

# МОЛОЧНАЯ СФЕРА



## Логистика: грабеж среди бела дня

По мнению генерального директора ГК «Санна» **Сергея Шкаруны**, год запомнится серьезным ростом цен на транспортные услуги. Увеличатся кражи грузов и грабежи на дорогах. Особенно это коснется продовольственных товаров.

24



## Успех в денежном эквиваленте

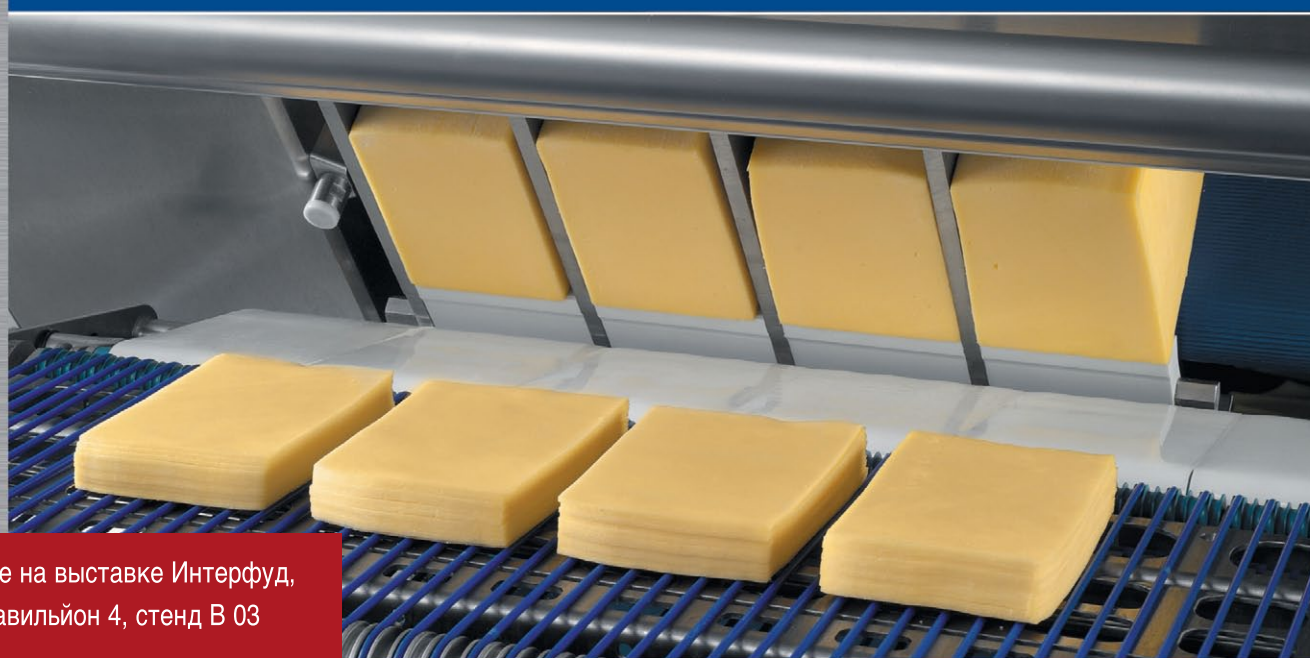
В портфеле международных операций концерна Valio Россия по-прежнему занимает наиболее значимое место: в 2010 году на нее пришлось около половины экспортных поставок.

30

# Сырная карта

Для крупных европейских компаний российский рынок сыра – лакомый кусочек. В ближайшей перспективе у них есть отличный шанс застолбить себе место в одном из самых быстрорастущих сегментов молочного рынка, став активным участником процесса формирования рынка сыра в России. / стр. 6.

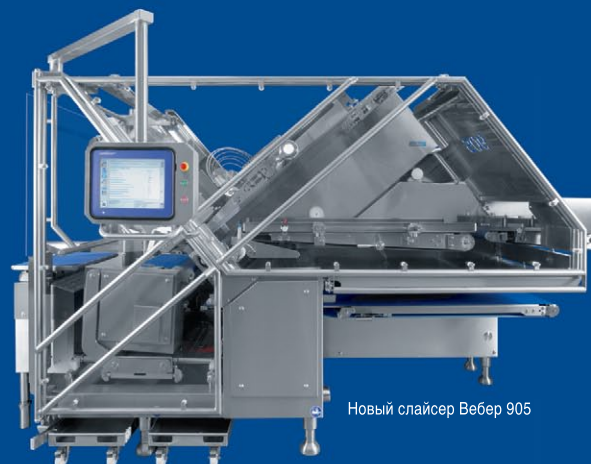
# На уровень выше



Фирма Вебер впервые на выставке Интерфуд,  
05-07 апреля 2011, павильон 4, стенд В 03



Слайсеры фирмы «Вебер» быстро и аккуратно нарезают колбасу, ветчину и сыр; обеспечивают привлекательный вид нарезки, точный вес каждой порции, увеличивают прибыль и уменьшают затраты. Новый слайсер 905, оборудованный в ширину камерой резки, которая составляет 620 мм, определяет новые стандарты в обработке продукции. Это единственная машина на рынке, которая одновременно нарезает 6-кратный калибр 100 или 4-кратный 100x150 сыра. Мы всегда рады ответить на запросы и обеспечить вас актуальной информацией.



Новый слайсер Вебер 905

**weber**<sup>®</sup>  
The High Tech Company

Вебер Рус о.о.о.  
4-ый Вятский переулок, д. 18, к. 2 · 127287, Москва  
Тел.: +79853637788 · ru@weberweb.com  
www.weberweb.com



Профессиональные  
решения



## Жир специального назначения «СолПро» заменитель молочного жира -

это профессиональное решение для полной или частичной замены молочного жира в молокоперерабатывающем производстве: незаменим при изготовлении сырных продуктов, спредов, сгущенного молока, творожных изделий.

Высококачественный специализированный растительный жир, полученный путем энзимной перэтерификации.

## Функциональные преимущества ЗМЖ «СолПро»:

- позволяет заменить в рецептурах молочный жир
- обладает высокой пластичностью
- характерно отсутствие холестерина
- снижает себестоимость готового продукта
- продукт имеет сбалансированный жирнокислотный состав



Холдинг «Солнечные продукты»:

«Жировой комбинат»  
«Московский жировой комбинат»  
«Новосибирский жировой комбинат»

Саратов +7 8452 459 000  
Москва +7 495 777 55 01  
Новосибирск +7 383 2110111



# АГРО-3

MAUTING



KNECHT

MAGURIT

fatosa s.r.l.

BANSS

FREUND

AM2C

FREY

TIPPER TIE  
technopack

TIPPER TIE  
ALPINA



FOODLOGISTIK

FORMCOOK

RHEON

DEIGHTON

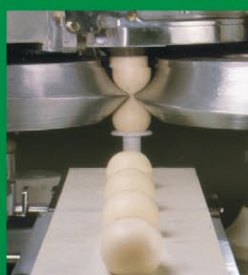
WEBOMATIC

aew delford  
systems



wvgkainz  
center




## Комплексные предложения по производству и упаковке молочной продукции



МОСКВА: (495) 721-20-77  
Краснодар: (861) 275-70-88  
Саратов: (8452) 48-61-77  
Красноярск: (391) 264-01-82  
Новосибирск: (383) 362-02-52  
Екатеринбург: (343) 375-72-39  
Ростов: (863) 295-40-54  
С.-Петербург: (812) 320-15-08

Оборудование и технологии  
для производства твердых, плавленых,  
колбасных сыров, творожных и смешанных  
масс, творога, муссов, суфле, пудингов, шариков,  
сырков с начинкой и без начинки, запеканок, сырников и др.  
(подготовка сырья, формование, термообработка, нарезка, упаковка)

# содержание

<b>отрасль</b>		16
Как лебедь, рак и щука...		20
<b>крупным планом</b>		Логистика: грабеж среди бела дня 24

## 6

Развитию отечественной сыродельной отрасли мешает низкое качество сырья и более высокая по сравнению с импортом себестоимость продукта. По мнению экспертов, для того, чтобы уйти от ценовой конкуренции с импортом, особенно белорусским небрендируемым товаром, российским производителям необходимо, прежде всего, создавать свой брендируемый продукт.



<b>тема номера</b>	Сырная карта	6	<b>компании</b> <i>/события и факты</i>	Новости	27
<b>NEW! экспаты</b>	Нас нигде не ждут	12	<i>/крупным планом</i>	Успех в денежном эквиваленте	30
	Вначале был шок!	14	<i>/стратегия</i>	В фокусе сырного рынка	32
<b>отрасль</b> <i>/события и факты</i>	Новости	16	<b>производство</b> <i>/события и факты</i>	Новости	36
<i>/исследование</i>	Удачный год творожного рынка	20	<i>/экспертиза</i>	Вместо молочного жира – пальмовое масло!	42
<b>отрасль</b> <i>/крупным планом</i>	Логистика: грабеж среди бела дня	24	<i>/оборудование</i>	Передовые технологии: НР-обработка сыра	44

# содержание

<b>компании</b>	27
В фокусе сырного рынка	32
<b>ингредиенты</b>	<b>Молочные напитки из люпина</b> 54

Открытие собственного логистически-дистрибьюционного центра в Ершово, а также вступление в силу Таможенного союза стали для «Валио» предпосылками для расширения географии. В 2011 году планируется начать поставки продукции Valio в страны СНГ, в том числе на Украину, в Белоруссию, Казахстан, Азербайджан, Узбекистан и Грузию.

# 32



# 54

Наиболее известными заменителями молочного продукта являются соевое молоко, а также молочные напитки обогащенные – смеси натурального обезжиренного молока с соевыми продуктами, такими как дезодорированная мука, концентраты, изоляты. ВНИИ люпина разработал аналогичный заменитель молочного продукта на основе люпина.

<b>производство /оборудование</b>	Современное оборудование для сушки и агломерации	46	<b>/ингредиенты</b>	Молочные напитки из люпина	54
	Фильтры от «Геры»	48		Заменитель молочного жира в творожных продуктах	58
<b>/упаковка</b>	Держать сыр «колесом»!	50	<b>/автоматизация</b>	Существенное повышение уровня автоматизации	60
<b>производство /упаковка</b>	Перспективные решения для упаковки сыра	52		Средства автоматизации Festo	62

## молочная сфера

№2 (37) 2011

Информационно-аналитический журнал для специалистов молочной, масложировой промышленности

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  
Арт-директор:  
Павел Хан  
pavelhan2009@gmail.com

Реклама:  
Виктория Паленова  
v.palenoval@sfera.fm  
Зоя Титова  
z.titova@sfera.fm  
Наталья Баранцева  
n.barantseva@sfera.fm

Выпускающий редактор:  
Виктория Загоровская  
editor@sfera.fm


Дизайн и верстка:  
Дмитрий Зорин  
d.zorin@sfera.fm

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

Иллюстрация на обложке:  
Нина Кузьмина

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

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс».  
Подписано в печать: 28.02.11.  
Тираж: 3000 экз.





## Страсти по сыру

В настоящее время больше половины «сырного» рынка России приходится на сегмент твердых и полутвердых сыров, где доминирует продукция отечественного производства. Самые популярные марки – «Российский», «Голландский», «Пошехонский», «Костромской», в меньшей степени – «Гауда» и «Эдам». Далее следует сегмент плавленых сыров, занимающий примерно 1/4 долю рынка. Он развивался иначе, чем рынок твердых сыров, и в большей степени подвергся экспансии западных производителей. В этом сегменте сложилась типичная для развитых рынков ситуация: здесь присутствует ряд сильных брендов, например, Hochland («Хохланд Руссланд»), President (Lactalis Group, Франция), «Веселая буренка» (Danone Group), которые можно назвать общероссийскими. Сегмент мягких сыров, хотя и составляет не столь значительную долю рынка, но является самым динамично развивающимся. По данным Nielsen, продажи этого вида сыра с апреля 2009 года по март 2010 года увеличились на 8,7%, в то время как общий объем рынка сыра за этот период сократился на 0,7%. Отечественная продукция занимает 5% рынка, все остальное приходится на импорт компаний «Арла Фудс Артис», «Валио», «Лакталис Восток», «ПиР», «Бизнес-Альянс» и др. По прогнозам экспертов, российский рынок сыра будет развиваться скорее в сегменте твердых и полутвердых сыров, нежели в сегменте плавленых и мягких. Многие виды полутвердых сыров, например, «Костромской», «Пошехонский», «Голландский», не защищены копирайтом и доступны к производству без каких-либо отчислений (например, в виде роялти), что выгодно отличает данный сегмент от сегмента плавленых сыров, где в собственности находятся такие торговые марки, как «Янтарь» и «Дружба», и мягких сыров, где преобладают западные торговые марки, являющиеся интеллектуальной собственностью. Современные технологии позволяют производить полутвердые сыры в кратчайшие сроки (например, производство сыра «Ламбер» занимает до 21 дня), в отличие от твердых, где многомесячные сроки созревания – неотъемлемая часть производства. Кроме того, это самый небрендируемый сегмент, что удешевляет цену входа на рынок за счет сокращения маркетинговых затрат и дает большие возможности по использованию частных марок.

Ожидается, что уже в ближайшем будущем «сырный» рынок станет более брендируемым, широкое распространение получат частные марки. Наиболее быстрый рост прогнозируется в сегменте фасованного сыра.

Помимо увеличения доли брендируемой продукции, важной тенденцией является распространение зарубежных и проевропейских марок. Европейский стиль бренда становится все более актуальным. Данная тенденция тесно связана еще с одним направлением, обретающим популярность, – это трансляция брендом принадлежности к определенной стране, преимущественно к традиционным странам-сыроделам, таким как Швейцария и Голландия. В качестве примера можно привести бренд Frico (Friesland Campina), который позиционируется как сыр, сделанный в Голландии. Аналогичный путь для продвижения избран для сыра норвежского производства Jarlsberg (Tine SA, Норвегия). Залогом успеха при продвижении европейских сыров на российский рынок аналитики называют формирование моды на национальную кухню, на тот или иной сорт сыра. В качестве примеров можно привести моду на греческую кухню (сыр фета, входящий в состав популярного у нас «Греческого» салата), японскую (сыр «Филадельфия», используемый при изготовлении роллов «Филадельфия» и других японских блюд) и итальянскую кухню с ее десертом тирамису, который традиционно готовят из сыра маскарпоне.

Так, в конце прошлого года Ассоциация молокоперерабатывающих предприятий Литвы Pieno centras попросила разрешения у Еврокомиссии обозначать местный творожный сыр знаком «Saugoma geografine nuoroda» – «Охраняемое географическое указание». Ассоциация подала заявку, в которой представляет творожный сыр как национальное блюдо балтийской страны. Литовским именуется невызревший творожный сыр, изготавливаемый старинным способом, когда молоко скисает без применения ферментов, только благодаря закваске молочнокислых бактерий. А своеобразную форму сыр получает в процессе ручного заполнения мешочков треугольной формы и последующего прессования. В заявке отмечено, что творожный сыр изготавливается традиционным способом во всей Литве.

Современным трендом является развитие темы натуральности продукта. Это направление активно развивает бренд Arla (Arla Foods), который заявляет о натуральности как о корпоративном принципе компании. Примечательно, что в начале года ученые Института Питания и здравоохранения Ирландии сообщили о создании нового «здорового» продукта – плавленого сыра, содержащего на 60% меньше натрия, чем прочие сорта. Чрезмерное потребление натрия, которого во многих продуктах в три раза больше, чем необходимо, приводит к риску гипертонии и инсульта.

Кроме того, распространение получают сыры с экзотическими для российского рынка вкусами. При этом производителям необходимо учесть результаты исследований, согласно которым потребители твердых сыров предпочитают классику, а поклонники плавленых охотно пробуют сыры с разными добавками и специями.

Виктория Загоровская,  
редактор журнала «Молочная СФЕРА»,  
editor@sfera.fm



### **Больше всего –**

85% – в Россию поставляется твердых, полутвердых и мягких сыров, тогда как доля плавленых и молодых составляет менее 7%.

### **В 2011-2013 гг.**

ождается повышение доли твердых, полутвердых и мягких сыров и сокращение доли плавленых.

Автор:



**Станислав Колотиллов,**  
эксперт аналитического отдела  
ИА «КредИнформ»

# Сырная карта

**Для крупных западных компаний растущий российский рынок сыра – лакомый кусочек. Сыры поступают к нам из 38 стран мира, и доля импорта в последние годы стабильно растет. Основными поставщиками являются Беларусь, Украина и Германия.**

Поскольку потребление сыра в России по сравнению с европейскими странами находится на низком уровне, можно прогнозировать дальнейший рост продаж. И у европейских компаний есть отличный шанс в ближайшей перспективе застолбить себе место в одном из самых быстрорастущих и потенциально емких сегментов молочного рынка и стать активным участником процесса формирования рынка сыров в России.

Развитию отечественной сыродельной отрасли мешает низкое качество сыра и более высокая по сравнению с импортом себестоимость продукта. По мнению экспертов, для того, чтобы уйти от ценовой конкуренции с импортом, особенно белорусским небрендируемым товаром, российским производителям необходимо, прежде всего, создавать свой брендируемый продукт.

## Спрос идет за предложением

Кризисный 2009 год оказался довольно удачным для российских сыроделов. Производство в стране выросло почти на 3%, достигнув 444,2 тыс. тонн. Больше всего сыра произвела Московская область, далее следуют Алтайский край и Воронежская область. Кроме того, впервые за несколько лет у производителей не было проблем с реализацией, что связано с введением нового технического регламента на молочную продукцию.

Ранее на складах скапливались нереализованные запасы: стремясь уменьшить влияние сезонности, производители были вынуждены перерабатывать сырье в сухое молоко и продавали его переработчикам зимой, когда традиционно наблюдается дефицит и рост цен. Однако, когда, согласно новым правилам, молоко, произведенное с использованием сухого, переименовали в «молочный напиток», спрос на него упал, а сушить молоко стало невыгодно. Участники отрасли быстро переориентировали производство на выпуск других молочных продуктов длительного хранения: сыра и сливочного масла. Это должно было при-

↓ На рынке сыра в России еще много незанятых ниш: сыры с благородной плесенью, мягкие сыры с различными вкусовыми добавками, рассольные сыры высокой категории.

↓ В основном, на российском рынке реализуется весовая продукция. Доля сыра, который не требует дальнейшей фасовки непосредственно в магазине, составляет около 20%.

вести к росту предложения сыра, а в итоге вырос и спрос. Рост спроса привел к закономерному повышению цен, но сместился в сторону средней ценовой категории.

В настоящее время Россия импортирует свыше 40% необходимых отечественному потребителю сыров, причем эта доля продолжает увеличиваться. По данным ФТС РФ, в 2009 году в страну поставлено 225 478 тонн сыра на сумму более \$ 877 млн. При этом доля импорта по-прежнему растет: если в 2007 году она составляла 40%, в 2008 году – 42%, то в 2009 году – уже 42,5%. Тенденция сохранилась и в минувшем году: только за восемь месяцев в страну ввезено 171 434 тонны сыров на сумму \$ 757 млн. В целом, по предварительным оценкам, в 2010 году темп прироста объемов импорта должен составить 19%.

Больше всего – 85% – в Россию поставляется твердых, полутвердых и мягких сыров, тогда как доля плавленых и молодых составляет всего 6,7% и 6,6% – соответственно. Поставки голубых, тертых и прочих сыров занимают около 1%.

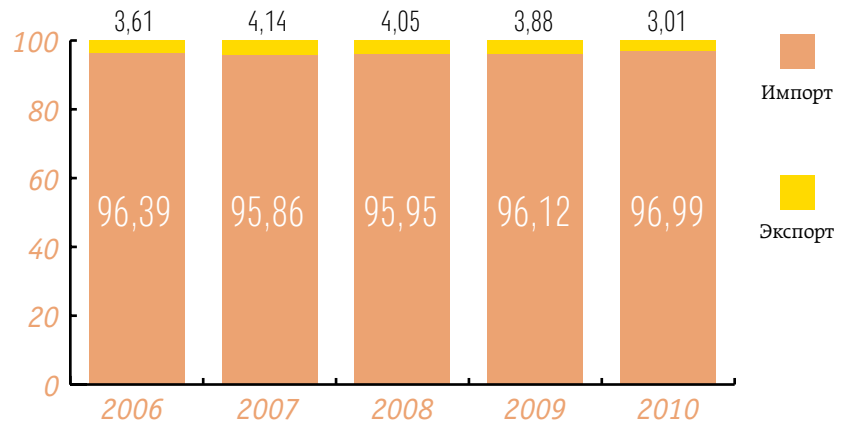
### Российская твердость

В России в настоящее время около 24% потребления приходится на плавленый сыр, 11% – на мягкие, кисломолочные сыры, остальное – на твердые и полутвердые сыры (см. диаграмму 1).

Надо отметить, что до 2008 года производство твердых сыров росло, а плавленых сокращалось, однако в кризисный период потребители перешли на более дешевую продукцию, и ситуация стала прямо противоположной: производство плавленых ломтевых сыров возросло, твердых – упало. Производство пастообразных плавленых сыров продолжает уменьшаться. Однако аналитики склонны считать, что это временное явление и в ближайшем будущем ситуация вернется в прежнее русло.

Что касается полутвердых сыров, то динамику их производства в 2006-2010 гг. отличает стабильный рост в пределах 20%.

Большую часть рынка, а именно 43%, занимают сыры низкой ценовой категории, куда входят такие марки, как «Российский», «Пошехонский», «Голландский» и другие. Сыры среднего и выше среднего ценового сегмента – «Эдам», «Гауда», «Маасдам» – занимают примерно одинаковую долю в 22-24%. Сыры высокого ценового сегмента, например, «Рокфор», Kaserei,



Соотношения импорта и экспорта сыров в России в стоимостном выражении в 2006-2010 гг., %

Источник: По данным ФТС РФ, оценки ИА КредИнформ

Champignon, занимают 11%, причем этот сегмент контролируется в основном иностранными производителями (см. диаграмму 2).

Данный дисбаланс создает предпосылки для диверсификации производства в ближайшие годы – вхождение в сегмент дорогих сыров сможет положительно повлиять на рентабельность отечественных производителей. Касательно рынка твердых сыров, на сегодняшний день средний ценовой сегмент – практически свободная ниша, ведь пока в России твердые сыры представлены продукцией высокого ценового сегмента.

### Кусок сырного пирога

В основном, на российском рынке реализуется весовая продукция. Доля сыра, который не требует дальнейшей фасовки непосредственно в магазине, составляет около 20%. В городах с высоким уровнем организованной розницы объем продаж фасованного сыра существенно выше. Так, в Москве это 40%, а в Санкт-Петербурге – около 80%. Для сравнения, в Европе более 80% сырного рынка занимает «фасовка».

Тем не менее, доля весовой продукции снижается. Общий рост российской экономики, увеличение численности городских жителей, а также западные привычки, которые переняли российские потребители, обеспечивают рост сегмента фасованного сыра. Ускоряется ритм жизни, и у потребителей остается все меньше времени на продуктовые магазины. Возрастает роль таких факторов, как качество, удобство, привлекательный внешний вид товара. Широкая представленность в рознице упакованных продуктов питания, в том числе сыра, по-

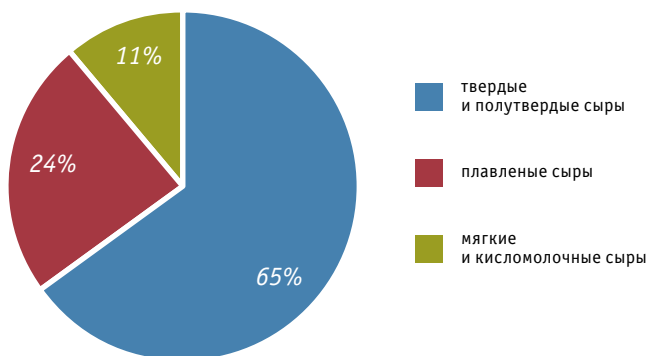


Диаграмма 1. Структура продаж сыра в России по видам в 2009-2010 гг., %

↓ Главным фактором развития рынка упакованного сыра выступают не столько предпочтения потребителей, сколько интересы производителей и крупных сетевых операторов.

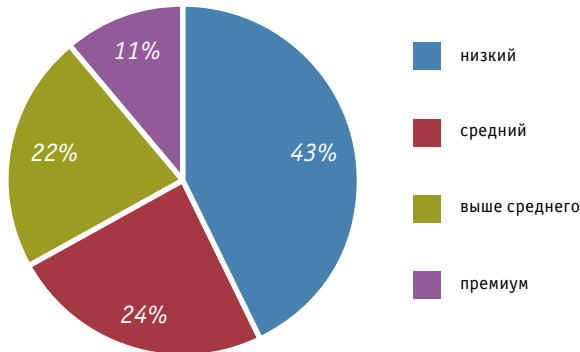


Диаграмма 2.  
Доли ценовых сегментов на рынке сыра в России, %

зволяет экономить время, которое необходимо на взвешивание и подсчет стоимости товара при продаже на развес. Возрастают требования покупателей к санитарным нормам – пакованная продукция всегда воспринимается как более чистая. Многие магазины уже осознали этот факт и предлагают своим покупателям производственную фасовку нарезанного сыра.

