратегию низких издержек. В то же время рыночная конъюнктура стала намного менее предсказуемой, а давление со стороны торговых сетей достигло критического уровня, так что многие малые производители вынуждены уходить с рынка.

«Страхование принципиально необходимо в тех случаях, когда речь идет о рисках, угрожающих функционированию предприятия».

Сейчас ситуация понемногу становится более стабильной, но определенное перераспределение структуры рынка и замедление роста налицо.

Таким образом, способность адекватно оценивать риски и эффективно управлять ими становится определяющим фактором выживания бизнеса и достижения устойчивого развития. Одним из инструментов управления рисками по праву считается страхование. Страхование принципиально необходимо в тех случаях, когда речь идет о рисках, угрожа-



Так, для предприятий обрабатывающей пищевой промышленности основные риски связаны, во-первых, с уничтожением или порчей запасов сырья и готовой продукции и, во-вторых, с поломками оборудования, которые останавливают производственный процесс и лишают бизнес возможности получать доход

ющих функционированию предприятия. Это означает, что в страховой защите нуждаются, в первую очередь, основные активы бизнеса: производственное оборудование, здания, в которых оно расположено, и материальные запасы, то есть сырье и готовая продукция на складах.

Для других категорий рисков страхование выступает лишь как один из элементов комплексной программы риск-менеджмента. К примеру, для защиты от рисков неисполнения договора применяются различные финансовые и арбитражные механизмы, а управление рисками, которые связаны со спецификой отрасли и бизнеса, может потребовать использования целого спектра средств и методик менеджмента.

Выбор объектов страхования и покрываемых рисков определяется, прежде всего, сферой деятельности предприятия и конкретикой его бизнеса. В целом для пищевой промышленности характерен сравнительно низкий уровень рисков. Производства сами по себе и применяемые на них технологические процессы достаточно безопасны в сравнении с предприятиями таких отраслей, как нефтехимия или металлургия. Большая часть используемого оборудования производится серийно и подлежит достаточно простому и относительно быстрому ремонту. Поэтому самые существенные риски для пищевой индустрии связаны с гибелью или утратой складских запасов и их полной потерей для страхователя в виду того, что при внешних воздействиях из-за санитарно-гигиенических норм зачастую их приходится списывать полностью.

Так, для предприятий обрабатывающей пищевой промышленности основные риски связаны, во-первых, с уничтожением или порчей запасов сырья и готовой продукции и, во-вторых, с поломками оборудования, которые останавливают производственный процесс и лишают бизнес возможности получать доход.

Яркий пример рисков порчи запасов – так называемые холодильные риски, которые играют важную роль в мясной и молочной промышленности. Технология производства в этих отраслях предусматривает хранение сырья, полуфабрикатов и готовой продукции на специально оборудованных складах-холодильниках. Такие склады рассчитаны на поддержание требуемой температуры в течение двух-трех дней после отключения электричества, что позволяет сохранить запасы при кратковременных перебоях питания. Однако крупномасштабные поломки или длительные перебои в поставках электроэнергии неизбежно ведут к гибели или порче товарных запасов.



К самым опасным промышленным объектам следует отнести недавно построенные цехи и склады, функционирующие менее двух-трех лет

Имущество предприятия в целом подлежит страховой защите и от других неблагоприятных внешних воздействий: нападений, грабежей, пожаров. По оценке экспертов Ингосстраха, именно пожары представляют наибольшую опасность для предприятий пищевой индустрии. С ними связано порядка 90% всех страховых событий – как по числу случаев, так и по величине причиненного ущерба.

Другая группа рисков связана с внутренними факторами – к примеру, с ошибками персонала и непредвиденными повреждениями и поломками оборудования. Основную угрозу для бизнеса несет не сам факт поломки и необходимость замены или ремонта, а остановка производства и, как следствие, неполучение прибыли.

Эксперты Ингосстраха отмечают, что наиболее опасные промышленные объекты в пищевой индустрии можно отнести к одной из двух групп. Во-первых, это производственные цехи и складские помещения, построенные еще в 1970-1980-х годах, и в которые с тех пор не было серьезных инвестиций для обновления производственных помещений и систем безопасности. Фактором риска в этом случае может стать общее состояние объекта и его систем безопасности – в первую оче-

редь, механизмов обнаружения и тушения пожара. Если такая система выходит из строя, то даже незначительное возгорание может превратиться в катастрофу.