Но главным фактором роста рынка упакованного сыра выступают не столько предпочтения потребителей, сколько интересы производителей и крупных сетевых операторов. Первые заинтересованы в развитии категории брендируемых сыров, они совершенствуют упаковку, чтобы сделать продукт более привлекательным, экологичным и удобным, увеличить срок хранения. Для вторых самое важное – удобство реализации и стабильный покупательский спрос, поэтому их требования к поставщикам продуктов питания с каждым днем становятся все жестче.

Среди предприятий, реализующих фасованный сыр на отечественном рынке, можно выделить «ТД «ПиР» (Московская область), компанию «Невские Сыры» (Санкт-Петербург) и «Артис-Дистрибуция» (российский дистрибутор шведско-датской компании «Арла Фудс Артис»). Активно на рынок приходят европейские производители с такими брендами, как «Jarlsberg», «Henrichshtaller», «Valio».

В целом, как видно на диаграмме 3, структура рынка фасованного твердого сыра выглядит следующим образом: 88% приходится на фасованный кусок (упаковка в вакуум, флоупак), 8% – на нарезку (упаковка мультитрак) и 4% – на тертый сыр (упаковка флоупак, пищевой пластик).

### Урок географии

В отношении компаний-производителей отечественный рынок сыра повторяет картину, сложившуюся ранее на рынке молочных продуктов: множество местных производителей, постепенно вытесняемых в регионах компаниями национального масштаба. В то же время, несмотря на общее сходство с молочным рынком, консолидации на рынке плавленых сыров не происходит: крупные игроки предпочитают вытеснять мелких при помощи брендинга, повышения качества и увеличения объемов производства, поиском новых перспективных ниш (выпуск фасованной продукции, сыров с плесенью и проч.). В их число входят такие быстроразвивающиеся компании, как Valio Ltd. (Финляндия, торговая марка Viola), Hochland AG (Германия, ТМ Hochland), Lactalis Group (Франция, ТМ President), а также столичные производители – «Московский завод плавленых сыров «Карат» и «Вимм-Билль-Данн Продукты питания».

↓ По мнению ряда экспертов, рост цен на молоко в 2010 году сделал сельское хозяйство выгоднее переработки молока.

Тем не менее, в регионах все еще велика доля локальных компаний, которым местное население выказывает большую лояльность. Поэтому продукции местных производителей сыра достаточно сложно конкурировать вне своего основного региона продаж.

Основной канал реализации сыров – супермаркеты. Доля сетевых магазинов составляет около 30% розничного продуктового ритейла, а в городах-миллионниках превышает 40-50%. Притом сети все больше диктуют свои условия производителям: увеличивают отсрочку платежа – вплоть до двух месяцев, поднимают размер ретробонуса (процент от реализации продукции, полученной магазином). Возможный выход из ситуации – укрепление своего влияния в регионе путем заключения долгосрочных контрактов с местными ритейлерами, создание и усиление бренда, повышение известности и лояльности к нему потребителей.

По мнению ряда экспертов, рост цен на молоко в 2010 году сделал сельское хозяйство выгоднее переработки молока, рентабельность которой сегодня составляет у небольших предприятий 3-5%. В приобретении и развитии собственных ферм в основном за-

**Отечественный** рынок сыра повторяет картину, сложившуюся ранее на молочном: множество региональных производителей постепенно вытесняются компаниями национального масштаба.

интересованы молочные заводы, нуждающиеся в сырьевой базе. Инвестирование становится выгодным, так как на рынке давно наблюдается дефицит. Однако кроме молочных гигантов вкладывать средства в производство молока решаются немногие. Бизнес этот считается сложным и специфическим, и немало примеров, когда приобретение хозяйств непрофильными инвесторами заканчивалось неудачей.

### Выход в козыря

В настоящее время на фоне конкурентной борьбы производители занимаются поиском перспективных ниш. Так, компания «Карат» осенью 2008 года собиралась начать выпуск голубых сыров в России, традиции выпуска

↓ На рынке сыра в России еще много незанятых ниш: сыры с благородной плесенью, мягкие сыры с различными вкусовыми добавками, рассольные сыры высокой категории.

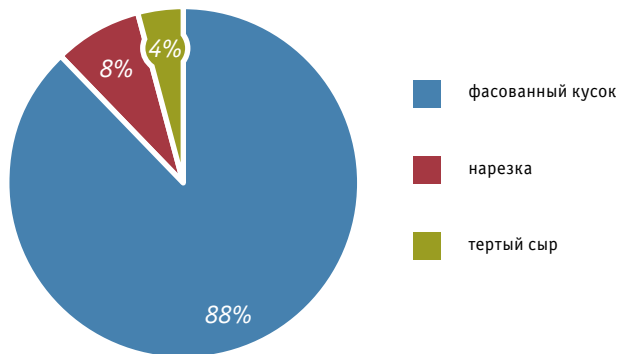


Диаграмма 3. Структура рынка фасованного твердого сыра, %

которых в нашей стране практически отсутствуют, однако в связи с финансовым кризисом этот проект был отложен. Для этого она планировала купить завод в Курской области. Первоначальные инвестиции, включая покупку завода, должны были составить 100 млн руб. Компания собирается производить до 60 тонн продукции в месяц. Эксперты отмечают, что при производстве сыров с плесенью используются сложные технологии. Одна из причин, почему никто пока не вышел в этот сегмент в том, что необходимо иметь отдельный завод, а не просто цех на общем производстве. К тому же, необходимо обеспечение производства качественным сырным молоком, что в России является достаточно сложным.

Компания «Вимм-Билль-Данн», которая производит твердый сыр «Ламбер», в 2010 году решила организовать его выпуск за границей. В России импортный сыр продается под собственным брендом – Granfor, который объединяет четыре сорта – «Тильзитер» (отпускная цена производителя с НДС – 225,2 руб./кг), «Маасдам» (303,03 руб./кг), «Гауда» (305 руб./кг) и «Эдам» (328 руб./кг). Это объясняется тем, что на сегодняшний день основной особенностью российского рынка твердых сыров является отсутствие на нем сильных «зонтичных брендов», которые могли бы гарантировать потребителю стабильное качество разных сортов. Производство нового бренда ВБД принял решение разместить за границей, так как в России нет для этого высококачественного молока.

В 2009 году «Хохланд Руссланд» совместно с группой компаний «Доминант» открыл линию по производству сыра «Чеддер» на Лискинском

гормолзаводе (Воронежская область). В настоящее время линия достигла производственной мощности 200 тонн в сутки при запланированных 350 тоннах. Изготовленный в Лисках «Чеддер» поставляется на подмосковный завод компании «Хохланд», где используется в производстве плавленых сыров.

Очевидно, что на рынке сыра в России вследствие его несформированности есть много незанятых ниш: сыры с благородной плесенью, мягкие сыры с различными вкусовыми добавками, рассольные сыры высокой ценовой категории.

### Сырный передел

По прогнозам ИА «КредИнформ», потребление сыров в России будет расти. Этот рынок пока еще не так развит, как в Европе, и его потенциал очень велик. В 2009 году среднедушевое потребление сыра в стране составляло 5,5 кг в год. Тогда как в Греции, оставившей позади остальные страны, один человек ежегодно съедает 30 кг продукта. За мировым лидером следует Франция – 24,6 кг, затем Исландия – 23,8 кг и Германия – 22,1 кг

В 2011-2013 гг., в соответствии с целевой программой развитие маслodelия и сыроделия в России, прогнозируется рост потребления сыров почти на 20%. Будет происходить плавное повышение доли твердых, полутвердых и мягких сыров, при сокращении доли плавленых. В ближайшее время прогнозируется рост потребительского благосостояния, что обеспечит переход россиян с более дешевых плавленых сыров на твердые и мягкие. Распространение европейской культуры потребления сыров продолжит оказывать значительное влияние на этот процесс.

Ожидается постепенное укрупнение за счет вытеснения крупными игроками более мелких, не имеющих дополнительных финансовых возможностей для инвестиций в производство и продвижение. С ростом рынка возможен приход зарубежных производителей в Россию. Прогнозируется усиление неценовой конкуренции. Крупные молочные холдинги будут инвестировать в создание и продвижение собственных брендов.

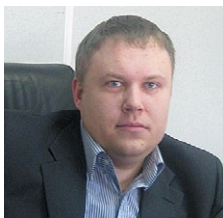
Крупные игроки будут заняты поиском незанятых перспективных ниш: производство новых сортов сыра, освоение западные технологии сыроварения, упаковки и пр.

Государство продолжит поддерживать российских сыроделов путем повышения ставок ввозных таможенных пошлин и запрета на ввоз продукции посредством запретительных функций Россельхознадзора.



**ВОПРОСЫ:**

1. Как можно оценить сегодняшний интерес западных компаний к российскому рынку сыра, а также общий уровень инвестиционной активности? Приведите несколько примеров в качестве иллюстрации.
2. Насколько за последнее время возросла привлекательность сегмента копченых сыров? С чем это связано? Какой «сырный» сегмент Вы считаете наиболее перспективным?
3. По Вашему мнению, как изменится картина на российском рынке сыра в 2011-2012 гг.? Какие факторы станут определяющими для отрасли и ее участников?



**Андрей Дрень,**  
генеральный директор  
компании «Пир-ПАК»:

1. Для крупных западных компаний растущий российский рынок сыра – лакомый кусочек. Еще шесть лет назад кроме немецких, голландских и незначительного количества французских производителей на рынке не было представителей Запада. Сегодня рынок представлен испанскими производителями, итальянскими сыроарами, норвежскими, финскими, австрийскими и бельгийскими компаниями, не говоря уже о сырах Латвии, Литвы, Польши и т. д. Уровень инвестиционной активности европейских сыроделов на данный момент снижен, что, возможно, связано с остаточными явлениями разразившегося два года назад кризиса, однако многие западные производители, например Valio и «Сваля», уже заявили о своем желании инвестировать средства в развитие собственного сырного бизнеса в России. По опыту общения с нашими европейскими поставщиками можем сказать, что их интерес к российскому рынку велик, и в ближайшие два года он пополнится новыми европейскими брендами. В планах нашей компании также стоит заведение на рынок новых видов испанских, голландских, немецких сыров. В этом году мы планируем выпустить не менее двух брендов, в которых будут представлены европейские сыры.

2. В России копченые сыры всегда были популярны, но в своем сегменте. Я имею ввиду их ассоциирование с закуской к пиву. В Европе копченые сыры гораздо лучшего качества, нежели в России, а культура потребления сыра на Западе такова, что эти сыры воспринимаются конечным потребителем как самостоятельное блюдо. В России копченые сыры – это нишевый продукт, и переломить потребительское восприятие будет очень тяжело, но наша компания надеется это сделать. В марте в массовую продажу поступит копченый сыр под ТМ «Простосыр», вкусовые ка-

чества которого, возможно, помогут выйти за рамки ниши и сделать этот продукт более популярным.

Наша компания не случайно работает в сегменте фасованных сыров. Мы считаем, что рынок фасованного сыра является наиболее перспективным в России. Фасовка и нарезка сыра «за прилавком» становится все более неудобной и для магазинов, и для покупателей. Основная причина – небезопасность продукта, расфасованного непосредственно в точках продаж. Для того чтобы обеспечить качественный контроль в магазине, необходимо регулярно мыть оборудование для нарезки, обеспечить стерильность, что само по себе абсурдно. Только профессиональный фасовщик, производитель упакованного сыра, может гарантировать безопасность продукта. Рост нашего портфеля клиентов все больше говорит о том, что магазины задумываются о качестве и, в первую очередь, безопасности продаваемого сыра. В нашем портфеле бренды крупнейших сетей, таких как Дикси, Metro Cash&Carry и многих других. Три года назад доля фабричного фасованного сыра составляла менее 1% от общего объема продаж. Сегодня мы можем говорить о 5% от общероссийских продаж, 45% на рынке Москвы и 60% на рынке Санкт-Петербурга.

3. Среди основных трендов можно выделить увеличение доли фасованных и специальных сыров, а также брендированной продукции, рост цен на сыр. Именно эти факторы станут определяющими для всех игроков рынка. Доля фасованных сыров в России вырастет до 30%, в Москве эта цифра достигнет 60%, а в Петербурге – 80%. Помимо известного рынку балковых сыров, таких как эдам, маасдам, гауда, тильзитер, появятся новые виды продукта. Уже сейчас на рынок выведены такие виды, как чеддар, шеврет, мимолет, олд датч мастер, грана падано, свежие козьи сыры, свежие творожные сыры и т. д. Приход новых европейских игроков и усиливающаяся конкуренция приведет к появлению все новых видов продукта, способных привлечь внимание конечных потребителей. Рост предложения сыра на рынке будет происходить исключительно на основе конкуренции брендов. Сыр – наиболее отстающий сегмент в молочке, с точки зрения знания торговых марок. В сегменте йогуртов или молока конкурентная борьба уже давно стро-

Уровень инвестиционной активности европейских сыроделов на данный момент снижен, однако многие уже заявили о желании инвестировать средства в развитие собственного сырного бизнеса в России.

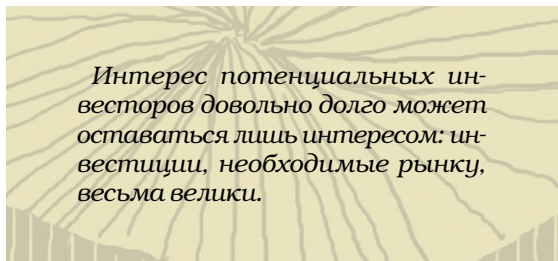
ится на соперничестве в области позиционирования. В сыре же только фасованные продукты продаются под брендами, в сегменте весового сыра роль играет только страна производства, в крайнем случае, производитель. По нашим ожиданиям, ситуация изменится уже к 2012 году. Вслед за «Вимм-Билль-Данном» с их ТМ Granfor начнут отстраивать себя от конкурентов и другие производители с помощью брендов. Этот факт (брендированная продукция всегда обладает дополнительной маржинальной стоимостью), а так-

же важные экономические предпосылки, как например, дефицит сырого молока в мире, наводнение в Австралии, которое также привело к его дефициту, и другие факторы, спровоцируют рост цен на сыр на 15-20%.



**Мика Коскинен,**  
генеральный директор  
компании «Валио»:

1. Российский рынок для европейских производителей сыров, конечно, заманчив. Благодаря современным тенденциям в поведении покупателей, он не может не стать предметом внимания европейских производителей. Однако интерес потенциальных инвесторов довольно долго может оставаться лишь интересом: инвестиции, необходимые российскому молочному рынку, весьма велики. Состояние сырьевой базы – еще одно слабое место подобных проектов в России, ведь эффективная работа молочных заводов требует бесперебойной поставки высококачественного сырья, особенно для производства такого продукта, как сыр.



Однако рынок диктует свои правила. Любая европейская компания, которая планирует успешно развиваться в России, стремится стать достойным членом общества и думает о будущем, рано или поздно открывает здесь собственное производство.

Например, мы шли к этому довольно долго, обдумывая каждый шаг. Но в конце 2009 года начали производство плавленого сыра Viola «треугольники» на собственном заводе «Ершово» в Московской области, а также производство питьевых йогуртов Valiojogurtti на заводе «Галактика» – на контрактной основе. Совокупный объем инвестиций в проект «Ершово» за весь период уже составил около 60 млн евро, и это не предел. Так в конце прошлого года было закуплено новое оборудование, что позволило повысить производственную мощность завода на 50%. В 2011 году компания «Валио» планирует дальше развивать собственное производство в России, в частности, расширить ассортимент и увеличить объемы произведенной здесь продукции.

Именно такие шаги, как наш, со стороны производителей могут свидетельствовать о серьезных и далеко идущих планах развития в России.

2. Россияне, следуя мировым тенденциям, все больше переходят на продукцию с высокой добавленной стоимостью. В частности, растет сегмент сыров в заводской потребительской упаковке. Кроме того, растут продажи более дорогих, премиальных продуктов.

3. Тенденции в поведении покупателей, которые были видны в 2010 году, станут еще заметнее в этом. Потребление сыров в стране продолжит расти. Текущий среднегодовой объем потребления сыров в России составляет около 5,5 кг на душу населения, в то время как в странах Западной Европы – от 15 кг и выше (в Финляндии – 19 кг). Поэтому потенциал рынка остается огромным.



**Михаил Ляско,**  
генеральный директор  
компании «Арла Фудс Артис»:

1. Интерес западных компаний к российскому рынку сыра можно оценить как высокий, однако реальная инвестиционная активность остается низкой. Пример того, как западная компания вошла на российский рынок, в том числе сырный, за последнее время можно привести только один – это сделка PepsiCo и «Вимм-Билль-Данна», куда входят, в том числе, сырные активы. При этом планы PepsiCo относительно дальнейшего развития бизнеса до конца пока не ясны.

Другой пример – сделка компаний Danone и «Юнимилк», которая, насколько мне известно, не затронула сырного бизнеса российского производителя.

Сдерживающим фактором, безусловно, является ситуация с сырьем на рынке страны. Найти молоко должного количества и качества по конкурентоспособной цене сегодня очень непростой.

2. Привлекательность сегмента копченых сыров остается стабильной – это традиционное потребление не очень богатой части населения. Одновременно качество копченых сыров в своей массе оставляет желать лучшего.

Учитывая общий рост цен на молочные продукты, возможно, стоит ожидать оживления интереса к этому сегменту. Учитывая сказанное в ответе на первый вопрос, наиболее перспективным на короткий период является все, что связано с фасовкой импортного сыра на территории России, а также производством продукции как рекомбинации из импортных ингредиентов.

На более длительный срок перспективным, конечно, является производство желтого сыра стандартного европейского качества с созданием сильных локальных брендов. Причина такой ситуации – соотношение количества, качества и цены на молочное сырье в России и за рубежом.

3. В ближайшие один-два года количество импортной продукции на российском рынке сыра будет расти. Для российских сыроделов период будет очень непростой. Выиграет тот, кто выберет правильную маркетинговую и дистрибуционную политику. **MC**



## \* Справка:

*Экспат* (англ. expat, происходит от лат. ex patria «вне родины») – термин для обозначения специалистов, работающих за рубежом.



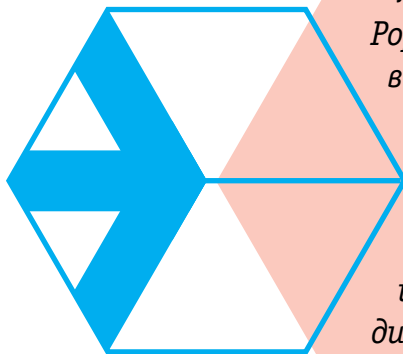
Гость:

**Павел Васильян**,  
руководитель региональных продаж компании Tipper Tie Incorporation



Беседовала:

Екатерина Сомова



**Павел Васильян** родился в 1960 году в Ереване, живет в швейцарском городе Роршах. В бывшем СССР работал в области атомной промышленности и энергетики. Сейчас занимает должность руководителя региональных продаж **Tipper Tie Incorporation** – ведущего мирового производителя зажимов, петель и других материалов для пищевой промышленности.

«На родине я работал в закрытом учреждении, на станкостроительной фирме, которая производит фрезерное оборудование для авиации и энергетики, где давалась подписка о невыезде».

# Нас нигде не ждут

– Я знаю, что перемена места жительства в Вашем случае напрямую связана с карьерой – Вы уезжали работать в конкретную фирму на определенную должность. Сейчас, 18 лет спустя, Вы помните свой первый день на рабочем месте?

– Запомнил на всю жизнь! Когда меня привели в компанию, я ничего не понимал. Люди вокруг что-то говорили, улыбались – так здесь принято, а я все думал: «Что это они улыбаются?». Мне предложили на выбор изучение нескольких языков, а на деле получилось, что говорить я не смог ни на одном из них! К тому же здесь общаются на местных диалектах, которые вдвойне трудно было понять. Мне все переводили. Первые две недели после переезда, пока оформлялись документы, я не работал и изучал основную терминологию, самые необходимые слова. Потом меня от-

правили в школу, где учатся 16-летние девочки и мальчики, и я провел вместе с ними несколько недель, а потом занимался в других подразделениях. Пока не прошел основные этапы – не начал нормально работать. Конечно, в этот период было очень тяжело.

– Самым сложным оказался языковой барьер?

– В школе я учил английский, но учил плохо. Да он оказался и не нужен. Я работал в закрытом учреждении, на станкостроительной фирме, которая производит фрезерное оборудование для авиации и энергетики, где давалась подписка о невыезде.

Немецким я начал заниматься еще в России, перед отъездом, на ускоренном курсе. Правда, это тоже мало что дало! На месте уже смотрел телевизор, читал, тренировался воспринимать иностранную речь на слух.

При общении мной использовались фразы из разговорника, словаря, учебников. На практике выяснилось, что собеседник начинает странно на тебя смотреть, потому что никто на самом деле так не говорит! Поначалу я делал много ляпов – бывало, подойдешь с вопросом к незнакомому человеку на улице, а он тебя не понимает.

– Что больше всего запомнилось из этого периода?

– Самым ярким воспоминанием стала первая ночь в Швейцарии. Здесь в маленьких городках бывает обычно



*«Мне предложили на выбор несколько языков, а на деле получилось, что говорить я не смог ни на одном из них!»*

*«Живя в другой стране, необходимо придерживаться определенных правил, которые лежат в ее культуре».*



Имя, Фамилия:  
Павел Васильян

Дата рождения:  
5 июля 1960

Место рождения:  
г. Ереван, СССР

Место проживания:  
г. Роршах, Швейцария

Образование:  
Высшее, инженер; Master of Business

Место работы, должность:  
руководитель региональных продаж  
Tipper Tie Incorporation, ведущего  
мирового производителя зажимов,  
петель и других материалов для  
пищевой промышленности

Опыт работы:  
В бывшем СССР – специалист  
в области атомной промышленности  
и энергетики. В Швейцарии –  
станкостроительная компания  
Starragheckert AG

Семейное положение:  
женат, имеет дочь

Увлечения и интересы: отдых  
на природе, авторское кино.  
Из видов спорта предпочитает  
велосипед, теннис и лыжи

по несколько церквей, и в них каждые 15 минут бьют колокола. Колокольный звон был настолько сильным, что мы с непривычки просыпались всей семьей каждые 15 минут, не понимая, что происходит и где мы находимся. А сейчас этих колоколов мы даже не замечаем. Приезжие слышат, а мы нет. Привыкли!

**– Удалось Вам разгадать характер нации? Как Вы стали «своим среди чужих»?**

– В целом, люди на Западе и, в частности, в немецкоговорящих странах, очень дистанцированы и закрыты. Контакт налаживается очень долгое время. Это один из нюансов, который всегда надо учитывать, и стараться не стремиться туда, куда тебя не допускают. В то же время – пытаться использовать те качества, которые есть в нашей культуре, т. е. показать определенную открытость и постараться дать людям то, чего нет у них. Наверное, за счет соблюдения этого баланса и получа-

ется, что тебя допускают к внутренним сторонам жизни, куда чужакам путь закрыт.

**– Что Вы посоветуете желающим выстраивать карьеру на Западе, а не в России?**

– В первую очередь, надо помнить, что нас нигде не ждут! Это одно из основных заблуждений приезжающих за границу. Во-вторых, везде хорошо, где нас нет – и это правда. Есть хорошие стороны в российской жизни, много их и здесь, но в любой стране одновременно присутствуют свои специфические проблемы. И, конечно, живя в другой стране, необходимо придерживаться определенных правил, которые лежат в ее культуре, чтобы не вызывать раздражения у местного населения. Например, если люди в воскресенье не делают домашнюю работу – это нехороший тон, то придется укоренять такую привычку и в своей семье. Традиции не зря ведь создавались веками. **мс**



## \* Справка:

*Экспат (англ. expat, происходит от лат. ex patria «вне родины») – термин для обозначения специалистов, работающих за рубежом.*



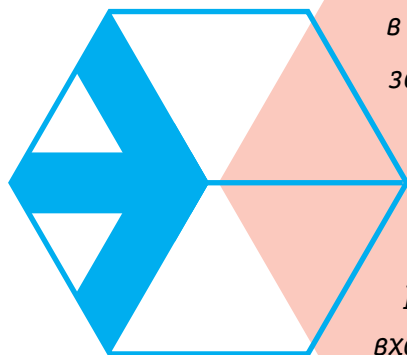
Гость:

**Дамиан Лопес,**  
генеральный директор  
компании Иноксрус  
(Группа Инохра, Испания)



Беседовала:

**Екатерина Сомова**



**Дамиан Лопес** родился в 1968 году в Испании, в городе Картахена. По образованию инженер. Живет в Петербурге, где занимает должность генерального директора компании **«Иноксрус»**, входящей в Группу Инохра, – поставщика оборудования для пищевого сектора.

«Однажды в налоговой инспекции мне задают вопрос: «И где наша прибыль?» Я удивленно переспрашиваю: «Чья прибыль?» Система давно поменялась, а сознание у чиновников осталось прежним».

# Вначале был шок

## – Расскажите, как Вы оказались в России?

– Во-первых, моя жена – русская. А во-вторых, так случилось, что мне поступило интересное предложение от компании «Чупа-чупс». Таким образом, личные и профессиональные интересы совпали, и я решил попробовать.

В России я часто бывал и раньше – вместе с женой. Правда, проводить в стране отпуск и жить там постоянно – совершенно разные вещи, но в целом, я знал, куда еду.

## – Не жалеете, что покинули родину ради работы в другой стране?

– Я приехал в Россию 14 лет назад молодым и энергичным. Все было очень интересно! Хотя, конечно, трудности тоже были, особенно в первые один-два года.

Самые большие сложности в период адаптации оказались связаны с языком и профессиональным подходом. В компании – я говорю про «Чупа-Чупс» – работали люди с совершенно другим менталитетом. Кроме того, необходимо было учитывать нюансы законодательства страны, таможенные

правила, принципы взаимодействия с налоговой инспекцией – все это было очень сложно. Можно даже сказать, что вначале у меня был шок!

## – Что Вам помогало, давало силы идти дальше?

– Терпение, терпение и еще раз терпение! И подход. Есть иностранцы, которые думают, что в России надо делать бизнес так же, как они его делают в своей стране. А это неправильно. В каждой стране своя специфика. Сначала надо все понять про страну и только потом начинать работать.

## – В чем заключается специфика российского бизнеса?

– Русский бизнес стремителен – здесь все хотят получить прибыль быстро и легко. Как это делается? Люди не платят налоги, используют «серые» схемы на таможне. За счет этого получается, что конкуренция на рынке не ясна – каждый использует свои каналы. А мы, как иностранцы, обязаны работать по правилам, что здесь очень сложно.

## – А какие положительные аспекты Вы можете назвать?

– Российский рынок очень большой, здесь много возможностей для роста. И хотя иностранцы не всегда могут быстро понять, как делать бизнес в России, это в то же время дает преимущества тем, кто давно живет и работает в стране.

## – Российский бизнес нуждается в иностранных специалистах?

– Я считаю, что здесь достаточно квалифицированный персонал, а вот конкретные технологии зачастую требу-

*«В России основной риск – попасть в бюрократический круг. И, конечно, коррупция. Здесь за все надо платить, чтобы быть успешным».*



ют внешнего участия. Специалисты в России очень быстро понимают, что надо делать, они реагируют на ситуацию мгновенно. Здесь все происходит очень быстро! При необходимости русские сотрудники компаний готовы выучить и одно, и другое, и третье.

В России надо строить долгосрочный бизнес, работать профессионально и понимать, что такое качество.

**– Случалось ли Вам сталкиваться с анекдотичными ситуациями, связанными с местной культурой?**

– Однажды в налоговой инспекции, куда меня вызвали, мне задают вопрос: «И где наша прибыль?» Причем, это было как раз в период кризиса, когда компания несла убытки. Я удивленно переспрашиваю: «Чья прибыль?» Система давно поменялась, деньги не государственные, а частные, но сознание у чиновников осталось прежним.

**– Вести бизнес в Европе проще?**

– Я уже давно не думаю об этом! Когда-то я рассчитывал, что проживу в России три года, пока действу-

Имя, Фамилия:  
Дамиан Лопес

Дата рождения:  
11 марта 1968

Место рождения:  
г. Картахена, Испания

Место проживания:  
г. Санкт-Петербург, Россия

Образование:  
инженер

Место работы, должность:  
генеральный директор  
компании Иноксрус  
(Группа Инохра, Испания) –  
поставщика оборудования  
для пищевого сектора

Опыт работы:  
генеральный директор  
компании Chupa Chups

Семейное положение:  
женат, воспитывает  
двух сыновей

Увлечения и интересы:  
спорт

ет контракт. Прошло 15 лет, а я все еще здесь!

Но могу сказать, что сейчас начинать **новый бизнес** в Европе очень сложно – конкуренция огромная! А российский рынок открывает перед предпринимателями массу возможностей. Основной путь развития – это экспорт, значит, **нужно искать новые рынки сбыта**. Поэтому европейские компании стремятся попасть на рынок России, потенциал которого далеко не исчерпан.

**– Что бы Вы посоветовали иностранцам, которые задумываются о ведении бизнеса в России?**

– Прежде всего, надо понимать, что тот бизнес, в котором есть потенциал и возможности, имеет свои риски! В России основной риск – попасть в бюрократический круг. И, конечно, коррупция. Здесь за все надо платить, чтобы быть успешным. Но я считаю, что если донести до европейцев принципы ведения бизнеса в России, чтобы они не пытались применить свою родную схему, а работали так, как принято в стране, – их ждет успех. **МС**

## ТС против европейских молочников

Таможенный союз может ввести санкции против европейских поставщиков молочной продукции, сообщает пресс-служба Россельхознадзора РФ.



В частности, может быть пересмотрен список компаний, которые имеют право на поставку продуктов в страны Таможенного союза. К таким выводам пришли ветеринарные службы ТС в ходе встречи с генеральным директором по здравоохранению и защите потребителя Комиссии европейских содружеств.

По данным российского ведомства, в настоящее время свои продукты в страны Таможенного союза поставляют 4 937 европейских компаний. При этом около 90% из них были аттестованы под гарантии национальных ветеринарных служб стран-поставщиков, без проверки со стороны компетентных служб стран-импортеров.

«Итоги государственного мониторинга поставляемой этими предприятиями продукции на безопасность, как и инспекционные проверки, показали формальный характер таких гарантий. В этой связи не исключена возможность пересмотра списка предприятий европейских стран, имеющих право поставки продукции на территорию ТС», – говорится в сообщении Россельхознадзора.



В частности, в прошлом году у Роспотребнадзора возникли вопросы к производителю популярных в России плавяных сыров Valio. При производстве продукции, по словам главы Роспотребнадзора Геннадия Онищенко, используют экзотические масла, вызывающие претензии у надзорного органа. В чем конкретно заключаются претензии, в ведомстве не уточнили.

В середине июля 2010 года Россельхознадзор ввел временные ограничения на поставку продукции с 14 мясоперерабатывающих и молочных предприятий Финляндии. От санкций пострадали шесть из 15 финских заводов Valio. Запрет сняли 6 августа.

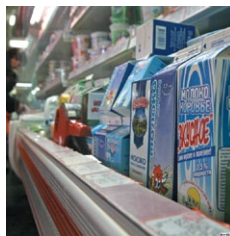
В результате неудовлетворительных итогов проверок существующие списки могут быть пересмотрены, а новые будут создаваться лишь на основе положительного за-

ключения после соответствующих инспекционных проверок.

Кроме того, ветеринарные службы стран-участниц ТС выразили обеспокоенность сохраняющимся диспаритетом в двусторонней торговле поднадзорной продукцией между Таможенным и Европейским союзами. Так, после неоднократных инспекций право поставки поднадзорной продукции на территорию стран ЕС не было предоставлено ни одному белорусскому или казахстанскому предприятиям, а в отношении российских предприятий такое право предоставлено лишь девяти компаниям по выработке молочной продукции и одному производителю оленины.

Также на встрече обсуждались вопросы введения единых ветеринарных сертификатов на все виды поднадзорной продукции, которые импортируются в страны Таможенного союза из третьих стран. Соответствующие сертификаты должны быть согласованы до 1 апреля текущего года. Полный переход на единые сертификаты состоится с 1 января 2012 года.

BFM.RU



## Продажи растут

Российский рынок молочной продукции имеет положительную динамику – его объем в 2009 году в пересчете на молоко увеличился на 1,4 млн тонн.

Что касается розничных продаж, то по сравнению с 2008 годом показатель увеличился на 38%. Темп роста продаж молочной продукции, таким образом, сохранился на уровне 2008 года.

Тенденция роста объема розничных продаж наблюдается уже на протяжении всего последнего десятилетия, и ежегодно рост объема составляет в среднем 14-23%. В первом полугодии 2010 года объем розничных продаж вырос относительно показателя за аналогичный период 2009 года на 16%. Среди регионов России по розничным продажам молокосодержащих продуктов лидируют Москва, Московская область и Санкт-Петербург.

Около 2/3 объема розничных продаж составляет цельномолочная продукция (все виды питьевого молока, сливки, сметана, кисломолочные напитки и пр.). Далее следуют сыры, сливочное масло, мороженое и мороженые десерты. На молочные консервы приходится

чуть более 2% в структуре розничных продаж молочной продукции.

RBC. Исследования рынков



## Эффективная защита потребителей

Управление Роспотребнадзора по г. Санкт-Петербургу официально поддержало предложения Санкт-Петербургской общественной организации потребителей «Общественный контроль» по внесению изменений в ФЗ №2300-1 от 07.02.1992 г. «О защите прав потребителей» и направило их в адрес городского Законодательного Собрания для подготовки законопроекта.

Изменения в закон направлены на повышение эффективности деятельности общественных объединений потребителей в сфере защиты прав неопределенного круга лиц. В частности, федеральный орган поддержал предложение по внесению изменений в ст. 17 Закона, согласно которому закрепляется право общественного объединения потребителей обращаться с иском в заявлением в суд по месту своего нахождения.

Сегодня ст. 17 Закона предоставляет такое право только потребителю – физическому лицу. Однако если общественная организация имеет намерение защитить петербуржцев, например, от фальсифицированных молочных консервов «Молоко цельное сгущенное с сахаром», изготовленных в Орловской области или Краснодарском крае, или рыбных консервов, изготовленных в Калининградской области или на Сахалине, она вынуждена обращаться с иском в заявлением по месту нахождения ответчика (ст.28 ГПК). И это несмотря на то, что нарушаются права граждан, проживающих на территории Санкт-Петербурга. В результате общественные организации потребителей вынуждены сосредотачивать свои силы на местных изготовителях, в то время как иногородние компании-нарушители уходят от ответственности.

Также Управление Роспотребнадзора по г. Санкт-Петербургу поддержало предложение о закреплении в указанном законе нормы, согласно которой суд в случае удовлетворения иска общественной организацией потребителей в защиту прав неопределенного

круга лиц обязан наложить штраф на нарушителя – физическое лицо – в размере от 30 тыс. до 50 тыс. рублей, юридическое лицо – в размере от пятисот тысяч до одного миллиона рублей, причем 50% от суммы наложенного штрафа на физическое лицо, и 25% от суммы наложенного штрафа на юридическое лицо перечисляется общественной организации.

Указанная норма (о перечислении 50% штрафа) содержится в ст. 13 указанного закона, которая закрепляет обязанность суда взыскивать штраф в размере 50% от суммы иска в защиту интересов потребителя (физического лица), причем 50% от взысканного штрафа согласно ст. 13 перечисляется общественной организации.

По мнению Всеволода Вишневецкого, председателя СПб ООП «Общественный контроль», законодательное закрепление этих норм позволило бы общественным организациям с одной стороны более эффективно отстаивать в судах интересы потребителей, получая за это заслуженное вознаграждение, с другой – повысило ответственность бизнеса.

Пресс-служба СПб ООП «Общественный контроль»

## ИКАР: оценка молочного рынка

Поголовье молочного скота в России сократилось более чем на 2,5%, в том числе в личных подсобных хозяйствах населения сокращение составило почти 4%, а в некоторых регионах более 10%.

По официальным предварительным оценкам, в 2010 году всеми категориями хозяйств произведено 32 млн тонн молока, что на 2,5% меньше, чем в 2009 году.

По оценке ИКАР, годовой прирост индекса цен на сырое молоко составил 35%, на молоко высшего сорта – более 47%. Отпускные цены переработчиков выросли на 7-30% в зависимости от вида молочной продукции. Но уже с ноября 2010 года производители заметили падение покупательской способности и начали снижать цены. Многие мелкие и средние компании были вынуждены отказаться от производства нерентабельной продук-



ции, особенно это касается сливочного масла и сыров.

Выросли поставки импортной молочной продукции, в т. ч. из республики Беларусь. Например, поставки сухого молока в Россию увеличились более чем в 2,5 раза, при этом поставки сухого молока из Беларуси выросли всего на 40%, а из остальных стран – в 14,5 раз.

В январе-марте 2011 года ситуация в молочном животноводстве будет оставаться сложной и характеризоваться проблемами с кормами, сокращением поголовья, низкими надоями и ростом цен на сырое молоко.

Агентство INFOLine

## Украина и мир

На мировом рынке молокопродуктов наблюдается стабильное восстановление спроса, характеризующегося ростом закупочных цен, как на молочное сырье, так и на готовые продукты.



В частности, на последнем Глобальном молочном аукционе (GDT) 18 января был зафиксирован средний рост цен на основные молочные продукты, торгуемые которыми ведется на международных рынках, на 1,2% по контрактам на март-сентябрь 2011 года. Правда, данный рост менее существенен, чем прошлогодний на уровне 7,1%.

Об этом говорится в презентации эксперта аграрных рынков Ассоциации «Украинский клуб аграрного бизнеса» (УКАБ) Инны Ильенко «Текущая ситуация и перспективы производства молока в Украине: вызовы и возможности», которая была представлена в рамках Голландско-украинского форума по агробизнесу на выставке «ИнтерАгро-2011».

«Восстановление спроса на мировых рынках подтверждает рост цен на молочное сырье в конце 2010 года от 13% в США и 19% в ЕС до более чем 29% в Новой Зеландии по сравнению с соответствующим периодом 2009 года, – констатирует Инна Ильенко. – При этом рост производства молока как в Европе, так и других частях мира не в состоянии удовлетворить растущий спрос».

Зато, как сообщают в УКАБ, ежегодное снижение производства молока в целом по Украине за последние 4 года составило 4% и варьировалось от 1% до 8%, происходя в основном за счет сектора личных крестьянских хозяйств.

При этом относительно стабильный спрос со стороны молокоперерабатывающих компаний создает потенциал к наращиванию производства молока для сельхозпредприятий минимум на 5% ежегодно.

Правда, в отличие от мировых тенденций закупочные цены на молоко, например, высшего сорта в Украине в течение последнего квартала 2010 года снизились с 4,20 грн. за кг до 3,70 грн./кг. Коррекция цен связана с их чрезмерным ростом в августе-сентябре, когда закупочные цены на молоко в Украине превысили европейский уровень, а готовая молочная продукция стала терять конкурентоспособность и спрос.

IA DairyNews

## АПК Ленобласти получит 1,7 млрд

В 2011 году общая сумма субсидий АПК Ленинградской области из федерального бюджета составит более 1,7 млрд рублей.

Об этом сообщили в Департаменте информационной политики правительства региона. Средства из федерального бюджета будут выделены в рамках соглашения о софинансировании мероприятий государственной программы «Развитие сельского хозяйства на 2011 год», подписанного в Москве губернатором области Валерием Сердюковым и министром сельского хозяйства России Еленой Скрынник.



Средства на развитие АПК будут освоены полностью и с максимальной эффективностью, пообещал Валерий Сердюков в ходе встречи. «Важно, что соглашение о финансировании заключается в январе, это позволит привлечь достаточное количество ресурсов для проведения весенних полевых работ в лучшие сроки», – подчеркнул он.

Напомним, государственная программа «Развитие сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции» предполагает совместное финансирование АПК федеральным центром и регионами. В частности, в 2011 году на поддержку областного агропрома из бюджета Ленинградской области планируется выделить почти 475 млн рублей. На поддержку региональных сельхозпроизводителей по направлениям, не вошедшим в госпрограмму, в об-

ластном бюджете предусмотрено еще более 900 млн рублей, сообщает пресс-служба областного правительства.

На сегодняшний день Ленинградской области – крупнейший производитель сельскохозяйственной продукции в Северо-Западном федеральном округе. По предварительным данным, в 2010 году в регионе произведено 547,2 тысяч тонн молока, 231,4 тысяч тонн мяса, 2,63 млрд яиц, 79,2 тысяч тонн зерновых.

meatmarket.info



## Аграрии увязли в лизинге

Министерство сельского хозяйства Ставропольского края обнародовало на своем официальном сайте перечень агрофирм, которые приобретали сельхозтехнику по программе краевого лизинга и имеют просрочку по платежам.

В «черный список» попали более 90 должников. Растут долги аграриев и по федеральному лизингу. Власти и сами лизинговые операторы отмечают, что «проблемы накапливаются», но ужесточать позицию по отношению к должникам пока не намерены. Единственно уместный подход в нынешних условиях – это реструктуризация долгов, полагают эксперты.

В краевой «проблемный» перечень вошли крестьянско-фермерские хозяйства, кооперативы, сельхозпредприятия и перерабатывающие комплексы. У них разный размер задолженности – от нескольких тысяч до миллионов рублей. Общий долг агрохозяйств перед двумя операторами, работавшими по краевому лизингу, – «Югпром» и «Ставропольагропром-



снаб» – а следовательно, и перед бюджетом, превышает 31,1 млн рублей. Лизинговые операторы закупили технику за счет средств края, возвращая их в бюджет по мере выполнения заемщиками своих обяза-

тельств. Как сообщили в Югпроме, компания заключила госконтракт с минсельхозом в последний год действия краевой программы – в 2007 году, в течение которого передала оборудование в лизинг 105 заемщикам на сумму более 120 млн рублей. Лизингополучатели должны были погасить задолженность в течение пяти лет, однако, по словам представителя «Югпрома», с начала 2010 года просрочка «значительно выросла». В опубликованном перечне значится 29 нарушивших договорные условия контрагентов, 17 из них были включены по итогам предыдущего года.

«Основные трудности, на которые ссылаются хозяйства по 2009 году, – низкие закупочные цены и высокие расходы на ГСМ, удобрения, по 2010 году – запрет на экспорт зерновых. В договорах прописаны различные санкции при нарушении заемщиком сроков оплаты, в том числе возможность их расторжения и изъятия техники, однако такие случаи единичны, стараемся этого избежать», – говорит представитель лизинговой компании.

В краевом минсельхозе заявляют, что ситуация «контролируется». «Есть постановление правительства края, по которому агрофирмы-должники не могут претендовать на субсидии, есть ежеквартальные «балансовые» планерки в министерстве с участием операторов и должников, где обсуждается возможность погашения или реструктуризации. Есть рычаги воздействия и у самих операторов, этого вполне достаточно», – считает первый заместитель министра Александр Мартычев.

По мнению экспертов в текущем году рост задолженности по лизинговым программам продолжится. Главный экономист УК «Финам Менеджмент» Александр Осин связывает это в том числе с неэффективностью системы поддержки предприятий отрасли. «При средней рентабельности АПК в 5-10% и при зависимости выручки, к примеру, производителей пшеницы от погодных условий в 60-70%, ставки, даже с учетом госсубсидий в 5-7% годовых, означают для сельскохозяйственной отрасли дальнейшее затягивание долговой петли», – отмечает эксперт.

Коммерсант

## Импортное молоко в РФ

Несмотря на достаточно большие объемы производства молока – по этому показателю Россия занимает чуть меньше 5% мирового рынка, на российском рынке присутствует около 16% импортной продукции.

Согласно исследованию, проведенному компанией GLOBAL REACH CONSULTING, промежуточные итоги 2010 года показывают,

что импорт молока и молочной продукции растет как в натуральном, так и стоимостном выражении.

Крупнейшим поставщиком молочной продукции (за исключением сыровотки) на российский рынок является Беларусь. Особенно велика ее доля в импорте сгущенных сливок и молока (в том числе сухого), несгущенных сливок и молока без добавления сахара. Импорт молочной продукции из Белоруссии в 2010 году увеличился. В республике производство молока пострадало от засухи не так сильно, как в России и Казахстане.

Структура формирования ресурсов молочной промышленности России в 2010 году не претерпит значительных изменений. По итогам года соотношение отечественной и импортной продукции на российском рынке сохранится.

*РБК-Исследования рынков*

### На Алтае построят 100 ферм

В Алтайском крае в 2011-2014 гг. планируется реализовать региональную целевую программу по строительству и модернизации 100 молочных и 100 мясных ферм.

Как сообщили в администрации региона, осуществление проекта позволит нарастить объемы производства молока, мяса, а также увеличить потребление зерна. По словам губернатора края Александра Карлина, новые молочные и мясные мощности, оснащенные современными технологиями и оборудованием, появятся во всех районах Алтая.

На данный момент об участии в проекте заявили 118 сельскохозяйственных предприятий всех форм собственности, в том числе 66 сельхозпредприятий, 52 крестьянско-фермерских хозяйств и индивидуальных предпринимателей, и прием заявок продолжается. Всего по краю заявлено на строительство и реконструкцию 66 объектов на 15,8 тыс. мест по молочному скотоводству и 53 объекта на 13 тыс. мест по мясному скотоводству.



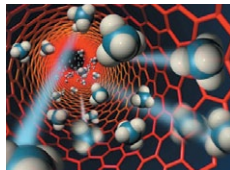
По данным администрации региона, государственная поддержка участников программы предусматривается в виде компенсации процентной ставки по привлекаемым кредитам, а также части затрат на приобретение племенного молодняка для новых и реконструированных комплексов и ферм.

В настоящее время на Алтае в стадии строительства находятся новые животноводческие комплексы общей стоимостью 13,5 млрд рублей.

*РБК*

### Нанотехнологии – в животноводство!

Новое перспективное направление систематизировали ученые Татарского НИИ сельского хозяйства совместно с коллегами из Казанской государственной академии ветеринарной медицины им. Н. Баумана.



В развитии молочного скотоводства в республике лежал селекционный метод. Ученые пошли дальше, углубили его до уровня ДНК, или, как они говорят, генов-маркеров. После того, как была расшифрована последовательность ДНК крупного рогатого скота, стало возможным установить, какие гены отвечают за различные качественные характеристики животного: молочную продуктивность, содержание белка в молоке, устойчивость к заболеваниям. Зная различные генетические маркеры, можно сразу определить, сможет ли данное животное передать потомству нужные качества. Сразу же после рождения теленка по крови можно определить его потенциальные возможности. Если они достаточно высоки, животное будут выращивать для дальнейшей племенной работы, если низкие – молодяка КРС определят в совсем иное стадо.

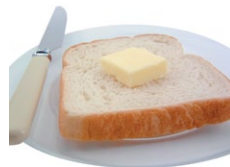
На первом этапе новое направление планируется внедрить на племенных заводах Татарстана, где занимаются молочным скотоводством. Одновременно ученые смогут принимать заявки на генетическое обследование скота от крупных животноводческих комплексов республики. В конечном итоге исследования на уровне ДНК КРС должны заметно сказаться на продуктивности дойного стада.

*agronews.ru*

### Потребление маргарина в России

Потребление маргарина в России выросло на 26% с 2007 года. Это связано с популярностью здорового питания, изменением культуры потребления и невысокой ценой, что привело к тому, что маргарин стали покупать даже те, кто раньше этого не делал, объясняют в компании «Продсервис».

В 2007 году, на который пришлось начало экономического кри-



зиса, рост спроса на маргарин обуславливался преимущественно его невысокой ценой, по сравнению со сливочным маслом. С постепенным улучшением ситуации в стране и ростом потребительских предпочтений здоровому питанию маргарин стал все чаще употребляться россиянами. Специалисты «Продсервис» отмечают, что в состав маргарина входят сбалансированные компоненты жиров растительного и животного происхождения, в нем низкое содержание холестерина и пониженная жирность. Это обуславливает положительное влияние маргарина на организм человека по сравнению со сливочным маслом.

Но культура потребления сливочного масла и негативный образ маргарина, сложившийся в прошлом веке, будут удерживать маргарин на второй позиции еще некоторое время. На сегодняшний день его потребление стабильно растет. Это связано с особенностями рынка масложировой продукции, который имеет сезонный характер. Осень и зима всегда отмечаются всплеском потребительского спроса и наполненностью рынка. Но проблема сезонности перестанет существовать с повсеместностью супермаркетов, в которых условия хранения продукта позволяют удовлетворять потребительский спрос в любое время года.

*foodnewsweek.ru*



**Великобритания:** В Британский парламент были внесены предложения, в случае принятия которых жизнь коров Великобритании может существенно ухудшиться. По словам члена парламента и активного противника нового закона Зака Голдсмита, теперь коровам придется каждый день давать по 33 литра молока каждой, что на 5 литров больше, чем средний уровень по стране. При этом чтобы добиться увеличения удоюв, авторы закона предлагают внедрить новые «формы содержания» коров. Предлагается, в частности, разбить первую часть коров (всего 8 000) на отдельные «подгруппы» по 450 буренок в каждой. Для каждой коровы будет отведено не более 8,3 квадратных футов площади из смеси навоза и песка. Это также значительно меньше, чем ранее действовавшие ограничения.

Голдсмит и другие противники проекта считают, что молоко, полученное от содержащихся подобным образом коров, будет «тенью по

сравнению с молоком, пасущихся на пастбище особой». Вряд ли можно будет в очередной раз увеличить производительность и сохранить полезность и питательность продукта.