Во-вторых, к самым опасным промышленным объектам следует отнести недавно построенные цехи и склады, функционирующие менее двух-трех лет. Если при их проектировании и строительстве были допущены какие-либо ошибки, то они проявляются как раз на начальном этапе эксплуатации как недоработки проекта или допущенные ошибки при его реализации. Основные риски для бизнеса связаны с низким качеством строительных работ и выбором дешевых технологических и конструктивных решений, не обеспечивающих должного уровня надежности и качества. К примеру, сэндвич-панели, широко применяемые сегодня при строительстве складов и производственных цехов, можно отнести к относительно хрупким конструкциям. Примером возможных крупных, даже катастрофических убытков в отрасли может служить довольно широко обсуждаемый на страховом рынке пожар, произошедший 12 июня этого года на одном из предприятий АПХ «Мираторг» в Калининграде. С одной стороны, предприятие было введе-

но в эксплуатацию в 2008 году и представляло образец современных технологий и безопасности. С другой стороны, само здание было построено из упомянутых выше легких конструкций и сэндвич-панелей. Это, видимо, и послужило причиной того, что из 14 тыс. м² сгоре-

ло 12 тыс. м². Об окончательных причинах убытка и размере ущерба может судить только текущий страховщик АПХ «Мираторг», но при этом данный инцидент является сигналом для рынка, показывающим, что даже такие предприятия могут быть подвержены катастрофическим убыткам.

Для выявления ключевых рисков и определения фактического состояния бизнеса страхователя страховые компании используют ряд методов, наиболее эффективным из кото-

«Задача страховщика – обеспечить клиенту эффективную, надежную и гибкую защиту, поэтому каждая страховая программа разрабатывается индивидуально, с учетом интересов и пожеланий страхователя».

рых является визит на предприятие клиента. Такой визит может проводиться как силами самого страховщика, так и с привлечением профессиональных сюрвейеров – специалистов по предстраховому аудиту рисков. Более того, компания «Ингосстрах» и некоторые другие крупные страховщики могут похвастаться собственным инженерным центром. В его обязанности входит не только анализ рисков, но и разработка инженерных и технических рекомендаций для улучшения системы безопасности на предприятии клиента.

Перед заключением страхового договора стороны решают еще одну принципиально важную задачу – они определяют стоимость страхуемого имущества. Мировые стандарты страховой отрасли предусматривают, что любые объекты страхуются по их восстановительной стоимости, то есть по той стоимости, которая должна быть уплачена в случае

приобретения таких же объектов в настоящий момент. Тем не менее возможны и другие варианты – к примеру, учет активов по их остаточной стоимости, отраженной в балансе предприятия. В любом случае расчеты величины страховых премий и страхового возмещения должны проводиться по одному и тому же базису – другими словами, должна сохраняться мето-

«Важным средством защиты позиций на рынке стали технологии стратегического менеджмента: инструменты прогнозирования, оценки и управления рисками».

дика определения страховой стоимости активов. Нарушение этого принципа неизбежно ведет к недооценке рисков и является формой демпинга.

В целом адекватная и полноценная страховая программа учитывает множество факторов: характерные отраслевые риски и специфику конкретного бизнеса, состояние активов предприятия и их стоимость, применяемые технологии управления и процессы производства и т. д. Задача страховщика – обеспечить клиенту эффективную, надежную и гибкую защиту, поэтому каждая страховая программа разрабатывается индивидуально, с учетом интересов и пожеланий страхователя. В текущих условиях многие компании пищевой индустрии стремятся не столько получить страховые услуги, соответствующие актуальным потребностям их бизнеса, сколько сократить свои затраты на страхование путем или выбора самых дешевых предложений, или установления низких франшиз, позволяющих получать возмещение со страховщика при убытках, которые не являются угрозой для дальнейшего существования страхователя. Однако следует иметь в виду, что страховщик и его клиент должны быть в равной степени заинтересованы в построении устойчивых, долгосрочных и взаимовыгодных отношений.

Критерием эффективности страхования должна служить построенная система защиты, разработанная исходя из потребностей клиента и с учетом текущего состояния его активов. Только в этом случае страхование может стать интегральной частью стратегии предприятия – важнейшим инструментом, который способен защитить бизнес, обеспечить его выживание при наступлении катастрофических событий. ■

ИНГОССТРАХ

Ingosstrakh

ИНГОССТРАХ ПЛАТИТ. ВСЕГДА.*



Страхование промышленных предприятий

Департамент корпоративного бизнеса
Управление промышленного страхования
127994, Россия, г. Москва, ул. Лесная, 41
Тел.: (495) 959 47 39
Факс: (495) 725 73 25
E-mail: fireins@ingos.ru

ОСАГО «Ингосстрах». Лицензия Рособрнадзора от 01.08.2010 № 0928/77
* в соответствии с условиями договора



ЕДИНЫЙ ТЕЛЕФОН
(495) 956 55 55
www.ingos.ru



13-я МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
**ПИЩЕВЫЕ ИНГРЕДИЕНТЫ
ДОБАВКИ И ПРЯНОСТИ**

Теперь на ВВЦ!



23 –26 Ноября 2010
Россия, Москва, ВВЦ

technofood
MOSCOW • 2010

5-ый СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ РАЗДЕЛ
**ОБОРУДОВАНИЯ, УПАКОВКИ И ТЕХНОЛОГИЙ
ДЛЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Организатор:



ITE LLC Moscow
Тел.: +7 (495) 935 7350
Факс: +7 (495) 935 7351
ingredients@ite-expo.ru

ITE Group Plc
Тел.: +44 207 596 5188
Факс: +44 207 596 5113
agil.karimov@ite-exhibitions.com

Великие начинания ...

SSS

...даже не надо обдумывать.