Отметим, что за последние 30 лет правительство уже удвоило количество производимого в Британии молока – с примерно 12-13 литров в день с одной коровы до 28-30, а теперь и до 33 литров.

*emeat.ru*



**США:** В течение последних семи лет в США растет производство молока. Незначительный спад был отмечен только в 2009 году. Неблагоприятным для отрасли было и начало 2010 года, однако уже с марта объемы молочного производства в стране стали увеличиваться. В целом, прирост за семь лет составил более 13%.

По оценке представителей National Agricultural Statistics Service, в минувшем году в США произвели более 87,4 млн тонн молока. При этом более двух третей приходится на западные штаты. Отмечается существенный рост доли крупных компаний, а мелкие хозяйства разоряются и уходят с рынка. В целом, количество молочных коров в стране за последние 20 лет значительно уменьшилось, но за счет повышения продуктивности стада показатель производства молока на душу населения растет.

*rosinvest.com*

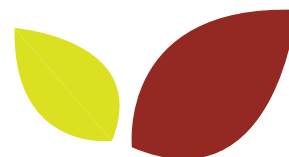


**Австралия:** Австралийские супермаркеты могут ввязаться в молочную войну, которая оказалась очень реальной после объявления торговой сетью Woolworths о своем обязательстве выплачивать бонусы наличными молочным фермерам.

Представители Woolworths пообещали 5 центов за каждый проданный литр молока, чтобы поддержать фермеров пострадавшего от наводнения Квинсленда. Этот шаг, в свою очередь, был объявлен представителями конкурирующей торговой сети Coles «циничным проявлением пиара». Ведь не считая убытков из-за стихийного бедствия, молочные фермеры недавно получили еще один удар, когда супермаркеты резко сократили закупочные цены на молоко. Президент Квинслендской Ассоциации молочных фермеров Брайан Тессман заявил: «Масштаб наводнения является беспрецедентным. Потребуется несколько лет, чтобы фермеры смогли восстановить свое хозяйство». Тем не менее, он похвалил торговую сеть Woolworths за ее инициативу.

*potrebiteli.ru*

Бакалея  
Напитки  
Чай и Кофе  
Мясо и птица  
Фрукты и овощи  
Молочная продукция  
Рыба и морепродукты  
Кондитерские изделия  
Масложировая продукция  
Замороженные продукты

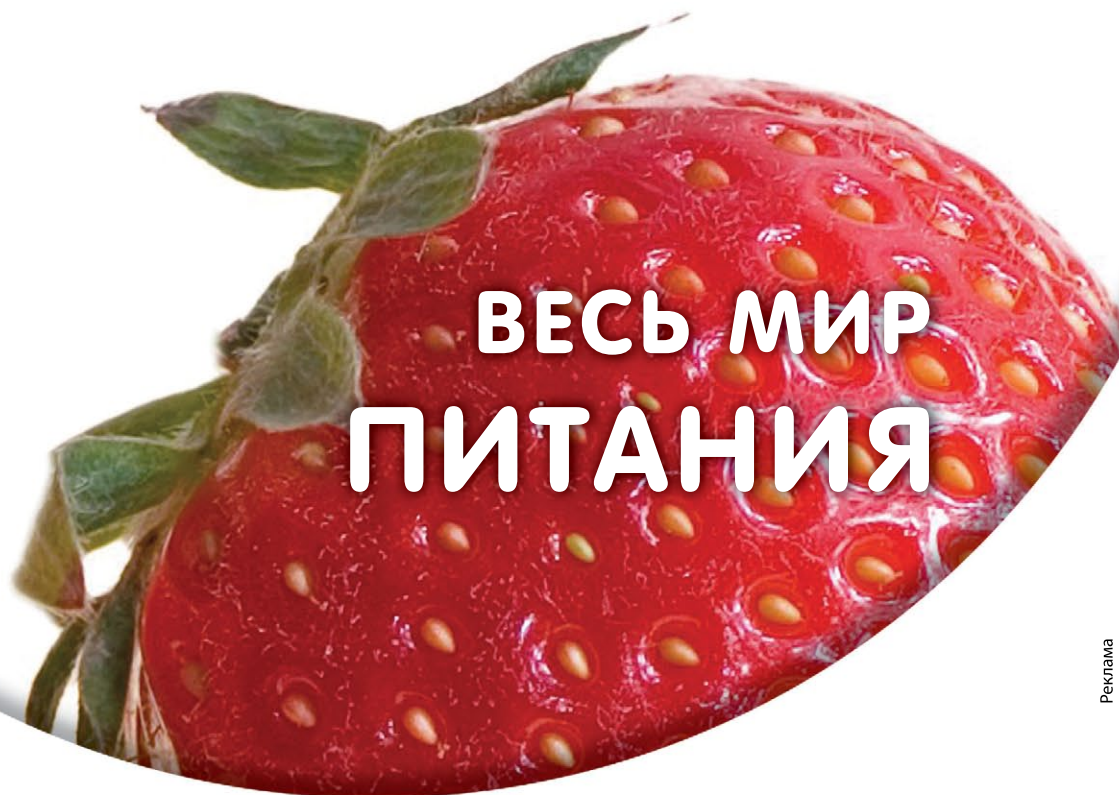


# worldfood

Основана в 1992 году

**MOSCOW**

20-я Международная выставка  
продуктов питания и напитков



## ВСЕЬ МИР ПИТАНИЯ

Реклама

### 20-я Юбилейная

Свыше 1 300 участников  
Продукты из 55 стран  
Свыше 50 000 посещений



**13 - 16**  
сентября 2011

Москва  
ЦВК «Экспоцентр»

По вопросам участия обращайтесь:



**ITE LLC Moscow**

Тел.: +7 (495) 935 7350

E-mail: worldfood@ite-expo.ru

[www.world-food.ru](http://www.world-food.ru)



Author:



**Svetlana Fyodorova,**  
Chief Executive of the Express-Obzor Company

# Successful Year for Quark Market

*In the Russian market, quark and quark products occupy a substantially smaller share than cheeses. Nevertheless, the growth of the quark market over the recent years has been outpacing the growth of the cheese market.*

Автор: **Светлана Федорова,**  
генеральный директор «Экспресс-Обзор»

## Удачный год творожного рынка

Творог и творожные продукты на российском рынке занимают существенно меньшую долю, чем сыры. Тем не менее, рост рынка творога в последние годы опережает темпы роста сырного рынка.

При этом если в 2009 году было отмечено небольшое сокращение потребления сыров вследствие кризиса, то рынок творога, наоборот, вырос почти на 10%. Таким образом, можно отметить характерное для данного периода поведение потребителей в отношении молочной группы товаров: произошло смещение спроса в сторону более дешевых продуктов, снизилась доля сыра в потребительской корзине за счет увеличения сегмента творога и творожных изделий.

Moreover, meanwhile in 2009, there was recorded a slight reduction in the consumption of cheeses due to the crisis, the quark market, by contrast, grew by almost 10%. Thus, at this time typical consumer behaviour can be pointed out when speaking about dairy products: there was a shift in demand towards cheaper products and the share of cheese in the consumer basket dropped due to the increased segment of quark and quark products.

It is worth noting that the segment 'quark' is composed of two subsegments: quark per se and quark products. In this article, we are going to talk about the latter ones. Since quark takes up a fair share, namely 93%, we address the whole segment as 'quark'. When looking at the dynamics of the segment of quark and quark products, we can see that the latter ones gradually win back positions. However, its share is at this moment so small that it is too early to talk about serious competition.

Необходимо отметить, что сегмент «творог» состоит из двух подсегментов: непосредственно творога и творожных продуктов. Здесь и далее речь идет именно о них. Поскольку творог занимает большую долю, а именно 93%, то и весь сегмент мы называем «творог». Если посмотреть на динамику сегмента творога и творожной продукции, то видно, что последняя постепенно отыгрывает позиции. Однако на текущий момент ее доля настолько мала, что пока рано говорить о серьезной конкуренции.

Прошедший 2010 год был очень удачным для рынка творога: в каждом из кварталов объем производства в целом по России рос не менее чем на 40% по отношению к тому же периоду 2009 года.

Таким образом, за 3 квартала 2010 года было произведено больше творога, чем за весь 2009 год.

В 2009 году отмечено падение темпов прироста в Южном (-8,4%) и Северо-Западном федеральных округах (-7,8%). Благодаря тому, что большая часть федеральных округов показала увеличение темпов прироста в 2009 году по сравнению с 2008 годом, произошел рост производства по России в целом: 9,6%. Наиболее значительным он оказался в Приволжском ФО, составив 24,2%.

Лидер по итогам первых трех кварталов прошлого года – Центральный ФО, где производится 39,7% всего российского творога. Второе место по этому показателю занимает Приволжский ФО (21,5%), третье – Южный ФО (11,9%). В третьем

In 2009, a decline in growth rate has been recorded in the South (-8.4%) and the North-West Federal Districts (-7.8%). Due to the fact that the majority of federal districts showed an increase in growth rate in 2009 compared to 2008, there was a growth in production in Russia in general (+9.6%). The Volga Federal District presented it with utmost clarity, accounting for 24.2%.

Summarizing the results of the first three quarters of last year, the leader proves to be the Central Federal District producing 39.7% of all Russian quark. The second place judging by this indicator is taken by the Volga Federal District (21.5%). The top three are rounded out by the Southern Federal District (11.9%). In the third quarter of 2010, all districts increased the production volume compared to the corresponding period in 2009. The highest growth was realized in the Southern Federal District (+122.5%), meanwhile the lowest one was recorded in the Far Eastern Federal District (+5.1%).

Currently the largest number of market participants belongs to the Central Federal District. Key producers are concentrated in Moscow and Moscow region (55%). The third place is taken by the Kaluga Region (5.1%). During the 3rd quarter of 2010, the Vladimir region used to be among the top three quark producers in the Central Federal District, however, at the end of the first three quarters, it resulted merely in the sixth place.

When it comes to prices, after the year 2007 had witnessed a sharp rise in the prime cost of the product, by the year 2009, it seemed practical to talk about the price fixation for quark and quark products. However, in 2011, quark, as well as all dairy products, will rise in price significantly. We will feel the effects of the abnormally hot summer which has resulted in drought. According to experts, a marked increase in feed prices and general inflationary pressures will lead to a 20% increase in milk prices. This will accordingly affect the prime cost of quark production.

Import and export ratios in the quark market are small but the year 2010 has seen certain changes in foreign trade activity. In the 3rd quarter, the import of quark to Russia in-

квартале 2010 года все области нарастили объемы производства продукта по сравнению с аналогичным периодом 2009 года. Наибольший рост отмечен в Южном ФО (+122,5%), а наименьший – в Дальневосточном ФО (+5,1%).

Наиболее насыщенным по количеству участников рынка является сегодня Центральный федеральный округ. Основные производители сконцентрированы в Москве и Московской области (55%). На третьем месте находится Калужская область (5,1%). А Владимирская область, которая в третьем квартале 2010 года входила в тройку лидеров по производству творога в ЦФО, занимает по итогам трех кварталов лишь шестое место.

Что касается цен, то после резкого роста себестоимости продукта в 2007 году, к 2009 году стало возможно говорить о фиксации цен на творог и творожные изделия. Однако в 2011 году творог, как и вся молочная продукция, заметно подорожает. Мы ощутим последствия аномально жаркого лета, обернувшегося засухой. Заметный рост цен на корма, а также общие инфляционные процессы приведут, по оценкам экспертов,

**Chart 1. Changes in the Structure of Quark Production in Russia in Kind.**

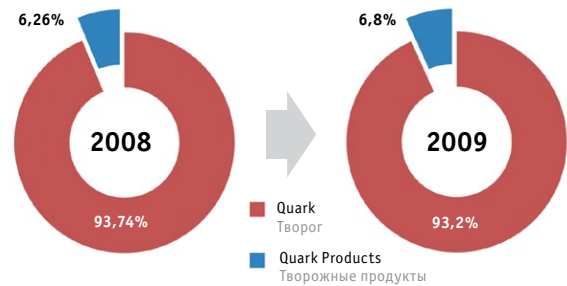


Рис. 1. Изменение структуры производства творога в России в натуральном выражении, %.

**Chart 2. Structure of Quark Production in Terms of Federal Districts in Kind, 1st-3rd quarters, 2010.**

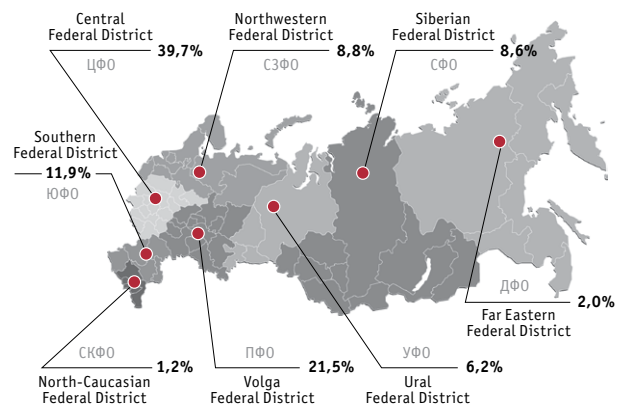


Рис. 2. Структура производства творога по федеральным округам в натуральном выражении, 1-III кв. 2010 г., тыс. т. %.

**Chart 3. Changes in the Structure of Quark Production in the Central Federal District, 2009 – 1-3 quarters 2010.**

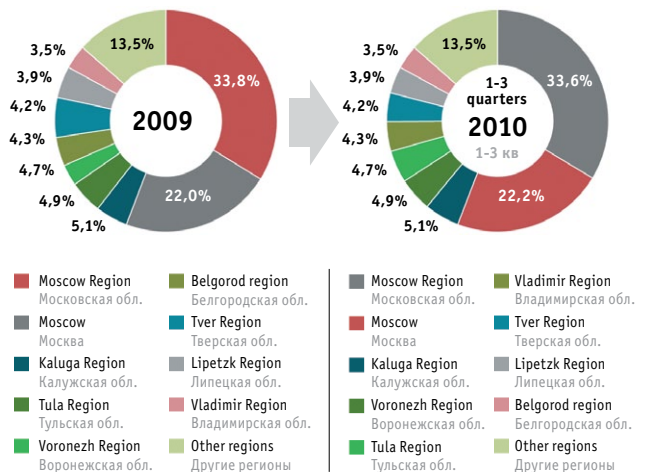
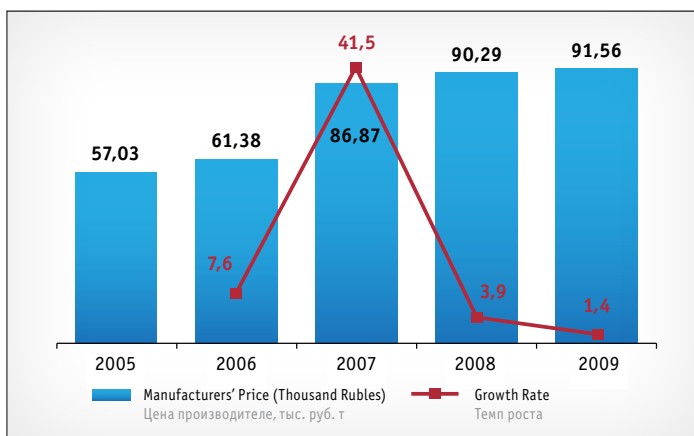


Рис. 3. Изменение структуры производства творога в ЦФО, 2009 – 1-3 кв. 2010 гг., %.

creased by more than a third. The share of imported products in the domestic market is small and amounts to 2% in kind. However, a different picture is characteristic of the export ratio: the decrease of its volume in the 3rd quarter of last year amounted to 35.5%.

Speaking about the development of the market, we can distinguish such an easily conceivable indicator as per capita consumption. Meanwhile in 2005, quark accounted for less than 2 kg per capita per year in Russia, this indicator has since then exceeded 3 kg. According to the forecasts of the Express-Obzor Company, over the next 5 years - from 2010 till 2014 – quark market will grow by almost 60% compared to the volume in 2009. **ms**



**Chart 4. Manufacturers' Prices for Quark, 2005-2009.**

**Рис. 4. Цены производителей на творог, 2005-2009 гг., тыс. руб./т.**

к 20%-ному росту цен на молоко. Это, соответственно, скажется на себестоимости производства творога.

Доли экспорта и импорта на рынке творога незначительны, однако в 2010 году во внешнеторговой деятельности можно отметить некоторые изменения. В III квартале импорт творога в Россию увеличился более чем на треть. Доля импортной продукции на рынке страны мала и составляет 2% в натуральном выражении. А вот для экспорта характерна другая картина: снижение его объема в III квартале прошлого года составило 35,5%.

Говоря о развитии рынка, можно выделить такой легковоспринимаемый показатель, как среднелюдное потребление. Если в 2005 году на одного жителя России приходилось менее 2 кг творога в год, то в прошлом этот показатель превысил 3 кг. По прогнозам «Экспресс-Обзор», за 5 лет – с 2010 по 2014 гг. – рынок творога вырастет почти на 60% по отношению к объему 2009 года. **ms**

Quark is one of the oldest dairy products. Due to its beneficial properties and peculiar structure, it goes down a treat at all times.

Industrial production of quark was launched in Russia in the late XVIII - early XIX centuries when the state began to build and launch the first city dairy factories.

Depending on processing technologies, there are several kinds of quark: traditional, grained, cottage cheese, quark mixture. In addition, quark may contain various additives such as raisins, nuts, jam. In the course of industrial production, the technologies of production and packaging are accountable for the preservation of the product structure.

Mass production of quark has promoted various packaging options. Currently, the most common one in stores is quark in plastic cups, primarily the grained kind. A more cost-effective alternative proves to be a plastic bag. A relatively new solution came along in the form of a polypropylene can: this material is more resistant to damage and can be easily moulded. For instance, French manufacturers prefer to use square cans. The Finnish Company Valio, which has launched its proactive promotion in the Russian market, packages quark products into rectangular cans. Last year, a Belarussian producer the Savushkin Product Company switched to triangular polypropylene cans.

Творог – один из древнейших кисломолочных продуктов. Благодаря своим полезным свойствам и особой структуре он популярен во все времена.

Промышленное производство творога в России появилось в конце XVIII-начале XIX вв., когда на территории государства стали строить и запускать первые городские молочные заводы.

В зависимости от технологий приготовления выделяют несколько видов творога: традиционный, зерненный, домашний творог (cottage cheese), творожная масса. Кроме того, творог может содержать различные добавки, например, изюм, орехи, джем. При промышленном производстве за сохранность структуры продукта отвечают технологии производства, фасовки и упаковки.

Массовый выпуск творога способствовал появлению различных вариантов упаковки. В настоящее время в магазинах чаще всего встречается творог в пластиковом стаканчике, в первую очередь, зерненный. Более экономичная альтернатива – полиэтиленовый пакет. Относительно новым решением стала банка из полипропилена: этот материал устойчивее к повреждениям и ему можно придавать разные формы. Французские производители, например, предпочитают использовать квадратную банку. Финская Valio, начавшая активное развитие на российском рынке, фасует творожные продукты в прямоугольную банку. Белорусский производитель «Савушкин продукт» в прошлом году перешел на треугольную полипропиленовую банку.



14 - я Московская международная выставка  
Пищевые ингредиенты, добавки и пряности



Совместно с:



MEAT  
INDUSTRY



DAIRY  
INDUSTRY

# ingredients

RUSSIA

15 - 18 марта 2011

ВВЦ, Павильон 75, Зал Б  
Москва, Россия



*Важный ингредиент для вашего  
бизнеса*

Организатор



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

Автор:



**Сергей Шкарупа,**  
генеральный директор ГК «Санна»

# Логистика: грабеж средь бела дня



На форуме «Поставщик-2011. Стратегии работы с розничными сетями», который проходил в рамках выставки «Продэкспо», генеральный директор ГК «Санна» Сергей Шкарупа рассказал об изменениях в транспорте и таможне, которые отразятся на поставщиках продуктов питания в 2011 году.

## Морские перевозки

Рост цен на топливно-энергетические ресурсы в России приведет в этом году к росту портовых сборов, стоимости судозаходов в российские порты, взимаемые с судовладельцев, а также внутрипортовых услуг (перемещение контейнеров и грузов, хранение и экспедирование). Ставки фрахтов морских линий повысятся незначительно: в пределах 1,5-3% на контейнер, что компенсируется выходом на линии судов, законсервированных в период кризиса.

Вероятнее всего, рост стоимости доставки по морю в первом квартале 2011 года составит примерно 10-15%, а во втором квартале увеличится еще на 20-25%. При этом качество портового сервиса

ухудшится, случаи порчи и пропажи товаров могут возрасти. Начиная со второго квартала этого года большинство морских потоков могут уйти из России в Украину, страны Прибалтики и Финляндию, где, напротив, произошло понижение цен. Затем грузы будут переправляться в Россию по железной дороге или автотранспортом.

Предполагаемый рост стоимости доставки контейнера по морю в июне составит от 25% до 40%, затем до конца года цены стабилизируются.


## Железнодорожные перевозки

Железные дороги уже с 1 января 2011 года повысили тарифы на перевозки на 8%. А с 1 июня ожидается повышение еще на 10-15%. Однако в железнодорожные тарифы не включены услуги железнодорожных станций – поставка и уборка вагонов, использование маневрового локомотива, станционные погрузо-разгрузочные работы и перемещение, хранение – поэтому здесь также следует ожидать повышения ставок.


Общее повышение на доставку по железной дороге в 1 квартале составит 15-20% за контейнер, а к июню прибавит 30-40%. Поставщикам продуктов питания можно порекомендовать пересмотреть средства доставки или смириться.

## Автомобильные перевозки

С автотранспортными перевозками сталкиваются абсолютно все поставщики и ритейлеры. В 2009-2010 гг. средний рост автомобильных перевозок по стране составил 8-9%. Однако теперь сегмент ждет



**TRIM** ПРОГРАММНЫЙ КОМПЛЕКС



**СпецТек**

**ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА ТЕХОБСЛУЖИВАНИЯ И РЕМОНТА**

**В КАКОМ СОСТОЯНИИ НАХОДИТСЯ ОБОРУДОВАНИЕ?**

**КАКИЕ РЕГЛАМЕНТНЫЕ РАБОТЫ ЗАПЛАНИРОВАНЫ, КАКИЕ ПРОСРОЧЕНЫ?**


**В ЧЕМ ПРИЧИНЫ ОТКАЗОВ?**

**СКОЛЬКО ЗАТРАЧЕНО РЕСУРСОВ, СКОЛЬКО ЕЩЕ ПОТРЕБУЕТСЯ И СКОЛЬКО ИМЕЕТСЯ В НАЛИЧИИ?**

*ЭТА И ДРУГАЯ ИНФОРМАЦИЯ - ТЕПЕРЬ НА ВАШЕМ РАБОЧЕМ СТОЛЕ*

НПП СпецТек  
Россия, 197022, г. Санкт-Петербург, ул. Академика Павлова, д. 7А  
тел.: +7 (812) 329-45-60, факс: +7 (812) 329-45-61, www.trim.ru, sales@spectec.ru

**ЗАКАЖИТЕ БЕСПЛАТНУЮ ДЕМО-ВЕРСИЮ: [www.trim.ru](http://www.trim.ru)**



ощутимые потери. Рабочий парк автомобилей во второй половине 2010 года сократился на 130-150 тыс. машин. Причем из всех большегрузных машин наибольшие потери понес парк рефрижераторов: сокращение в 2,5 раза при увеличении спроса на 40-50%.

Причины данной тенденции – отзыв лизинговых и купленных в кредит автосоставов. Так, по данным «Рослизинга», за 2009-2010 гг. из 52 тыс. лизинговых контрактов, заключенных в России, прекращено действие около 42 тыс. (в среднем 2,5-3 машины на контракт). По транспорту, привлеченному за счет банковских кредитов, ста-

ентов. Ввоз автотранспорта в Россию на сегодня незначительный, не увеличится. В 2010 году было ввезено всего 2740 грузовых авто. В основном, это машины 1,5-16 тонн, которые клиенты закупают для собственных нужд.

Обещание государства, что повышение цен на дизельное топливо составит два рубля, естественно, не оправдалось. В ноябре прошлого года дизельное топливо стоило 15-17 рублей, в феврале 2011 года – 24-28 рублей, и, по прогнозу, в ближайшее время цена составит 31-32 рубля. В дополнение к этим повышениям в 2011 году в России появятся платные дороги и будет принят закон



**Сергей Шкарупа,**  
генеральный директор ГК «Санна»:

*Ритейлеры и производители начали создавать собственные торгово-закупочные подразделения. Они выходят на зарубежных поставщиков с предложением прямых закупок/поставок товара.*

истики нет, но можно сказать, что там показатели не лучше.

Прибавьте к этому естественное старение транспортных средств, средний возраст которых насчитывает 8-10 лет, и отсутствие ремонта из-за значительного падения дохода перевозчиков.

Дефицит автотранспортных средств в России к концу 2010 года составил около 40-45% от спроса. Со второго полугодия началось резкое повышение стоимости перевозок, но даже при огромных ценах транспорт невозможно было найти.

Перевозчики и их заказчики поменялись местами, и я думаю, что такое положение сохранится надолго. Сегодня перевозчики уже выбирают себе клиентов в зависимости от расставленных приоритетов: первое – цена, второе – сроки оплаты, третье – простота на загрузке-выгрузке и таможне. Далее выбор клиентов делается по степени привередливости, сложности перевозки и маршрута и т. п.

В ближайшие 2-3 года ситуация не изменится. Перевозчики будут диктовать свои условия и выбирать кли-

об обязательном переходе грузового транспорта на сезонную резину. То есть уже к зиме транспортным компаниям придется покупать зимнюю резину. Стоимость одного колеса – а у грузовой машины их от 14 до 20 – составит 900-1400 евро, что является достаточно серьезными расходами для перевозчиков.

Все эти факторы приведут к серьезному росту цен на транспортные услуги. По нашему мнению, в феврале разговоры перевозчиков о ценах будут иметь форму предварительных попыток повышения ставок, а в марте произойдет резкий скачок стоимости фрахтов: по России на 25-35%, на международных направлениях 10-20%.

Вторая волна повышений пойдет в мае-июне, когда рост цен составит 20%, третья – ближе к новому году: рост 30-40%. Заметьте, что мы просчитывали повышение ставок без учета инфляции.

Увеличение стоимости доставки не решит вопросов с дефицитом транспортных средств. В 2011 году ответственность и качество работы перевоз-

# Знаете ли Вы рецепт успеха конкуренции?

Ведущие мировые  
предприятия молочной  
отрасли успешно  
сотрудничают с CSB-System.



Приглашаем Вас посетить нас  
на Международном Форуме  
„Молочная Индустрия 2011“  
Стенд Е45 ВВЦ,  
павильон № 75  
с 15 по 18 марта 2011  
в г. Москва

IT-решение для всего  
Вашего предприятия



**CSB-System**  
INTERNATIONAL

**CSB-System в России:**  
115455, г. Москва, ул. Пятницкая, 73  
тел.: +7 (495) 64-15-156  
факс: +7 (495) 95-33-116

197342, г. Санкт-Петербург  
ул. Белоостровская 2, офис 423  
тел: +7 (812) 44-94-263  
факс: +7 (812) 44-94-264

e-mail: [info@csb-system.ru](mailto:info@csb-system.ru)  
[www.csb-system.ru](http://www.csb-system.ru)

чиков будут существенно снижаться. Сократится реальное страхование перевозок, увеличатся случаи мошенничества и краж грузов, возрастет количество грабежей на загрузке и на трассах. Особенно это коснется продовольственных товаров, потому что их очень легко продать.

### Проблемы в таможене

В 2011 году произойдет увеличение проблем при таможенном оформлении. Вывод таможенного оформления в регионы и на границу, сокращение таможенных постов и СВХ, замена кадров, изменение таможенного законодательства, переход с 1 января на электронное декларирование и введение предварительного информирования, корректировка таможенной стоимости, ежемесячно меняющийся профиль риска при полной неготовности самих таможенных служб работать в новых условиях – становятся общими серьезными проблемами.

Создание Таможенного союза и новое таможенное законодательство не улучшили ситуацию. Вместо документа с многовариантным толкованием мы получили трехуровневый закон, который содержит более 600 отсылочных актов. Его отличает несогласованность с другими законами и внутриведомственными нормативами РФ и между странами союза.

Отмечается возникновение конфликтов брокеров с участниками ВЭД, незнание и непринятие требований и новых условий работы с таможеной, усиление бюрократии. Ужесточены контроль и методы борьбы с фирмами-«однодневками» и оффшорными поставками, что привело к снижению возможностей «серых» таможенных схем. Произошел рост проверок участников ВЭД и количества проверяющих структур: ФТС, МВД, ФСБ, МНС, МФ. Импортёры, конечно, с трудом отказываются от привычных методов работы. Но можно с уверенностью сказать, что времена «серой» таможни прошли.

Сокращение таможенных постов, введение электронного декларирования и предварительного информирования добавили проблем и увеличили расходы на таможенное оформление. Удорожание таможенно-брокерских услуг, по нашим расчетам, в первом по-

лугодии составит около 30-40%, во втором – 20-25%. Тем не менее, уверен, что во втором-третьем кварталах многие будут рассматривать вопрос перехода на «белые» схемы оплаты и начала работы с лицензированными таможенными представителями.

Ситуация в таможене приведет к увеличению размера и количества рисков в работе поставщиков продуктов питания. К ним относятся традиционные таможенные риски (административные и уголовные), связанные с нарушением таможенного законодательства, репутационные (имиджевые) риски, связанные с укрупнением



**«Дефицит грузового автотранспорта, повышение цен на ГСМ, увеличение тарифов и налоговых сборов приведут к серьезному росту цен на транспортные услуги».**

компаний, повышением их легальности и узнаваемости, PR, ростом связей с государственными структурами и чиновниками, GR, управленческие и организационные риски, которые связаны с приходом проверок и последующими сбоями и нарушениями в организации работы компании, потерей уверенности сотрудников в ее стабильности и надежности. Кроме того, необходимо упомянуть деловые и бизнес-риски в отношениях с партнерами, связанные с нарушением поставок и стабильности работы поставщика, страхами партнеров перед приходом к ним последующих проверок, а также финансовые риски, связанные с ростом коррупции, размеров выплат и штрафных санкций, «непрозрачными» валютными операциями, потерей бизнеса.

### Изменения на рынке поставок

Основные тенденции, которые отмечались в сфере торговли в 2010 году, – борьба за снижение закупочной стоимости, захват рынков (увеличение площадей, открытие магазинов, выход в новые регионы), а также повышение производительности и эффективности работы торговых точек.

В такой ситуации можно предложить участникам продовольственного рынка несколько способов снижения себестоимости продукции. Первый способ традиционный: принуждение производителей и поставщиков к снижению цен до уровня себестоимости и ниже. Второй – снижение расходов на логистику. Здесь тоже наблюдалось ценовое давление, но некоторые производители пошли дальше: организовали свои транспортные компании и начали строить собственные склады. К сожалению, это не решило проблем. Как показала практика, при снижении поставок, особенно в кризис, дополнительные подразделения становятся серьезной обузой.

Аналогичная ситуация произошла с участниками рынка, которые решили формировать собственные таможенные отделы. В итоге сложилась ситуация, когда, создав собственное подразделение, топ-менеджеры попали от него в зависимость, перестав им управлять, и в итоге были вынуждены вывести из системы управления. В другом варианте развития событий собственники осознали, что их бизнес полностью зависит от 3-4 нанятых на работу менеджеров.

В 2010 году мы наблюдали, как произошла серьезная активация еще трех тенденций. Первая – ритейлеры и производители начали создавать собственные торгово-закупочные подразделения. Они самостоятельно выходят на зарубежных поставщиков с предложением прямых закупок/поставок товара, желая получить статус дистрибьюторов. Вторая – размещение заказов напрямую у зарубежных производителей, в том числе под собственными брендами, что особенно видно по сегменту продуктов питания. И третья тенденция – создание собственных производств за рубежом, чаще всего на территории Китая, интерес к которому со стороны российского бизнеса, начиная с 2009 года, постепенно усиливается. **MC**

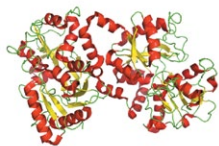
## Проект «Лактис»

В администрации Новгородской области рассмотрели проект организации на территории региона производства продуктов питания из натурального козьего молока и изготовляемого на его основе лекарственного белка человека – лактоферрина.



Как сообщили в пресс-центре областной администрации, с предложением разместить производство в Новгородской области выступили генеральный директор молокозавода «Лактис» Равиль Даутов и директор «Трансгенбанка» Института биологии человека РАН Игорь Гольдман.

«Под руководством Гольдмана в рамках российско-белорусских научных исследований разработана уникальная технология получения лактоферрина человека в молоке трансгенных коз. Ежегодный марке-



тинг лактоферрина – целебного белка, заменителя женского грудного молока, естественного антибиотика, используемого в фармацевтической промышленности и косметологии, оценивается на уровне 6 млрд долларов», – сообщили в пресс-центре областной администрации.

В случае реализации проекта «Лактис» станет первым в России предприятием по производству содержащего лактоферрин козьего молока и детского, диетического питания. Проект подразумевает реконструкцию имеющихся площадей цеха переработки молока, установку для выделения из козьего молока, строительство ферм для выращивания коз-производителей, приобретение оборудования и сельхозтехники.

Производство сырого молока будет развернуто в хозяйстве «Нефедовское» (Псковская область), где молокоперерабатывающий завод уже ведет строительство комплекса по выращиванию коз, а также в Новгородской области. На рассмотрение инвестора предложены площадки в Батецком и Новгородском районах.

Осуществление проекта планируется на условиях частно-государственного партнерства. Его стоимость оценивается в 6,5 млрд рублей.

Агентство INFOLine

## Детское питание произведут на Алтае

Агропромышленный холдинг «Алтайская крупа» до конца 2011 года планирует приступить к созданию предприятия по выпуску детского питания в возрастном диапазоне от рождения до 1 года жизни.

Общая стоимость проекта составляет свыше 300 млн рублей. Как сообщил технический директор компании Геннадий Ильичев, в производство будут запущены каши на молочной и безмолочной основах. По его словам, в рамках проекта предусмотрено создание производственного комплекса, биохимической, микробиологической лабораторий и других производственных участков.

«В настоящее время компания уже занимается производством молока и готовится начать выпуск сухого молока. В результате мы добьемся того, что все сырье у нас будет собственного производства», – отметил он.

Агентство INFOLine

## Председатель правления покидает ВБД

«Вимм-Билль-Данн Продукты Питания» объявляет о том, что Тони Майер покидает пост председателя правления компании с 1 мая 2011 года.

Решение покинуть компанию было принято Тони Майером после заключения эпохальной сделки между «Вимм-Билль-Данн Продукты Питания» и PepsiCo. В ближайшее время будет объявлен преемник Тони Майера на этом посту.

Тони Майер отметил: «Последние пять лет на посту председателя правления компании «Вимм-Билль-Данн» были самыми яркими и успешными в моей карьере. Я рад, что достиг всего, что планировал, когда пришел работать в компанию. Мне выпала редкая в профессиональном смысле возможность принять участие в формировании будущего одной из самых передовых компаний в России и оказать се-



рьезное влияние на общее развитие потребительского рынка России. Я верю в то, что «Вимм-Билль-Данн» и его команда ждет прекрасное будущее в рамках более масштабной, глобальной компании».

«Когда Тони Майер впервые присоединился к нам, капитализация компании составляла чуть более 1 млрд долларов, а менее чем через пять лет ее оценили почти в 6 млрд долларов», – рассказал **председатель совета директоров «Вимм-Билль-Данна» Сергей Пластинин**. – Он реструктуризировал компанию, привлек в команду талантливых российских и международных руководителей, сделал акцент на развитии успешных брендов. Он также открыл для рынка совершенно новый сегмент – с нашим зонтичным брендом «Здравйверы» для детей. Все это было сделано в очень короткий период времени и в крайне сложных рыночных условиях. Он укрепил наши лидерские позиции на рынке молочных продуктов и детского питания, привел компанию к блестящему возрождению сокового бизнеса. Он войдет в историю как человек, который привел «Вимм-Билль-Данн» и PepsiCo к объединению, ставшему одной из самых крупных сделок в истории современной России».

ИА DairyNews



## «Русские фермы» и «Компания Продвижение» объединились

Холдинг сельхозпредприятий России ГК «Русские фермы» и производитель натуральных молочных продуктов «Компания Продвижение» объединяются для дальнейшего развития и повышения качества отечественных молочных продуктов.



«Компания Продвижение», выпускающая продукцию под маркой «Молочная Здравница», позиционирует себя на рынке как производитель натуральной молочной продукции по классической рецептуре, с учетом передовых технологических достижений и использованием высококачественного молока-сырья.

ГК «Русские Фермы» работает 17 лет, имея в управлении более 10 тыс. голов дойного стада в разных регионах страны. «Несколько лет назад, имея отличную сырьевую базу в Московской области, мы решили попробовать себя и в переработке молока, построив завод по производству высококачественных итальянских сыров и других молочных продуктов проектной мощностью три тонны готовой продукции в сутки», – рассказывает **президент компании Андрей Даниленко**. – Нам близка идея производства натуральных классических молочных продуктов

без консервантов, поэтому мы с удовольствием откликнулись на предложение о сотрудничестве от «Компании Продвижение».

В результате объединения вся переработка ГК «Русские Фермы» перешла в оперативное управление «Компании Продвижение». Под руководством сельскохозяйственного холдинга остается вся сырьевая база.

«В дальнейшем мы не исключаем совместное строительство новых мощностей, как по производству, так и по переработке молока», – говорит **Валерий Ильичев, генеральный директор «Компании Продвижение»**.

Unipack.Ru



## «Аллат» оспаривает итоги торгов

Второй по величине производитель молочной продукции в Башкирии ЗАО «Аллат» требует признать незаконным итоги открытых электронных торгов по продаже активов ОАО «Карламанский сахар».

Их победителем в декабре прошлого года было признано ООО «Торговый дом «Башкирский сахар» (дочерняя структура ОАО «Башкирская сахарная компания»). В «Аллате» считают, что аукцион прошел с нарушениями, а их организатор незаконно ограничил участников по времени. Компания-победитель настаивает на том, что актив был приобретен в соответствии с законодательством.

В феврале в арбитражном суде Башкирии прошли предварительные слушания по иску одного из крупнейших производителей молочной продукции в республике «Аллат» к «Башкирскому сахару». В конце декабря прошлого года «Башсахар» приобрел на открытых электронных торгах активы «Карламанского сахара». Сумма сделки составила 273 млн рублей, стоимость активов завода оценивается в 726 млн рублей. «Аллат» требует признать итоги торгов недействительными, указывая, что они прошли с нарушениями. «Карламанский сахар» выступает ответчиком по иску.

Представитель «Аллата» Венера Мусина заявила в суде, что



организатор торгов, прошедших на электронной площадке ОАО «Российский акционерный дом» (Санкт-Петербург), – уфимское ООО «Аукцион-Гарант» – нарушил заявленные условия их проведения. Условия аукциона предполагали завершение торгов спустя 30 минут после получения последнего предложения о цене и после трехкратного объявления последнего из поступивших предложений. Фактически победитель торгов «Башкирская сахарная компания», предложившая на шестом шаге аукциона за активы 279 млн рублей, была определена гораздо раньше – через девять секунд после этого предложения. «Аллат» на предыдущем шаге предложил за активы 262 млн рублей и был готов увеличить сумму, но не успел этого сделать, пояснила Венера Мусина.

Представитель «Карламанского сахара» искивые требования не признала, сославшись на приказ Минэкономразвития России, отдающий на проведение торгов при наличии предложения от претендентов один час. Венера Мусина отметила, что в том же приказе учитывается вероятность завершения торгов спустя полчаса после последнего предложения, если другой участник не заявлял новой цены. «Мы полагаем, что аукцион должен был быть продолжен после поступления последней заявки от «Башсахара». Этот пункт мы трактуем по-разному», – сказала она.

Слушания по иску продолжатся 23 марта.

Коммерсант



### Московский хозяин «Новокуйбышевского молока»

Новым владельцем 51% акций «Новокуйбышевского молока» в ближайшее время может стать московский инвестор Юрий Чернов.

Чернов, владеющий московским ООО «Управляющая компания «Агрокапитал», активно ведет скупку аграрных активов в регионе. В прошлом году он приобрел ряд таких предприятий, принадлежавших структурам Виктора Тархова: «Павловский молокозавод» (79,16%) и «Заречье-2» (50%), а через последнее контролирует 17,99% акций «ПКФ «Новокуйбышевский хлеб».

«Новокуйбышевское молоко» в 2002 году было выкуплено «Лианозовским молочным комбинатом» и вошло в состав холдинга «Вимм-Билль-Данн». Но к марту 2007 го-

да концерн решил избавиться от предприятия и вскоре продал его.

На сегодняшний день в списке аффилированных лиц «Новокуйбышевского молока» значатся председатель совета директоров Алексей Сорокин (28,9%), Талгат Мустакимов (24,7%), Константин Макаренко (24%) и Елена Ярулова (6%).

Цена 51% акций «Новокуйбышевского молока» может составлять более 150 млн рублей.

www.time-samara.ru

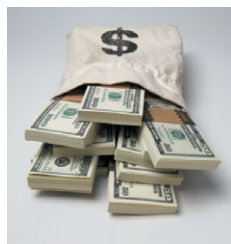


### PepsiCo выжимает деньги из молока

«Вимм-Билль-Данн» поможет PepsiCo стать своим 100%-ным владельцем. Российская компания одолжит американцам более \$1 млрд, чтобы те могли выкупить акции у миноритариев ВБД.

Дочерние компании PepsiCo и ВБД в феврале подписали кредитное соглашение, по которому PepsiCo Russia (Bermuda) Limited получит от WBD Finance Cyprus трехлетний заем на 31,37 млрд рублей под 9,95%, говорится в сообщении ВБД. На этот кредит PepsiCo будет выкупать акции у миноритариев ВБД, следует из сообщения.

Соглашение о покупке 66% акций ВБД PepsiCo за \$3,8 млрд компании заключили 2 декабря прошлого года. PepsiCo выкупила 42,37% акций у основателей и менеджмента компании, еще 23,52% акций – у «дочек» ВБД. WBD Finance Cyprus продала 18,36% (выкупленные перед тем у Danone) за \$1,067 млрд, или 31,64 млрд руб., а WBD Finance Co – 5,16% за \$299,57 млн, или 8,88 млрд руб. Теперь первая компания поделится с PepsiCo, а вторая – с ее российской «дочкой».



Со 2 декабря 2010 года PepsiCo приобрела на рынке еще 11% акций ВБД, в итоге на 3 февраля – дату закрытия сделки – американская компания владела 76,98% ВБД. PepsiCo планирует объявить о выкупе всех оставшихся акций компании ВБД не позднее 11 марта 2011 года. Оферта будет действовать в течение 70 дней. Цена выкупа совпадает с ценой сделки – \$33 за ADR, или \$132 за

акцию. Всего в реестре акционеров ВБД около 1 500 миноритариев – фондов и частных лиц, напоминает аналитик «Ренессанс капитала» Наталья Загвоздина.

Покупка компании с использованием ее же средств – нормальная практика поглощений. Например, кредит Сбербанка, взятый на покупку «Русснефти», Олег Дерипаска потом на «Русснефть» и оформил.

Доходность в 9,95% «очень высокая», для ВБД эта сделка крайне выгодна, считает аналитик Банка Москвы Егор Федоров. По его словам, доходность по рублевым облигациям ВБД составляет 7,2-7,4%, а по трехлетним еврооблигациям PepsiCo – около 1,5%. Наталья Загвоздина говорит, что ставка вполне рыночная: банки сейчас кредитуют крупных заемщиков с хорошей кредитной историей под 8-9%. С учетом инфляции такая ставка «практически нулевая в реальном исчислении».

Ведомости



### ВБД приобрел «Ополье»

«Вимм-Билль-Данн Продукты Питания» объявляет о покупке холдинговой компании «Ополье» во Владимирской области (Центральная Россия). «Ополье» – лидер региона по переработке молока, входящий в топ-10 молочных компаний России.

Это приобретение соответствует заявленной стратегии «Вимм-Билль-Данна», направленной на расширение бизнеса за счет покупок успешных компаний, обладающих сильными рыночными позициями в своих регионах и устойчивой сырьевой базой. ЗАО «Холдинговая компания «Ополье» состоит из трех молочных комбинатов – Юрьев-Польского, Лакинского и Суздальского – в сутки перерабатывающих более 300 тонн молока.

«Покупка активно развивающегося предприятия во Владимирской области соответствует



нашей стратегической цели – приобретению компаний, лидирующих на местных рынках, – заявил вице-президент «ВБД Продукты питания» Сильвиу Поповичи. – Современные производственные

мощности и хорошо выстроенный бизнес усилил позиции ВБД в Центральном регионе, где проживает значительная часть наших потребителей, а молочные продукты высокого качества прекрасно впишутся в наш портфель».

Unipack.Ru



### Том и Джерри окупились в молоко

Группа компаний «Галактика», один из крупных производителей молочных продуктов в России, подписала в конце прошлого года лицензионное соглашение об использовании бренда Tom and Jerry.

ГК «Галактика» приобрела права на использование образов, изображений и торговых марок для питьевых и десертных йогуртов, молока и молочных коктейлей, кефира до конца 2013 года, подтвердила Юлия Рыбакова, руководитель European Licensing Company (ELC), агент Warner Bros. в России. Подробности стороны не раскрывают.

Группа компаний включает в себя молочный комбинат «Галактика» – одно из самых современных предприятий в Европе, «Комбинат детского питания», Гатчинский молочный завод, сельхозпредприятия «Торосово» и «Орлинское», а также торговую компанию «Галактика».

ИА DairyNews



### Иск о банкротстве «Молочного кита»

В арбитраже Среднего Урала готовится к рассмотрению иск о банкротстве ООО «Компания «Молочный кит».

Под этим брендом выпускается молочная продукция свердловских заводов. Компания «Молочный кит» является крупнейшим в регионе производителем в данном секторе.

Председатель совета директоров «Молочного кита» Сергей

Майзель опроверг факт банкротства компании. По словам бизнесмена, речь идет о другой структуре. ООО «Компания “Молочный кит”», иск о банкротстве которой подан в арбитраж, не имеет никакого отношения к ООО «Молочный кит», в которое входят, в частности, Полевской и Камышловский молочные заводы. По словам Сергея Майзеля, бывшие собственники компании создали структуру со схожим названием, в котором используется уже известный бренд. Но все производственные активы находятся в другом ООО – ООО «Молочный кит», и на рынке продается продукция именно этого предприятия.

Чем занимался «молочный клон», Сергей Майзель затруднился ответить. Добавим, что инициатором иска о банкротстве стала инспекция ФНС России по Октябрьскому району Екатеринбурга. В материалах суда сказано о задолженности ООО «Компания «Молочный кит» по налоговым платежам в бюджеты.

ИА DairyNews



DANONE

### Данопе стремится в Индию

Французский молочный гигант Danone стремится к покупкам в Индии и может купить производителя детского питания Dumex India.

Dumex India является естественной целью для Danone, который уже владеет основной частью операций Dumex в Азии в рамках сделки по приобретению голландской группы Numiso в 2007 году. Между тем, Danone отказался от комментариев.

«Будет ли Danone продолжать расширение в страны БРИК после «Юнимилка»? Мы считаем, что да. И это хороший двигатель для будущего роста», – отметили аналитики СМ-СИС.

Напомним, что ранее крупнейший в мире производитель йогуртов Danone объединился с российской молочной группой «Юнимилк», обеспечив себе 21% быстрорастущего молочного рынка России. Руководство новой компании, в которой Danone владеет контрольным пакетом акций в 58%, а бывшим акционерам «Юнимилка» принадлежит 42% акций, будет осуществляться советом директоров. В результате объединенная компания станет лидером на рынке молочных продуктов СНГ.

foodmonitor.ru



### На Yoplait претендуют 9 компаний

PAI Partners, владелец 50% акций производителя йогурта Yoplait, получил 9 предложений о продаже пакета.



Популярным брендом владеют частный инвестиционный фонд PAI Partners и молочный кооператив Sodiaal. Несколько месяцев назад PAI Partners заявил о желании продать часть ценных бумаг. Готовность купить акции выразили в Nestle, General Mills Inc. мексиканская Grupo Lala, китайская Bright Food Group Co., Bel, а также Lactalis. Интересуются бумагами компании и инвестиционные фонды, включая Lion Capital, AXA Private Equity и Bain Capital.

PAI намерена выручить за принадлежащие ей акции около €800 млн. Французское правительство также рассматривает возможность покупки пакета акций производителя йогуртов Yoplait. Эксперты считают, что ценные бумаги будут приобретены с помощью поддерживаемого правительством инвестиционного фонда FSI. Аналитики подыскивают потенциальных покупателей части компании, после того как один из акционеров объявил о намерении продать долю.

foodmonitor.ru



### ВБД проиграл суд

Арбитражный суд Новосибирской области отказался удовлетворить заявление «Вимм-Билль-Данн» о признании недействительным предписания Новосибирского УФАС, посчитавшего цены на молоко ВБД завышенными.

Напомним, что в октябре 2010 года областное УФАС признало новосибирский филиал ВБД завод «Сибирское молоко» в г. Новосибирске» нарушившим закон «О защите конкуренции» в связи с экономиче-

ски необоснованным повышением цен на молоко «Веселый молочник» 2,5%-ной жирности.

В итоге ВБД получил предписание с требованием прекратить нарушение антимонопольного законодательства и привести цену «Веселого молочника» в соответствие с затратами на его производство. ВБД настаивал на обоснованности установленной цены и, не согласившись с решением УФАС, обратился в арбитраж, однако суд 13 января отказал компании в удовлетворении требования.

Агентство INFOLINE



### «ЭкоНива» отрывает молочный комплекс

В феврале 2011 года в с. Колыбелька (Лискинский район, Воронежская область) официально открылась первая очередь нового животноводческого комплекса ООО «ЭкоНиваАгро».

Введены в эксплуатацию: коровник на 460 голов, родильное отделение на 100 скотомест, молочный блок с доильным залом «Карусель», пропускной способностью 240 голов в час и охладительный обо-

рудование на 25 тонн («GEA Farm Technologies»).

Строительство комплекса началось в апреле 2010 года. В декабре 2011 года он будет введен в эксплуатацию полностью. Для комплекса уже завезены 1 500 нетелей голштинско-фризской породы из Австрии, Германии и Венгрии. Общий объем инвестиций составит 646 млн рублей. Из них 80% – заемные средства Лискинского отделения Сбербанка России. Окупаемость комплекса – 8 лет.

Комплекс в с. Колыбелька – второй животноводческий объект «ЭкоНиваАгро», возведенный «с нуля» в соответствии с передовыми животноводческими технологиями: беспривязное содержание поголовья в коровниках «Wolf System» с групповыми и индивидуальными боксами, содержание телят на свежем воздухе в индивидуальных домиках, электронный менеджмент стада, нормированные и сбалансированные рационы кормления.

В 2011 году «ЭкоНиваАгро» начинает строительство двух комплексов: в с. Марки (Каменский район, Воронежская область) и с. Залужное (Лискинский район, Воронежская область) на 2 тыс. голов каждый. Проекты данных объектов идентичны комплексу в с. Колыбелька. Сдача первой очереди запланирована на четвертый квартал 2011 года.

ИА DairyNews

## Производственная логистика



### Инновационные технологии в паллетизации и транспортировке

Филиал ЗАО ОО - СиЭсЭй 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



Компания: **Валио**



# Успех в денежном эквиваленте

*Молочный рынок России, продемонстрировавший увеличение объема по итогам прошлого года, по оценкам аналитиков, по-прежнему имеет колоссальный потенциал роста.*

«Однако сейчас не время расслабляться. Прошедший год вовсе не был простым: все мы помним, как отразились на отрасли последствия аномальной жары и засухи в Европе и других природных капризов, а также временные ограничения на ввоз импортной продукции животного происхождения», – отмечает **генеральный директор компании «Валио» Мика Коскинен**.

В портфеле международных операций концерна Valio Россия по-прежнему занимает наиболее значимое место: в 2010 году на нее пришлось около половины всех экспортных поставок.

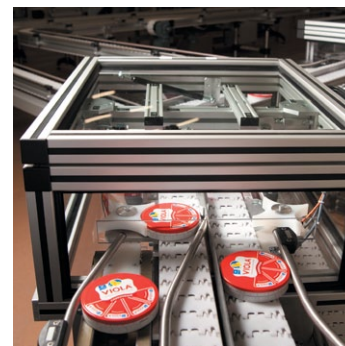
Объем продаж компании в России в денежном эквиваленте за этот период составил более 11,8 млрд руб., что на 36% выше, чем в 2009 году. В натуральном выражении она продала более 81 тыс. тонн продукции, на 13% превысив предыдущий показатель.

По данным AC Nielsen, доля «Валио» на российском рынке желтых сыров

в 2010 году составила около 12%. Компания остается лидером по объемам продаж брендованных сыров. Например, на столичном рынке ее доля в денежном выражении составляет 10,9%, что превышает совокупную долю трех ближайших конкурентов. Рост продаж ведущего бренда компании – сыра Oltermanni – за 2010 год достиг 30%, а в последнем периоде по объемам продаж он даже опережает некоторые генерические сыры – «Масдам» и «Российский».

Помимо Oltermanni, «Валио» активно развивает другие бренды: в прошлом году был проведен ребрендинг сыров под маркой Atleet, появилась линейка сыров в нарезке «Европейская коллекция». Компания по-прежнему остается лидером в сегменте легких сыров (Oltermanni 17%, Atleet легкий).

В категории плавленых сыров ее доля в России, по данным AC Nielsen, в 2010 году составила в среднем 17,7%. Бренд № 1 – плавленый сыр Viola – лидирует по объемам продаж на рынках Москвы и Санкт-Петербурга. В Москве доля Viola составляет 33,3% в денежном выражении, в Петербурге – 42,4%, что почти вдвое выше, чем у ближайшего конкурента. В 2010 году был увеличен ассортиментный ряд плавленых сыров Viola. В этом году планируется дальнейшее расширение ассортимента, как сыров, так и другой молочной продукции компании за счет производственных мощностей завода «Валио» в Ершово (Московская область).



**Фактически завод в Ершово стал первой собственной производственной площадкой финской компании Valio в России.**



В целом, компания намерена увеличить объемы продаж производимой в России продукции.

В прошлом году «Валио» сохранила лидерство в категории сливочного масла: на федеральном уровне доля рынка составила 13,9%, в Москве – 26%. В Петербурге почти половина всех продаж сливочного масла приходится на бренды «Масло Валио» и Finlandia (FIN).

«Валио» также развивает группу цельномолочной продукции (молоко, йогурт, творог, сливки, сметана). Более того – это самая активно растущая категория в портфеле компании: в 2010 году объем ее продаж вырос на 32% по сравнению с предыдущим годом. Уникальной для российского рынка является линейка безлактозных молочных продуктов – «Валио» стала первой компанией, которая представила в стране безлактозное молоко. Российский покупатель все большее внимание уделяет продуктам для здорового питания, функциональным продуктам, продуктам с пониженной жирностью. В этих сегментах «Валио» предлагает собственные решения, в том числе продукты, произведенные на территории страны из местного молочного сырья (питьевые йогурты на заводе «Галактика»).

Открытие собственного логистически-дистрибуционного центра в Ершово, а также вступление в силу Таможенного союза стали для «Валио» предпосылками для расширения гео-

графии. В 2011 году планируется начать поставки продукции Valio в страны СНГ, в том числе на Украину, в Белоруссию, Казахстан, Азербайджан, Узбекистан и Грузию.

«Минувший год для «Валио» можно назвать успешным: объемы продаж растут, ведущие бренды развиваются, расширяется ассортимент. Год назад мы говорили о том, что, несмотря на кризис, продажи компании показали позитивную

динамику. Тогда фактором успеха стал комплекс программ по поддержанию лояльности наших покупателей и партнеров. Сегодня мы отмечаем, что рост компании, как и рост молочной отрасли в целом, свидетельствуют об общем постепенном выходе из кризиса. Наша тактика – четкое следование тенденциям рынка и соответствие меняющимся потребностям покупателей», – говорит Мика Коскинен. **МС**

#### \* СПРАВКА:

Создание филиала «Ершово» стало результатом активного развития «Валио» в России и возникшей необходимости повысить уровень предоставляемых клиентам услуг. В 2009 году с конвейера завода сошла первая партия плавленого сыра Viola.

Совокупный объем инвестиций в проект составил около 60 млн евро. В конце 2010 года было закуплено новое оборудование, что позволило выровнять производительность технологических участков и повысить производственную мощность завода на 50%.

В настоящее время завод в Ершово специализируется на изготовлении отдельных ассортиментных позиций плавленого сыра Viola – Viola сливочная «треугольники». Весной 2011 года в производство

будут запущены новые наименования продукта. Завод пройдет аттестацию на соответствие стандарту ISO 9001.

Особое отношение к окружающей среде на производствах Valio действует и на заводе в Ершово. Инженерные системы жизнеобеспечения спроектированы таким образом, чтобы минимизировать риски негативного воздействия на окружающую среду. Например, на территории комплекса установлены системы очистки ливневых стоков от загрязнений машинным маслом. В очистных сооружениях промышленных стоков, помимо стандартного оснащения разными типами сепараторов, выходной воздух перед выбросом в атмосферу очищается через толстый слой древесной щепы биофильтра.

Гость:



**Владимир Зюков,**  
директор по трейд-маркетингу  
компании «Невские сыры»

Беседовала:



**Виктория Загоровская**

# В фокусе сырного рынка



*В июле прошлого года компания «Невские сыры» отметила 16-летие. За это время она проделала нелегкий путь. Но последние два года мирового кризиса, как ни парадоксально, оказались для компании самыми интересными за всю историю.*

**– Расскажите, какие изменения произошли в период кризиса на предприятии? Как он повлиял на представление компании о стратегии и тактике ведения дел, подходы к управлению бизнесом?**

– Последние годы были для компании, пожалуй, самыми интересными за всю ее историю. «Невские сыры» успешно вошли в эру консолидации сырного рынка и сегодня являются одной из компаний, которые развивают культуру потребления сыра в России. Основными драйверами роста «Невских сыров» были и остаются: про-





«Тысяча Озёр» – зонтичный бренд, который объединяет сыр и масло, уже 10 лет радует потребителя качеством и уникальным вкусом.

дукт, наши компетенции, опыт работы с крупными торговыми сетями и, конечно, сотрудники.

За годы кризиса компания пересмотрела продуктовый ассортимент, еще больше сфокусировавшись на своих торговых марках. Была структурирована внутренняя работа на предприятии, перенят опыт лучших элементов управления западных компаний. Кроме того, несмотря на кризис, компания нашла средства для развития производственных мощностей.

Каждый сотрудник «Невских сыров», от упаковщика до управляющего, может рассказать о любом продукте, который мы предлагаем на рынке, даже если разбудить его посреди ночи. А наша собранность и вертикальная система управления с двусторонней связью – «снизу-вверх» и наоборот, позволяет сохранить одну из главных компетенций – гибкость.

В отличие от огромных компаний мы быстрее реагируем на вызовы рынка и его потребности. Так, продукция конкурентов, которые используют идею нашей ТМ «Золото Европы» – коллекции знаменитых сыров Европы, появилась на рынке только в 2010 году. Мы к этому времени расширили ассортимент, предложив покупателям, помимо традиционных гауды, эдама, маасдама, еще и эксклюзивные элитные сыры.

«Каждый сотрудник «Невских сыров» может рассказать о любом продукте компании, даже если его разбудить посреди ночи».

– Какие продукты входят на данный момент в портфель «Невских сыров», и можно ли проследить их эволюцию? Назовите приоритетные направления ассортиментной политики.

– Продуктовый портфель компании отражает потребительские вкусы покупателя. Наш ассортимент включает в себя широкую линейку продуктов: от сыра с благородной плесенью до колбасно-копченого. Стратегия «Невских сыров» всегда была направлена на развитие собственных торговых марок: «Тысяча Озёр», «Золото Европы», «Город сыра», «Сиртаки» и др. Уже сегодня можно сказать, что многие из них стали брендами. Так «Тысяча Озёр» – зонтичный бренд, который объединяет сыр и масло, уже 10 лет радует потребителя качеством и уникальным вкусом. Исследования, проводившиеся в 2010 году в Санкт-Петербурге и Москве, показали не только высокий уровень узнаваемости марки, но и высокий процент приверженности ей. Из всех потребителей, которые хоть раз купили сыр «Тысяча Озёр», 87% совершали повторную покупку.

При развитии ассортимента в ближайшие годы планируется сохранить фокус на твердых упакованных сырах импортного производства, а также собственном производстве колбасно-копченого продукта.

– Есть ли место инновациям в сырном производстве, и в чем они выражаются? Расскажите про собственные инновационные решения и разработки.

– Сырный рынок России, пожалуй, самый консервативный из всех продуктовых. Здесь мы уступаем даже продуктам мясного производства. Плавленные сыры во главе с колбасным плавленным сыром, и традиционные сорта твердых сыров, такие как Пошехонский, Рос-



«Дизайн упаковки отражает идею марки. Потребитель должен видеть сам продукт, чтобы иметь возможность оценить его качество визуально».



сийский, Костромской, все еще составляют подавляющий объем рынка страны. Шоколадный сыр или сыр с фисташками – для многих потребителей это даже звучит дико. Поэтому основные инновации внедряются в области упаковки и дизайна. Так, сыры в нарезке, благодаря своему удобству, – один из самых динамично растущих сегментов. Наш тертый сыр также превзошел ожидания. За два года присутствия на рынке среднемесячный объем его продаж достиг примерно 20 тонн только в Санкт-Петербурге.

В этом году мы разработали уникальную для российского рынка систему открывания упаковки для слайсированного сыра. Наши конкуренты также работают в направлении повышения удобства упаковки для потребителя и увеличения сроков хранения продукта.

**– Какие нестандартные ходы, в том числе в области дизайна упаковки, использовала в своей практике компания, чтобы привлечь внимание покупателей?**

– Как я уже говорил, сырный рынок, как часть молочного, очень традиционен. Трудно представить, что молоко в пакете черного цвета будет популярно. То же самое касается сыра. Дизайн упаковки отражает идею марки. Так, для «Тысячи Озер» – это прозрачная упаковка с видами финской природы. Упаковка «Золота Европы» содержит золотые элементы и поддерживает идею коллекции

знаменитых европейских сыров. Одним из важных моментов в дизайне является то, что потребитель должен видеть сам продукт, иметь возможность оценить его качество визуально.

**– Проявляют ли западные компании интерес к российскому рынку сыра, и как он проявляется?**

– Большинство известных западных компаний либо самостоятельно присутствуют на рынке, либо работают через дистрибуторов. При этом многие предприятия проявляют интерес к растущему молочному рынку России. Пожалуй, одним из самых ярких примеров стало приобретение PepsiCo 66% акций компании «Вимм-Билль-Данн». Ernst & Young включил ее в топ-10 мировых сделок слияний и поглощений в 2010 году. Теперь будем ждать появление фотографий Аршавина на упаковке «Веселого молочника». А если говорить серьезно, то несмотря на незрелость российского рынка сыра, его объемы очень привлекательны для западных участников отрасли.

«Сырный» рынок страны до сих пор не перешел от весовой продукции к нарезке или даже упакованным кускам, что особенно заметно в регионах. Однако тенденция к постепенному изменению ситуации наметилась. Как только рынок начнет делать большие шаги в этом направлении, появятся и остальные известные западные игроки. Он станет намного более

Шоколадный сыр или сыр с фисташками – для многих это звучит дико. Поэтому основные инновации внедряются в области упаковки.



# YIT Lentek – Gorelovo INDUSTRIAL PARK

интересным и прибыльным для европейских сыроделов. Культура потребления сыра в России еще не находится даже на том уровне, чтобы покупатель мог сказать, какой тип сыра ему нужен. Сегодня большинство ориентируется в сыре на уровне «просто сыр», «сыр с дырочками» или «российский сыр». Мало кто, внося продукт в список покупок, записывает конкретный вид, например, «Маасдам». С развитием культуры потребления сыра должна прийти дополнительная возможность заработка для производителей, ориентирующихся на средний и выше среднего ценовой сегмент.

**– Насколько перспективным является сегмент копченых сыров? Как можно оценить его привлекательность для сыроделов, и какое место копченые сыры занимают в ассортименте Вашей компании?**

– Если говорить о копченых сырах в России, то надо отметить, что они занимают, скорее, нишевый сегмент, в котором наиболее популярны сорта «Адыгейский копченый» и «Чечил». Наша компания предлагает твердый сыр «Альпенберг». Благодаря традиционному альпийскому способу копчения он приобретает пикантный вкус, который особенно нравится мужчинам.

Особняком стоят колбасно-копченые сыры или, правильнее будет сказать, колбасно-копченые сырные продукты. Это уникальное явление отечественного рынка, и их доля, по различным экспертным оценкам, составляет от 22% до 30%. Такой разброс обусловлен тем, что измерить общий объем этого продукта очень сложно. Практически

Колбасно-копченые сырные продукты – уникальное явление отечественного рынка. Их доля колеблется от 22% до 30%.

каждый завод имеет в своем портфеле подобное предложение, а на прилавке, зачастую, продукт остается безымянным. Наша компания предлагает его под торговой маркой «Город сыра» и рассматривает как один из ключевых в ассортиментном ряду. Я думаю, с ростом культуры потребления доля колбасно-копченых сырных продуктов снизится, однако это произойдет не ранее, чем через 10-15 лет. В своей стратегии развития этого сегмента мы опираемся не на ценовую конкуренцию, а на стабильное качество. И уровень продаж в сравнении с ближайшими конкурентами показывает, что даже в низкоценовом массовом сегменте качество играет важнейшую роль.

**– По Вашим прогнозам, как изменится ситуация на российском рынке сыра в ближайшие два года?**

– В 2011-2012 гг. в России начнется консолидация сырного рынка. Существенно возрастет уровень конкуренции. При этом появления новых игроков ждать не стоит. Основными факторами успеха для участников рынка станут способность достичь определенного уровня валовой маржинальности, как гаранта стабильности компании, и способность противостоять до сих пор возрастающему уровню отчислений торговым сетям. **ms**

Участки для размещения производств и логистических комплексов. Коммуникации подведены к участкам. Получены лимиты инженерного обеспечения.

- Отличная транспортная доступность
- Инженерная готовность участков обеспечит быстрый запуск проектов
- Гарантии международного концерна YIT при реализации проектов
- Возможность реализации масштабных проектов с площадью застройки до 58 Га
- Уже работают мясоперерабатывающий завод Пит Продукт (Atria), логистический центр Gorigo, предприятия Dermosil и Viking Life-Saving Equipment



ЗАО «ЮИТ Лентек» — крупный девелопер в Северо-Западном регионе

- жилая недвижимость
- офисная недвижимость
- торговая недвижимость
- промышленное строительство
- логистические центры



Бабичева Анна  
т.: +7 812 336 37 57 доб. 2046  
моб.т.: +7 921 656 58 75  
e-mail: Anna.Babicheva@yit.ru

Together we can do it. **YIT**

yit.ru



### Заменители молочного жира – по стандарту

Официальный поставщик московского Кремля – Корпорация «СОЮЗ» с января 2011 года начала выпуск заменителей молочного жира, отвечающих требованиям Национального стандарта РФ ГОСТ Р 53796-2010 «Заменители молочного жира».

Данный стандарт был разработан Государственным учреждением Научно-исследовательским институтом питания Российской академии медицинских наук, утвержден и введен в действие 21 июня 2010 года.

Для заменителей молочного жира Корпорация «СОЮЗ», выпускающихся по ГОСТу, разработан новый дизайн упаковки и этикетки под маркировкой «ГОСТ Р 53796». Использование в производстве заменителей молочного жира, изготовленных в соответствии с высокими требованиями Национального стандарта, позволяет выпускать высококачественную и безопасную продукцию, отвечающую нормам и принципам здорового питания. **Р**

тел.: +7 (812) 336-91-15

### Новые ингредиенты

Новые ингредиенты для молочной промышленности были представлены на 13-й Международной выставке «Пищевые ингредиенты, добавки и пряности» в Москве.

Смесь фермента транслуктаминазы, молочных белков и лактозы Revada TG 13 при использовании в сыре и твороге обеспечивает увеличение выхода готового продукта на 10-25%, уменьшение синерезиса, улучшение структуры творога, возможность снижения количества вносимого сычужного фермента.

Казеинат натрия Laktonat EN используется в кондитерской промышленности для взбивания сливок, а также применяется в качестве стабилизатора в производстве



мороженого, муссов, соусов, при выработке сыра и творога – для увеличения выхода готового продукта и как структурообразователь при выработке плавящихся сыров.

Концентрат сывороточного белка Laktomin 80 обладает хорошим вкусом и функциональными свойствами, при смешивании с жидкостью образует стабильную эмульсию в широком диапазоне pH, хорошо пенится при взбивании и используется для понижения калорийности продукта. Используется при изготовлении сухих диетических добавок, молочных десертов, плавленого сыра.

IA DairyNews

### Строить компактно!

В Нижнем Ингаше Красноярского края запущен в строй компактный молочный завод.



Предприятие размещено на нескольких десятках квадратных метров. Проект осуществлен при поддержке краевых властей. Местные производители молока получили свое перерабатывающее предприятие. Ранее им приходилось отправлять сырье в Канск.

Оборудование для завода приобретено в Израиле. Планируется выпускать практически любую продукцию – от молока до кефира и ряженки.

По словам министра сельского хозяйства и продовольственной политики Леонида Шорохова, всего в Красноярском крае будет построено четыре подобных предприятия. В ближайшее время откроется мини-завод в Енисейске, а затем в Балахе. Место для четвертого завода пока не определено.

www.agro.ru

### Крышка для асептической упаковки

Компания SIG Combibloc выпустила облегченный колпачок для асептической упаковки. Целевым рынком использования новинки в компании считают молочный.

Новый колпачок CombiCar весит всего 1,85 г. Для сравнения, первый накручивающийся колпачок для асептической упаковки от SIG Combibloc весил 4,9 г. CombiCar состоит из выступа с интегрированной режущим кольцом и накручивающейся крышкой. **Ханно Берлинг, руководитель отдела укупороч-**

**ных изделий SIG** сказал: «Малый вес крышки был достигнут благодаря специфическому дизайну: все три составляющие колпачка формируются как цельное изделие».



Сниженный вес означает экономию материала и уменьшает степень воздействия на окружающую среду. Все это благоприятствует успешному выходу CombiCar на высококонкурентный и чувствительный к ценам молочный рынок.

Колпачок CombiCar выпускается исключительно для асептической упаковки combiblocSlimline. Впервые колпачки появятся на упаковках от немецкого производителя ультрапастеризованного молока Humana. Монтаж крышки на упаковку осуществляется на существующих машинах SIG.

news.unipack.ru

### DuPont: покупка с прицелом

DuPont приобретает производящую пищевые ингредиенты компанию Danisco.



С ее помощью химический гигант из США, для которого это самая крупная сделка за 10 лет, хочет расширить бизнес в таких специфических отраслях, как производство биотоплива и пищевых ферментов.

О согласии приобрести датскую компанию DuPont объявила 9 января. Американская химическая компания заплатит за каждую акцию Danisco 665 крон (115 долларов). Это на 25% больше, чем цена бумаг на закрытии биржи 7 января – 530 крон. Но, тем не менее, опрошенные Bloomberg аналитики считают, что покупка выгодна обеим компаниям. Американцы получают возможность активизировать бизнес на рынке пищевых добавок и биотоплива. Рост населения поставит перед человечеством новые задачи, связанные с доступом к продовольствию и источникам энергии, говорится в заявлении DuPont.

С учетом долга Danisco в 500 млн долларов сумма сделки составит 6,3 млрд долларов. DuPont использует для финансирования сделки 3 млрд долларов уже имеющихся средств. Остальная сумма будет взята в кредит. Сделку предполагается закрыть в начале II квартала.

Глава DuPont Элен Куллман добивалась покупки датской компании в течение пяти месяцев. Сделка стала возможной после того, как в августе собрание акционеров Danisco одобрило снятие ограничения по количеству голосов на одну акцию. Без этого решения DuPont не смогла бы сделать предложение о покупке, указывают датские аналитики.

Для DuPont приобретение Danisco является крупнейшим поглощением с 1999 года, когда американский химический гигант купил биотехнологическую Pioneer Hi-Bred International за 7,7 млрд долларов.

Danisco – основной мировой производитель компонентов для пищевой промышленности и одна из крупнейших компаний Дании. Danisco специализируется на производстве компонентов для пищевой промышленности, а также ферментов для текстильной промышленности, производства моющих средств, биоэтанола и других. Компания производит стабилизаторы для молочных продуктов, ферменты для хлебопечения, производства кормов для животных, йогуртовые культуры и сахарозаменители. 65% продаж приходится именно на пищевой сектор Danisco. Эта отрасль очень привлекательна, поскольку игроки рынка пищевой промышленности используют ферменты для увеличения объемов производства и снижения затрат, считают аналитики датского Jyske Bank. Danisco получает серьезную поддержку, при том, что компания уже сотрудничает с DuPont. В декабре 2009 года в штате Теннесси открылось предприятие по производству биоэтанола с объемом производства 250 тысяч галлонов в год.

Агентство INFOLine



### Молочные белки как заменитель СОМ

В ходе семинара в рамках выставки «Продэкспо-2011», датская компания Arla Foods Ingredients познакомила слушателей с особенностями использования функциональных молочных белков (ФМБ).

Инновационная технология использования в рецептуре продуктов функциональных молочных белков позволяет увеличить выпуск мягких сливочных сыров в 2,5 раза и сократить время производства. Об этом рассказала Лариса Мариагер, менеджер по технической поддержке Arla Foods. По ее словам, к положительным свойствам функциональных мо-

BETTER PACKAGING

## Откройте для себя „Better Packaging“

Открывая для себя новые возможности применения современной упаковки, Вы открываете новые возможности для своего бизнеса. Мы предлагаем новейшие решения упаковки для пищевой промышленности, медицины, товаров народного потребления.

Компания MULTIVAC лидирует на рынке благодаря своему 45-летнему опыту в области упаковки, индивидуальному подходу, разнообразию инновационных технологических решений и превосходному сервису по всему миру.

Мы называем это „Better Packaging“ - наши заказчики подразумевают успех!

**ООО Мультивак Рус**  
127287, РФ, г.Москва,  
4-й Вятский пер. 18, кор. 2  
тел. +7 499 940 0255  
факс +7 495 656 0593  
office@ru.multivac.com

**ООО Мультивак Рус, Спб**  
195273, РФ, г.Санкт-Петербург  
Пискаревский пр-т 150, кор.2, лит.О, офис 311  
тел. +7 812 318 0050  
факс +7 812 318 0051  
www.multivacruss.ru

T 700



R 105



R 245



Приглашаем на наш стенд!  
**Молочная Индустрия 2011**  
**Мясная Индустрия 2011**  
15-18 марта  
ГАО ВВЦ, Москва  
павильон №75, стенд E31



**MULTIVAC**  
BETTER PACKAGING



ЦЕНТР СЕРТИФИКАЦИИ  
**ГОСТЕСТ**

**Предлагает широкий спектр услуг по сертификации оборудования, сырья и готовой продукции! А также:**

- ◆ Декларации и сертификаты соответствия, в т. ч. на требования Технических Регламентов
- ◆ Разработка и регистраци ТУ
- ◆ Экспертные заключения Роспотребнадзора (ранее СЭЗ)
- ◆ Письма для таможи 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

[info@gostest.com](mailto:info@gostest.com)

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



*Чистота, безопасность, качество.*

Эффективная поддержка Вашего предприятия в деле разработки современных технологий мойки и дезинфекции, соответствующих санитарно-гигиеническим требованиям.

Услуги по осуществлению на предприятиях мясо-молочной промышленности комплекса современных санитарно-гигиенических мероприятий, призванных:

- обеспечить возможность производства безопасной, качественной и конкурентоспособной продукции;
- увеличить производительность и срок службы оборудования;
- снизить себестоимость продукции.

С помощью современных и высокоэффективных моющих и дезинфицирующих средств производства HWR-Chemie (Германия) и оборудования HydroNova (Великобритания) Вы устранили любую проблему по очистке и дезинфекции и создадите дополнительный мощный стимул Вашему предприятию для повышения конкурентоспособности и перспектив на расширение выпуска продукции.

Справимся вместе, если у Вас потребность в:

- промывке оборудования пищевых производств и помещений мясо-молочной, рыбо-перерабатывающей промышленности, инкубаторий птицефабрик;
- очистке копильных и комбинированных камер мясо-рыбоперерабатывающих предприятий;
- промывке любого вида емкостей от жировых, белковых и масляных загрязнений, копоти, пригара, технологических видов смазки;
- очистке полов, кафельной плитки, стен, рабочих столов, и других поверхностей требующих дезинфекции, в том числе современной технологией дезинфекции высокодисперсными аэрозолями с помощью генераторов холодного, горячего тумана производства Igeba (Германия).

Группа Компаний «ФЛОРАНТ»:

[www.hydronova.ru](http://www.hydronova.ru) [www.hwr-chemie.ru](http://www.hwr-chemie.ru) [www.igeba.ru](http://www.igeba.ru)  
г. Москва, БП Румянцево, т/ф: (495) 580-70-50/33.

лочных белков относятся плотность структуры, эмульгирующие и органолептические свойства в рецептуре, снижение жира без ухудшения вкусовых качеств и высокая питательная ценность. Главным в технологии использования ФМБ специалисты считают его роль как заменителя СОМ. Что значительно удешевляет производство.

Напомним, что Arla Foods Ingredients перерабатывает в год более 4 млрд литров сыворотки и является известным поставщиком сыра и масла.

ИА DairyNews



### Эколин – упаковка нового поколения

На молочном комбинате «Саранский» в конце года состоялась церемония торжественного ввода в эксплуатацию оборудования по производству молочной и кисломолочной продукции в упаковке нового поколения.

Как сообщили в Минсельхозпрод Мордовии, новая линия, которая вводится в эксплуатацию на комбинате, не имеет аналогов в республике. Ее мощность – порядка 40 тонн в сутки. Пока планируется производство пастеризованного и топленого молока, кефира и питьевого йогурта с разными вкусами.

Уникальной особенностью автомата является фасовка продуктов в упаковку нового поколения – эколин. Он был разработан в Швеции на основе уникального биополимерного материала, который по химическому составу приближен к яичной скорлупе. Кроме того, эколин разлагается под воздействием ультрафиолетовых лучей и не наносит вреда здоровью человека и окружающей среде.

stolica-s.su

### Уникальные бифидобактерии

Малое инновационное предприятие «Байкал-Молоко», созданное при Бурятской государственной сельскохозяйственной академии, получило господдержку в размере 500 тыс. руб.

Главная инновационная составляющая проекта – использование бифидобактерий в производстве кисломолочной пищевой продукции. Если до определенного момента индустрия в качестве

главного инструмента применяла молочнокислые бактерии, то теперь открывается реальная возможность для внедрения более успешного аналога.

Дело в том, что бифидобактерии – часть нормальной микрофлоры кишечника человека. При производстве кисломолочных продуктов использование в качестве закваски бифидобактерий исключает возможный иммуно-биологический конфликт с внутренней средой потребителя. Использование этого нового для молочной промышленности вида микроорганизмов отныне закреплено законодательно.

Был разработан уникальный способ выращивания бифидобактерий за пределами организма человека. Культивировать их начали в том же молоке. Способ культивирования бифидобактерий в молоке, гастро- и гепатозащитные свойства продукта защищены патентами РФ.

Разработки велись около тридцати лет. Начало изучению свойств бифидобактерий положила в СССР в начале 70-х годов прошлого столетия доктор наук Галина Гончарова, руководитель отдела бифидобактерий Института микробиологии и эпидемиологии им. Г. Н. Габричевского, с которым плодотворно сотрудничала Тармакова.

В настоящее время «НПЦ «Байкал-молоко» готов приступить к массовому выпуску своего продукта. В состав цеха входят все необходимое для полного технологического цикла переработки молока, комплект разрешительной документации, схемы технологических процессов производства молока и молочных продуктов.

Финансирование будет осуществляться посредством кредита: в «Россельхозбанке» уже подготовлены документы на его получение. Со слов Тармаковой, затраты составят 2 млн 385 тыс. руб. Основной целью проекта является



выпуск молока и кисломолочной продукции, предназначенной для питания, лечения, профилактики детского и взрослого населения, страдающего нарушениями состава нормальной микрофлоры желудочно-кишечного тракта. Предлагается выпуск молока различной жирности в полиэтиленовой упаковке, а также выпуск кисломолочной продукции с молочнокислыми и бифидобактериями.

ИА DairyNews

### Производство бактериальных концентратов

В Беларуси будет создано производство бактериальных концентратов для молочной промышленности.

Инновационный проект по организации производства глубокомороженных бакконцентратов для молочной промышленности мощностью 90 т будет реализовываться на территории свободной экономической зоны «Минск». Эта биопродукция будет использоваться для производства сыров, творога, сметаны, кисломолочных продуктов.

В Беларуси разработана базовая технология производства глубокомороженных концентратов на основе лактококков – для творога, сметаны, сыров с низкой температурой второго нагревания. В РУП «Институт мясо-молочной промышленности» поддерживается коллекция промышленных микроорганизмов р. Lactococcus, Lactobacillus, Bifidobacterium, Propionibacterium, Streptococcus и других, состоящая из 2 269 штаммов. Институт мясо-молочной промышленности имеет опыт такой производственной деятельности. С 1998 года он производит лиофильно высушенные бактериальные концентраты.



В настоящее время по 11 технологиям производства изготавливается более 30 видов сухих бактериальных концентратов для обеспечения ассортимента выпускаемых промышленностью ферментированных молочных продуктов, а также био-ЗЦМ, биоконсервантов для силосования растительной массы.

Инвестиционные затраты на этот проект составят Вр30 млрд, в том числе на строительно-монтажные работы – Вр9,8 млрд, разработку проектно-сметной документации – Вр0,5 млрд, оборудование – Вр19,7 млрд. Проект будет реализовываться в 2011–2013 гг.

agroperspectiva.com

### Селенолин повышает надой

В Пензенской области несколько лет ведется эксперимент по использованию селеносодержащих препаратов, прежде всего, в молочном скотоводстве.

В октябре-ноябре 2009 года препарат «Селенолин» применялся на предприятиях «Константиново», «Регион-молоко» и ПЗ «Еланский» Пензенского района.

Руководители хозяйств-участников эксперимента по применению



препарата и хозяйств, потенциально заинтересованных во внедрении новой технологии, руководители ветеринарной и зоотехнической службы области, а также представители компании «Биоамид» (г. Саратов) обсудили преимущества и недостатки технологии.

В эксперименте было задействовано 229 коров, из которых 119 вошли в опытную группу. Анализ результатов показал увеличение среднего надоя на 1 голову в сутки на 1 кг и выше. В результате применения иммуномодулятора «Натрия нуклеината» у молодняка крупного рогатого скота улучшилась сохранность телят и увеличился среднесуточный прирост на 80 г.

agro.ru

### Разделение пищевых и технических жиров

Еврокомиссар по здравоохранению и потребительской политике Джон Далли в связи с диоксиновым скандалом в Германии намерен предложить странам Евросоюза сделать раздельным процесс производства жиров и масел для пищевых и технических целей.

Европейские эксперты продолжают проверку на превышение норм диоксина в образцах продукции из 558 из животноводческих хозяйств Германии. Выявлено повышенное содержание диоксина в продукции восьми немецких птицеферм и одного свиноводческого хозяйства. Установлено, что причиной превышения нормы стали некачественные кормовые добавки из жиров. Зараженные диоксином немецкие продукты не были поставлены на рынки других стран ЕС.

«Я изучаю возможность установить строгое разделение производства жиров и масел, предназначенных для кормов (животных) и пищевых целей, а также тех, что используются



**AQUA**  
industrial watertreatment

**mPS**  
meat processing systems

**возобновляемые  
источники  
энергии**



**специалист  
в пищевой  
промышленности**



**оборудование  
для очистных  
сооружений**



**ИННОВАЦИЯ**



**повторное  
использование  
сточных вод**



**поставка  
компонентов  
AQUA**

Company Head Office:

**AQUA Industrial Watertreatment**  
Albert Schweitzerstraat 33  
P.O. Box 160  
7130 AD Lichtenvoorde  
The Netherlands  
Phone: +31 (0)544 390 700  
Fax: +31 (0)544 377 888  
info@mps-aqua.nl

**ООО «МПС Рус»**  
115093, Россия, г. Москва  
ул. Павловская, д. 27/29, стр. 6  
тел./факс: +7 (495) 775-15-31

Local offices MPS Worldwide:  
UK/Ireland, France, Spain, Germany, Poland,  
Denmark, Sweden, Russia,  
China and USA.

## AQUA Industrial Watertreatment

является специалистом в области поставки,  
разработки, производства, установки  
и эксплуатации систем для очистки  
промышленных сточных вод, утилизации  
отходов и обезвоживания.

**Для более подробной информации  
обращайтесь к региональным менеджерам по продажам**

**Овсянников Игорь**  
моб. тел.: +7 (985) 171-94-45  
e-mail: i.ovsiannikov@mps-group.nl

**Цой Денис**  
моб. тел.: +7 (915) 021-28-81  
e-mail: d.tsoy@mps-group.nl

в технических целях, – заявил **Далли**, выступая на пленарной сессии Европарламента в Страсбурге. – Я намерен также предложить ввести в ЕС строгий контроль за диоксидами на различных этапах».

Еврокомиссар сообщил депутатам, что Еврокомиссия направляет в Германию группу экспертов с целью помочь местным властям в изучении последствий диоксинового скандала и определении мер по предотвращению подобных происшествий в будущем.

Агентство INFOLine

## В Израиле следят за коровами через SMS

Новая израильская технология позволяет фермерам отслеживать состояние каждой коровы, не заходя в хлев, и экстренно вызывает их через SMS-сообщения и электронную почту, когда у животных начинаются родовые схватки.

Уникальное изобретение принадлежит фирме SCR из Нетании – мировому лидеру, внедряющему технические новинки в фермерских хозяйствах. Технология HEATIME HR позволяет осуществлять мониторинг физической деятельности животных через их жвачную активность. У коров это показатель, наиболее чувствительный к изменениям состояния организма. Когда корова больна, ее жвачная активность существенно снижается. Также показатель позволяет понять, что корове жарко или что у нее начались родовые схватки.

Технология уже опробована в коровниках частных хозяйств. Датчик, прикрепленный к корове, реагирует на скорость движений и зву-



ки. Он обрабатывает информацию и пересылает ее через беспроводную связь на устройство, осуществляющее мониторинг и оповещающее фермера о нарушениях нормы. В ближайшие месяцы планируется внедрить системы во многих хозяйствах Израиля. Заказы уже поступают со всего мира.

www.jewish.ru

## Бутылки от Plastic Technologies

Компания Plastic Technologies запускает в продажу новую серию бутылочек oPIT™, изготовленных из легкого материала – вспененного ПЭТ.

Инновационная новинка предназначена для молочного сектора. Главными особенностями тары является то, что она на 50% лучше за-

щищает от ультрафиолета, по сравнению с аналогичными бутылками из однослойного ПЭТ или полиэтилена высокой плотности.

Первыми в «свободную» продажу поступят бутылки емкостью 300 мл, которые имеют квадратную форму, а диаметр горлышка составляет 38 мм.

Их уникальность, помимо улучшенных барьерных свойств, заключается в том, что эта упаковка не только приятна на ощупь, но и «крепко» держится в руке, не выскальзывает. Помимо этого, новая тара предоставляет производителям более широкие возможности дизайна.

Агентство INFOLine

## Palsgaard®

### Palsgaard инвестирует в завод эмульгаторов

Датский поставщик пищевых ингредиентов Palsgaard намерен инвестировать в завод по производству эмульгаторов в Азии. Мощность завода составляет более 20 тыс. тонн в год.

Предварительные переговоры уже позволяют объявить о готовящейся сделке. Азиатский регион является одним из основных областей роста для Palsgaard в последние годы. «Для того чтобы удовлетворить растущие потребности клиентов в эмульгаторах и стабилизаторах высокого качества этот проект должен производиться в азиатском регионе. Сделка – вполне понятный шаг вперед в стратегическом развитии Palsgaard», – поясняет **г-н председатель Биргер Брик**.

Завод будет расположен в Сингапуре или в соседней Малайзии. Palsgaard уже имеет предприятие в Сингапуре с оборудованием для производства мороженого и соевого молока. Новый завод, по данным датской компании, спроектирован в соответствии с самыми современными стандартами, с точки зрения технологии производства, потребления энергии и воздействия на окружающую среду. Инвестиции в него составят около 30 млн долларов. Завод начнет работу во второй половине 2012 года.

IA DairyNews

## Пересадка эмбрионов. Впервые в России

Более чем 100 коровам из стада Великолукского молочного комбината в Псковской области пересадят эмбрионы от лучших американских производителей.

Как рассказал председатель комитета по АПК и природопользованию областного Собрания депутатов, председатель совета директоров комбината **Дмитрий Матвеев**, это может кардинально и достаточно бы-

стро улучшить генетику псковского стада.

Эмбрионы были выращены искусственно в специальной лаборатории в американской Ассоциации трансплантации эмбрионов из материалов, полученных от лучших мировых производителей. Всего в Псковскую область их доставлено 105. «Материал был доставлен еще в декабре, но были проблемы на таможне. Я благодарен за поддержку в этом вопросе администрации области. Мы первые в России, кто начал внедрять эту новую технологию. Благодаря нашим совместным усилиям, материал для трансплантации эмбрионов был доставлен еще двум российским компаниям, которые занимаются мясным животноводством», – отметил **Дмитрий Матвеев**.

Подсаживать эмбрионы будут приехавшие из Америки специалисты. «У наших врачей пока нет подобного опыта. А для того, чтобы эмбрионы прижились, необходимо не только правильно подобрать животное, но и грамотно провести операцию. Обычно приживается около 40-60%», – пояснил **Дмитрий Матвеев**. Стоимость каждого эмбриона составляет от 500 до 1,5 тыс. долларов – в зависимости от «именитости» родителей. Все быки, семенная жидкость которых использовалась, входят в топ-100 лучших животных в мире. А коровы, у которых «вымывались» яйцеклетки, стоят порядка 500-700 тыс. долларов.

В дальнейшем есть планы по организации на Великолукском молочном комбинате своей высокотехнологичной лаборатории по созданию исходного для выращивания эмбрионов материала.

www.regnum.ru

## Российские молочники изучат мировой опыт

На базе Санкт-Петербургского государственного аграрного университета будет создан Инновационный обучающий центр для переподготовки специалистов молочного животноводства.



Проект реализует компания «Danone-Юнимилк». Его суть – обобщение, систематизация и доведение до специалистов российских хозяйств передового мирового опыта управления молочным стадом.

В феврале обучение в центре начали 20 представителей аграрного сектора Уральского региона. Темы занятий: кормление крупного рогатого скота, заготовка грубых кормов,

заготовка силоса и сенажа, содержание крупного рогатого скота, ветеринария, воспроизводство крупного рогатого скота, выращивание молодняка крупного рогатого скота, качество молока и нормативные документы.

Теоретический блок будут давать лучшие преподаватели аграрного университета и зарубежные специалисты, практический блок предполагает занятия в передовых хозяйствах Ленинградской области под руководством специалистов ведущих консалтинговых компаний.

agro.ru

## Упакуются в Татарстане

В 2012 году «Камский полиграфический комбинат» планирует построить в Татарстане два производства упаковки и мелованного картона общей мощностью до 1 млрд единиц продукции в год.



КПК намерен потеснить на рынке международные компании Tetra Pak и SIG Combibloc, которые в настоящее время занимают до 95% рынка упаковки.

Собственники КПК не называются. Как уточнил исполнительный директор компании **Михаил Виноградов**, это «группа физических лиц» из Москвы и Татарстана. Известно, что они также являются владельцами «Липецкого офсетного комбината», зарегистрированного в 2009 году. Неназываемые инвесторы готовы вложить в татарстанские проекты около 8 млрд руб. Окупить их планируется за шесть лет. По словам господина Виноградова, реализация татарстанских проектов позволит занять от 5% до 10% российского рынка асептической упаковки.

Организация производства в ОЗЗ Татарстана потребует 5 млрд руб. инвестиций, в Чистополе – около 3 млрд руб. Строительство начнется в конце 2011 года, а к третьему кварталу 2012 года оба производства будут запущены. В основном они будут выпускать упаковку для молока, соков и товаров бытовой химии. По словам господина Виноградова, основными потребителями продукции КПК могут стать «Вимм Билль Данн», «Юнимилк», Procter & Gamble, Henkel, имеющие производство в российских регионах. Среди татарстанских компаний он назвал «Вамин» и «Нэфис Косметикс».

Коммерсант

IX Международный форум

# МОЛОЧНАЯ ИНДУСТРИЯ



www.dairy-industry.ru

## ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ:

Оборудование и технологии молочного животноводства  
Оборудование и технологии для производства  
молочной / молокосодержащей продукции  
Оборудование и технологии упаковки  
Пищевые ингредиенты, добавки и специи. Технологии применения  
Охлаждающие и нагревающие технологии и оборудование  
Готовая молочная продукция  
Оборудование и технологии для производства  
безопасной продукции. Контроль качества  
Инжиниринг  
Оборудование для торговли и HoReCa  
Отраслевые союзы и Ассоциации

## СЪЕЗД МОЛОЧНОГО СОЮЗА РОССИИ

Научно-практические конференции  
Панельные дискуссии  
Семинары  
Мастер-классы  
Технические экскурсии  
Конкурсная программа

# 15-18 марта 2011

Москва, Всероссийский Выставочный Центр, павильон №75



## III МЕЖДУНАРОДНЫЙ САЛОН СЫРА

### УЧАСТНИКИ САЛОНА:

посольства, профильные ассоциации, торговые  
организации, рестораны, производители сыров,  
вин, ингредиентов, оборудования

Доклады представителей производств  
Выступления экспертов – анализ рынка  
Дискуссии, мастер-классы, дегустации

Специальная экспозиция

### ОРГАНИЗАТОРЫ:



### ОФИЦИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА



Министерство  
Сельского Хозяйства



ТПП РФ



ПРАВИТЕЛЬСТВО  
МОСКВЫ

Тел.: +7 (495) 935-73-50, 935 81 40; Факс: +7 (495) 935-73-51  
E-mail: md@ite-expo.ru, www.ite-expo.ru, www.dairy-industry.ru

Компания: **Санкт-Петербургская общественная организация потребителей «Общественный контроль»**

# Вместо молочного жира – пальмовое масло!

**В** связи с вводом ФЗ № 88 «Технического регламента на молоко и молочную продукцию» ассортимент товаров молочной группы заметно расширился. Помимо сыров на прилавках появились сырные продукты, в составе которых допускаются растительные жиры.

Санкт-Петербургская общественная организация потребителей «Общественный контроль» решила проверить, соответству-

ют ли сырные продукты (в обиходе – колбасный сыр) требованиям Технического регламента.

Из восьми образцов, закупленных в розничной торговой сети, семь именовались сырным продуктом и только один – сыром. Все они были отправлены в испытательный центр ФГУ «Тест-С.-Петербург» для проведения независимой экспертизы.

Установлено, что информация на потребительской и производственной этикетках

## \* СПРАВКА:

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

сырного продукта «Сыр-Бор» производства «Завод упаковочного оборудования» противоречат друг другу. На потребительской этикетке торгового предприятия, в котором был закуплен образец (гипермаркет «Лента») отсутствует год выпуска продукции – дата изготовления указана как 03.02, время – 10:21, а срок годности – 72 часа. В то время как на самом батоне обозначенный срок годности составляет 50 суток. Дата изготовления и упаковывания на производ-

## Результаты экспертизы сырных продуктов

Наименование продукта	Сырный продукт «Рецепты проверенные временем»	Сырный продукт «Порховский»	Сырный продукт «Лухский»	Сырный продукт «Лидер Янтарный»
Производитель	ОАО «Елецкий гормол-завод»	ОАО «Маслосырзавод Порховский»	ООО «Родина», Нижегородская обл.	ЗАО «Янтарь», г. Воронеж
Дата изготовления	15.01.2010	20.01.2010	–	17.12.09
Масса, г	438 (1 батон)	1кг 358 г (1 батон)	1 кг 358 г (1 батон)	876 (1 батон)
Цена, руб.	89-90	81-90	49-90	116-80
Место закупки	«Полушка», Новочеркасский пр., 52А	«Семья», Новочеркасский пр., 52Б	«Народный», пр. Косыгина 21	ООО «Питерское», пр. Косыгина, 30, корп. 1
Т-ра холодильника магазина	+5°C	+5°C	+5°C	+5°C
Органолептические показатели, норма	Внешний вид и консистенция: форма упаковки. Консистенция от плотной, слегка упругой до пластичной, однородная по всей массе, сохраняющая форму после нарезания. При добавлении пищевых компонентов с их наличием. Вкус и запах: чистый, характерный для конкретного наименования сыра. У колченого – с привкусом копчения. Цвет: от белого до интенсивно-желтого, равномерный. У колченого – от желтого до светло-коричневого.			
Органолептические показатели, фактически	Внешний вид и консистенция: форма батона ненарушенная. Консистенция в меру плотная, однородная, сохраняющая форму после нарезания. Вкус и запах чистые, без посторонних привкуса и запаха, в меру выраженные, вкус – слегка кислинкой. Цвет белый с желтоватым оттенком, равномерный. Рисунок: с наличием единичных мелких воздушных пустот.	Внешний вид и консистенция: форма батона ненарушенная. Консистенция в меру плотная, слегка упругая, однородная, сохраняющая форму после нарезания. Вкус и запах чистые, без посторонних привкуса и запаха, со вкусом и ароматом копчения. Вкус островатый, в меру соленый. Цвет светло-желтый, равномерный. Рисунок: отсутствует.	Внешний вид и консистенция: форма батона ненарушенная. Консистенция в меру плотная, слегка упругая, сохраняющая форму после нарезания. <b>Вкус и запах недостаточно выраженные, вкус горьковатый.</b> Цвет светло-желтый. Рисунок: <b>с наличием желеобразных включений желтого цвета размером 2-4 мм, неравномерно распределенных на срезе батона.</b>	Внешний вид и консистенция: форма батона ненарушенная. Консистенция в меру плотная, слегка упругая, однородная по всей массе, сохраняющая форму после нарезания. Вкус и запах чистые, без посторонних привкуса и запаха, вкус – в меру выраженный, запах копчения. Цвет белый с желтоватым оттенком, равномерный. Рисунок: с наличием единичных мелких пустот.
Масс. доля влаги, % Норма/фактически	35,0-70,0 / 51,2±0,3	30,0-70,0 / 51,9±0,3	35,0-70,0 / 48,8±0,3	35,0-70,0 / 53,2±0,3
Масс. доля жира в сухом веществе, % По этикетке/ фактически Норма: до 54,0 включит.	40,0 / 50,58±0,83	40,0 / 42,53±0,83	40,0 / 47,44±0,83	45,0 / 45,83±0,83
Масс. доля повар. соли, % Норма/фактически	–	0,2-4,0 / 1,91±0,28	0,2-4,0 / 2,63±0,28	–
Маркировка	Не соответствует в части даты изготовления, упаковывания и сроков годности	Не соответствует в части даты изготовления, упаковывания и сроков годности; не указана масс. доля молочного жира в жировой фазе	Не соответствует в части даты изготовления и упаковывания	Не соответствует в части даты изготовления и упаковывания; в части масс. доли жира и масс. доли молочного жира в жировой фазе
Идентификация жировой основы, по НД	Содержание молочного жира в жировой фазе 13%	В составе продукта заявлен молочный жир 15, 82 г	Содержание молочного жира в жировой фазе 9,0%	Содержание молочного жира в жировой фазе 10-23%
Идентификация жировой основы, фактически	Жировая фаза продукта состоит их смеси растительных жиров и молочного жира. Содержание молочного жира в жировой фазе составляет менее 15%.	Жировая фаза продукта содержит пальмовое масло. Молочный жир не обнаружен.	Жировая фаза продукта содержит смесь пальмового масла и молочного жира. Содержание молочного жира в жировой фазе – менее 15%	Жировая фаза продукта содержит смесь кокосового масла и молочного жира. Содержание молочного жира в жировой фазе 16±3%
Соответствие НД, Федеральному закону №88-ФЗ	Не соответствует по показателю «Маркировка»	Не соответствует по показателям «Маркировка», «Идентификация жировой основы»	Не соответствует по показателям «Маркировка», «Органолептические показатели»	Не соответствует по показателям «Маркировка»

Данные экспертизы касаются исключительно конкретных образцов, представленных на экспертизу, а не всей аналогичной продукции данных предприятий-изготовителей

ственной маркировке вообще не значатся. Кроме того, на батоне не указана массовая доля молочного жира в жировой фазе, хотя тех.регламент обязывает производителя доводить до покупателя эту информацию.

«Мы можем предположить, что под сроком годности в 72 часа, указанном на потребительской этикетке гипермаркета «Лента», подразумевалось хранение сырного продукта после вскрытия производственной оболочки, – поясняет **специалист ФГУ «Тест-С.-Петербург» Ирина Швейкина.** – Но ведь для проведения испытаний закупились целые, а не разрезанные батоны. На потребительской этикетке не была указана дата упаковывания продукта».

Также в «Ленте» на потребительской этикетке образца сырного продукта «Город сыра» стоит дата изготовления 28.01.10, хотя на самом батоне проставлена другая дата – 23.01.10.

На батончике сырного продукта «Порховский», купленного в универсаме «Семья»,

было невозможно что-либо прочитать из-за парафиновой пленки. Различить цифры эксперты смогли только после вскрытия упаковки. Образец сырного продукта «Лухский», закупленный в торговом комплексе «Народный», отличился от остальных полным отсутствием информации о дате изготовления и упаковывания, не говоря уже о сроках годности. Зато он оказался самым дешевым.

«Маслосырзавод «Порховский» из Псковской области, указав на батоне содержание молочного жира в размере 15,82%, «закачал» в него только пальмовое масло! Продукт был приобретен в магазине «Семья».

Этикетка сыра копченого «Карат» единственная из всех полностью соответствовала требованиям «Техрегламента на молоко и молочную продукцию». Но, несмотря на это, образец оказался настоящим фальсификатом! Так как «Карат», согласно этикетке, является сыром, а не сырным продуктом, его жировая фаза должна была

содержать только молочный жир. Согласно протоколу испытаний, его было обнаружено в пять раз меньше! Основное содержание продукта – жиры растительного происхождения. При этом стоил сыр на порядок дороже по сравнению с другими.

На запрос СПб ООП «Общественный контроль» московская компания «Карат» сообщила, что признает факт фальсификации. По словам ее **генерального директора В. А. Корсуна**, «нарушение возникло вследствие использования фальсифицированного сырья». Компания пообещала усилить входной контроль компонентов по показателю «содержание жиров немолочного происхождения». Хотя, согласно ФЗ №29 «О качестве и безопасности пищевых продуктов», изготовитель фальсифицированной продукции обязан сам изъять ее из оборота.

Все материалы проверки «Общественный контроль» передал в органы прокуратуры и Роспотребнадзора. **mc**

### Результаты экспертизы сырных продуктов

Наименование продукта	Сыр копченый «Карат»	Сырный продукт «Сыр-Бор»	Сырный продукт «Лухский Вкусный»	Сырный продукт «Город сыра»
Производитель	ЗАО «Московский завод плавяных сыров «Карат»	ООО «Завод упаковочного оборудования», Ивановская обл., пос. Лух	ООО «Завод упаковочного оборудования», Ивановская обл., пос. Лух	ООО «Липецкий пищевой комбинат»
Дата изготовления	19.12.09	–	10.12.09	23.01.2010
Масса, г	612 (1 батон)	1 кг 550 г (1 батон)	996 (1 батон)	984(1 батон)
Цена, руб.	143-50	82-09	114-99	96-59
Место закупки	«Лента», пр. Энергетиков, 16А	«Лента», пр. Энергетиков, 16А	«Лента», пр. Энергетиков, 16А	«Лента», пр. Энергетиков, 16А
Т-ра холодильника магазина	+5°C	+5°C	+5°C	+5°C
Органолептические показатели, норма	Внешний вид и консистенция: форма упаковки. Консистенция от плотной, слегка упругой до пластичной, однородная по всей массе, сохраняющая форму после нарезания. При добавлении пищевкусовых компонентов с их наличием. Вкус и запах: чистый, характерный для конкретного наименования сыра. У копченого – с привкусом копчения. Цвет: от белого до интенсивно-желтого, равномерный. У копченого – от желтого до светло-коричневого.			
Органолептические показатели, фактически	Внешний вид и консистенция: форма батона ненарушенная. <b>Консистенция недостаточно плотная</b> , слегка мажущаяся, однородная по всей массе, сохраняющая форму после нарезания. Запах – выраженный аромат копчения, <b>с наличием постороннего запаха, несвойственного сыру данного наименования.</b> Цвет светло-желтый, равномерный. Рисунок: с наличием единичных мелких пустот.	Внешний вид и консистенция: форма батона ненарушенная. Консистенция плотная, упругая, однородная по всей массе, сохраняющая форму после нарезания. Вкус и запах чистые, без посторонних привкуса и запаха, со слабовыраженным привкусом копчения, в меру соленый. Цвет светло-желтый, равномерный. Рисунок: отсутствует.	Внешний вид и консистенция: форма батона ненарушенная. После разрезания защитной пленки, ее концы вдоль батона не соединяются. <b>Консистенция излишне плотная</b> , слегка упругая, однородная по всей массе, сохраняющая форму после нарезания. Вкус и запах чистые, без посторонних привкуса и запаха, со вкусом и ароматом копчения, вкус слегка островатый, в меру соленый. Цвет светло-желтый, равномерный. Рисунок: отсутствует.	Внешний вид и консистенция: форма батона ненарушенная. Консистенция в меру плотная, слегка упругая, однородная по всей массе, сохраняющая форму после нарезания. Вкус и запах чистые, без посторонних привкуса и запаха, со вкусом и ароматом копчения, вкус островатый, с легкой горчинкой в послевкусии, выраженный. Цвет светло-желтый, равномерный. Рисунок: с наличием единичных мелких пустот.
Масс. доля влаги, % Норма/фактически	35,0-70,0 / 47,0±0,3	35,0-70,0 / 42,1±0,3	35,0-70,0 / 42,6±0,3	35,0-70,0 / 55,2±0,3
Масс. доля жира в сухом веществе, % По этикетке/фактически Норма: до 54,0 включит.	40,0 / 42,19±0,83	40,0 / 39,69±0,83	40,0 / 38,95±0,83	40,0 / 46,12±0,83
Масс. доля повар. соли, % Норма/фактически	–	0,2-4,0 / 2,03±0,28	0,2-4,0 / 2,19±0,28	–
Маркировка	Соответствует требованиям № 88-ФЗ, гл. 12, ст. 36, п. 25, п. 27	Не соответствует в части даты изготовления, упаковывания и сроков годности; не указана масс. доля молочного жира в жировой фазе	Не соответствует в части даты изготовления, упаковывания и сроков годности; не указана масс. доля молочного жира в жировой фазе	Не соответствует в части даты изготовления, упаковывания и сроков годности
Идентификация жировой основы, по НД	Жировая фаза в сыре должна содержать только молочный жир	–	–	Содержание молочного жира в жировой фазе 15%
Идентификация жировой основы, фактически	Жировая фаза продукта содержит смесь растительных жиров и молочного жира. Содержание молочного жира в жировой фазе составляет 23±0,5%	Жировая фаза продукта содержит смесь растительных жиров, в том числе пальмовое масло.	Жировая фаза продукта содержит смесь растительных масел (в том числе пальмового и кокосового) и молочного жира. Содержание молочного жира в жировой фазе составляет 16±3%	Жировая фаза продукта содержит смесь пальмового масла и молочного жира. Содержание молочного жира в жировой фазе составляет 15±3%
Соответствие НД, Федеральному закону №88-ФЗ	Не соответствует по органолептическим показателям и по идентификации жировой основы	Не соответствует по показателям «Маркировка»	Не соответствует по показателям «Маркировка», «органолептические показатели»	Не соответствует по показателям «Маркировка»

Данные экспертизы касаются исключительно конкретных образцов, представленных на экспертизу, а не всей аналогичной продукции данных предприятий-изготовителей

Источник: Книга «Практические рекомендации сыроделам / П. Л. Г. МакСуини (ред.-сост.). – Пер. с англ. под ред. к. т. н. И. А. Шергиной. – СПб.: Профессия, 2010 г.

ИЗДАТЕЛЬСТВО  
ПРОФЕССИЯ

# Передовые технологии: НР-обработка сыра

**В** последние годы обозначился значительный интерес ко многим новым, развивающимся или нетрадиционным методам производства пищевых продуктов.

## Как применять высокое давление

Как правило, развитие этих методов стимулировалось потребительским спросом на минимально обработанные и «свежие» продукты, которые имеют желаемые параметры безопасности и сроки годности, но при этом не подвергаются чрезмерной обработке, т. е. их органолептические свойства и пищевая ценность не снижаются, в отличие от того, что обычно происходит при термической обработке.

Возможно, самой передовой из этого семейства новейших технологий является технология высокого давления (НР – high-pressure), которая заключается в том, что пищевые продукты подвергаются кратковременному воздействию давления намного выше атмосферного (100–1000 МПа). Продукт обычно обрабатывают партиями, причем упакованный продукт помещают в большой толстостенный стальной сосуд и подвергают высокому давлению опосредованно, т. е. через окружающую среду. Она передает давление, которое доводят до очень высокого уровня, чаще всего с использованием насоса или поршня. При обработке большинства продуктов высокое давление приводит к гибели вегетативных клеток (к сожалению, НР-обработка слабо воздействует на бактериальные эндоспоры), но вызывает лишь незначительные изменения органолептических характеристик или пищевой ценности продукта.

**«Самой передовой является технология высокого давления – high-pressure, когда продукты подвергаются кратковременному воздействию давления намного выше атмосферного».**

## Сырные эффекты

Применительно к сыру возможны два различных способа НР-обработки.

Первый – обработка молока, предназначенного для изготовления сыра. Воздействие высокого давления на молоко является комплексным, и мы не будем его подробно рассматривать. Однако конечным результатом, зависящим от прикладываемого давления, может быть изменение времени свертывания, возрастание прочности сгустка, а также переход сывороточных белков в сырный сгусток, причем наблюдается соответствующее увеличение выхода. Эффекты НР-обработки молока на характеристики и созревание сыра, сделанного из него, изучены в меньшей степени.

Второй – это обработка сыра. Сообщения из Японии, опубликованные в начале 1990-х гг., о том, что НР-обработка сырного зерна Чеддера может значительно ускорить созревание сыра, были в значительной степени опровергнуты более поздними научными исследованиями, хотя некоторое, относительно небольшое, ускорение протеолиза и инактивация контаминирующих микроорганизмов, безусловно, имеют место. Однако НР-обработка сыра Моцарелла потенциально имеет гораздо более интересные последствия, причем даже непродолжительная НР-обработка свежего сгустка оказывает весьма значительный эффект, поскольку приводит к гидрата-

ции белковых волокон и быстрому формированию заданных функциональных свойств.

## Технологические перспективы

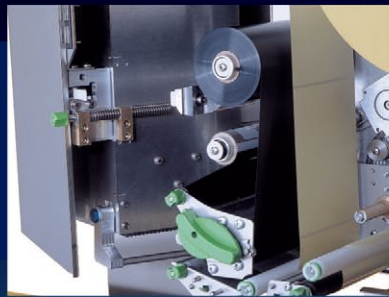
В целом, технология НР-обработки является крайне дорогостоящей и пока еще распространена в относительно небольших масштабах. На сегодняшний день, скорее всего, выгода для сыроделов не оправдывает инвестиций, которые потребовались бы для достаточно большого сыродельного завода. Тем не менее, остается несколько областей применения,

для которых исследования показывают целесообразность данного вида обработки, в частности, с учетом параметров созревания сыра, сделанного из молока, подвергнутого НР-обработке. Предварительные исследования применения технологии для ослабления бактерий заквасок в целях их использования в качестве добавок показали перспективность дальнейших исследований.

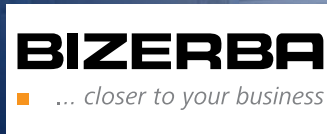
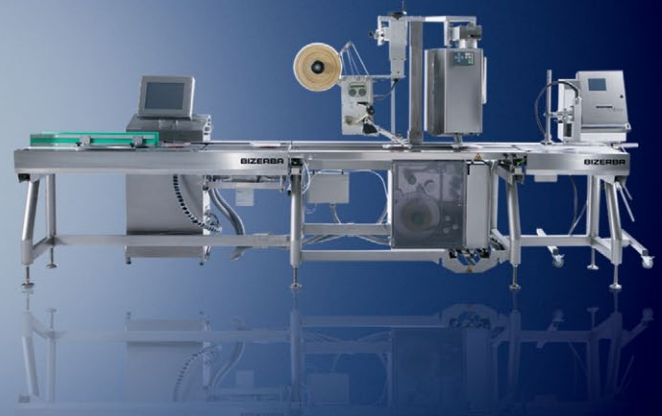
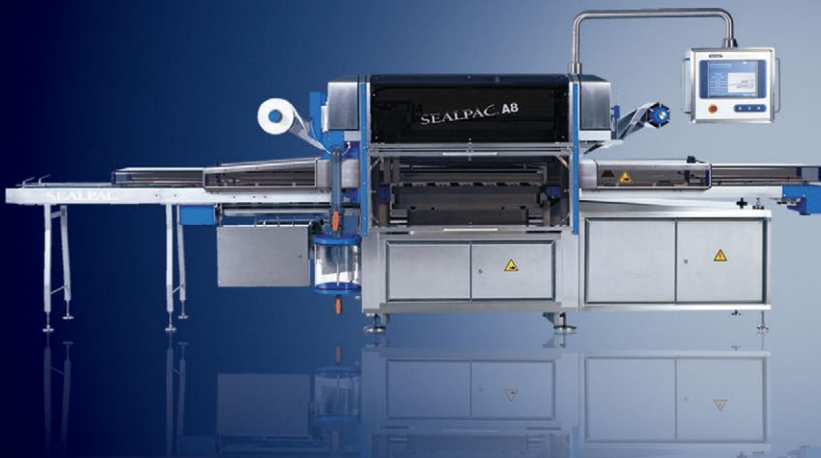
Сходной технологией, представляющей интерес для современных научных исследований, является гомогенизация с применением значительно более высокого давления, чем обычно, что приводит к образованию очень мелких глобул жира, а также инактивирует ферменты и бактерии, присутствующие в молоке. Ее потенциальное значение для обработки молока, предназначенного для изготовления сыра, является предметом дальнейшей серьезной исследовательской работы.

Другие технологии, которые обычно относят к категории новейших, включают в себя использование импульсных электрических полей, переменных магнитных полей и световых импульсов высокой интенсивности. До настоящего времени об их потенциальном значении применительно к сыроделию известно немного, так как технологии находятся на ранней стадии развития. **mc**





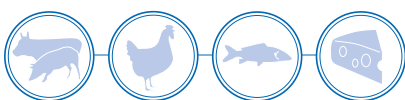
# Специалист в решениях по упаковке и весовой маркировке



Приглашаем Вас посетить наш стенд на выставке  
"МЯСНАЯ/МОЛОЧНАЯ ИНДУСТРИЯ 2011"  
с 15 по 18 марта  
Москва, ВВЦ, пав. 75, стенд G01  
Мы будем рады видеть Вас!

Для взвешивания, упаковки и этикетирования весовой продукции на пищевом производстве важна каждая минута: необходимо работать быстро и точно.

Компания SCHALLER LEBENSMITTELTECHNIK® хорошо понимает эти задачи на молочных и сыродельных предприятиях и представляет высокопроизводительные линии, состоящие из трейсилера SEALPAC® A8 и автоматического весового этикетировщика BIZERBA GLM-I, идеально подходящие для крупных промышленных предприятий.



**SCHALLER®**  
LEBENSMITTELTECHNIK

**Превратим идею в Ваш успех!**

**SCHALLER LEBENSMITTELTECHNIK®**

**ЗАО "ШАЛЛЕР"**

РФ 115054, Москва

Павелецкая площадь, дом 2, стр. 2

Тел.: +7-495-797 63 33, Факс: +7-495-797 63 44

e-mail: office.moskau@schalleraustria.com

SCHALLER TECHNOLOGY® | WIBERG® | STAR MIX® | PEBÖCK  
ITEC® | VORAN® | EFA | HOLAC® | LASKA | SEPAMATIC® | KNECHT  
INJECT STAR® | FOMACO | REX® | TIPPER TIE TECHNOPACK®  
TIPPER TIE ALPINA® | SCHALLER THERMOSTAR® | DOLESCHAL  
WEBER® | STORK TITAN® | HEINEN FREEZING  
SEALPAC® | KOMET | BIZERBA | HAAS



Автор:



**Алексей Кулич,**  
представитель компании  
в странах СНГ и Балтии

Компания:

**ICF&WELKO,**  
моб. тел.: +7 (495) 505-40-52,  
факс: +7 (495) 393-57-72,  
e-mail: icfmoscow@rambler.ru

# Современное оборудование для сушки и агломерации

**Сушилки распылительного типа по праву считаются одним из лучших инструментов переработки жидких молочных продуктов в сухие формы для длительного хранения.**

Преимущества порошкового молока известны: длительные сроки хранения (до двух лет), легкость в транспортировке (свежее молоко содержит до 88% воды), необременительные способы хранения и т. д.

Порошковое молоко и такие продукты, как сыворотка и белки, используются для приготовления молочных продуктов, детского питания, диетического и энергетического питания, для производства кондитерских изделий, шоколада, мороженого, быстрорастворимых напитков, в том числе для торговых автоматов, и многого другого.

Высушивание распылением (атомизация и микрокапсуляция) представляет собой самый распространенный, эффективный и экономичный способ получения молочных продуктов, гарантируя при этом высокое качество. Сушка распылением, при использовании современного оборудования и соблюдении допустимых технических характеристик, позволяет получать качественный продукт.

Исторически сложилось, что на территории бывшего СССР устанавливались сушилки одностадийной сушки различной модификации и формы. До сих пор на производствах используются сушилки производства 30-ти, а то и 40-летней давности. Без сомнения, за это время научная и конструкторская мысли ушли далеко вперед. И если к включению в производственный процесс вакуум-выпарных установок большинство производителей уже привыкло, тем более, что многие сушилки изначально

так комплектовались (молоко и молочные продукты, сыворотка могут быть концентрированы от 3-12% до 40-60% содержания сухих веществ, что дает значительную экономию в следующей фазе высушивания), то применение второй, а то и третьей стадии сушки многие директора предприятий и даже технологи считают излишеством, а иногда просто не знают об их существовании.

Между тем, уже вторая стадия сушки молочных продуктов, а точнее досушка в псевдо-кипящем слое открывает новые, интересные возможности перед производителями.

Продукт сушится в деликатном режиме. Смысл процесса заключается в том, что после сушильной башни, обработанный в щадящем режиме продукт имеет сравнительно высокую влажность и попадает на следующую стадию как бы недосушенным, и досушивается в псевдо-

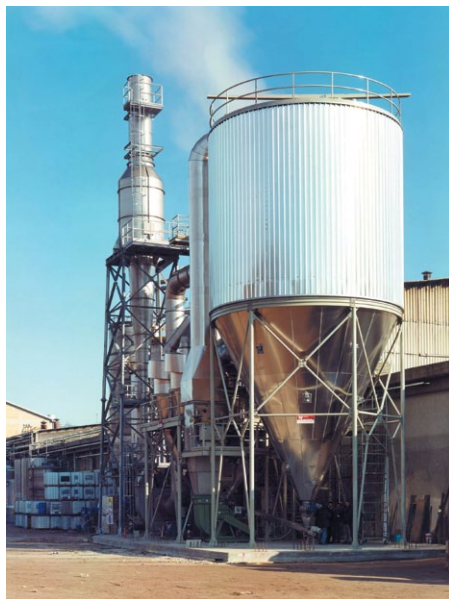
сжиженном слое, что позволяет получать продукт высокого качества, не разрушая в процессе сушки лактозу и белки. Кстати, это позволяет в некоторой степени экономить энергоносители, что немаловажно при ежегодном росте цен на них.

Мультистадийные сушилки, имеющие, например, интегральный «кипящий слой» или/и внешний вибрирующий «кипящий слой», позволяют получать продукцию высочайшего качества, полностью соответствующую Европейским стандартам, а по некоторым параметрам превосходящую их (конечно, при условии поступления доброкачественного исходного сырья).

В результате мультистадийного процесса производятся быстрорастворимые порошки с отличной сыпучестью, пониженным комкованием, состоящие из пустотелых микросфер, имеющих различные гранулометрии, в зависимости от типа продукта, типа используемой сушилки и геометрии применяемого процесса.

Гранулометрия может несколько отличаться, но суть остается: применяя многостадийную сушку, можно улучшить качество продукта в разы. Это тем более важно в нынешнее время жесткой конкуренции, поиска новых рынков сбыта, повышения требований к продукту со стороны конечного потребителя и сертифицирующих органов.

В качестве органичного дополнения, например, в виде know-how, итальянская компания «ICF&WELKO» предлагает комплектовать производственные линии агломераторами модели «RC.R», которые улучшают не только внешний вид, позволяя получать гранулированный продукт с гранулами 1-3 мм методом спекания паром, а также и показатели растворимости, сыпучесть,



пылиность и ряд других характеристик готового продукта, оставляя неизменными его физико-химические свойства. Помимо этого, они открывают серьезные перспективы перед производителями в области расширения ассортимента, позволяя создавать целую палитру новинок на основе спеченных, гранулированных смесей. Другие участники рынка предлагают в данном случае лишь сухое смешивание.

Новые технологии, а это практически нано- и микротехнологии, позволяют сконструировать изделие по заранее продуманным схемам. Причем заданные параметры будут четко отслеживаться автоматикой. Так, нашей компанией разработаны продукты на основе сыворотки, сои или растительных сливок, которые полностью заменяют натуральное молоко или сливки. Более того, можно придать продукту любой вкус и параметры. Что вы скажете о сухих йогуртах, порошковым белом шоколаде или сливках абсолютно без холестерина, которые к тому же образуют замечательную пенку в кофе?

Но и это еще не все! Огромные возможности дает технология микрокапсулирования вкусоароматики. Например, можно произвести белковую добавку в колбасу, которая раскроет свои вкусоароматические и стабилизирующие свойства при созревании в пути к потребителю или на полке магазина. Или – подготовить сухие смеси для приготовления мороженого, которые «раскрывают» свои вкусоароматические и стабилизирующие свойства лишь при достижении определенной температуры. И таких примеров, а точнее рецептов на базе технологий, разработанных «ICF&Welko», великое множество: жевательная конфета, не прилипающая к рукам, сухие гранулированные напитки, которые восстанавливают свойства и даже проявляют новые при определенных условиях.

За «умными» продуктами, которые способны изменять свои свойства при определенных, четко прописанных условиях, – будущее рынка!

Компания «ICF&WELKO» оснастит «под ключ» любое предприятие с необходимыми заказчику параметрами. Мощность может варьироваться от 50 кг/час до 25 тонн/час по сухому про-



Сушилки распылительного типа по праву считаются одним из лучших инструментов переработки жидких молочных продуктов в сухие формы для длительного хранения.



дукту. К тому же, «ICF&WELKO» также выпускает лабораторное оборудование. Наверняка у производителей возникает вопрос – возможно ли модернизировать имеющееся оборудование и довести его до уровня современных требований?.. Да, некоторые фирмы, в числе которых «ICF&WELKO», предоставляют такие возможности. В короткие сроки и за небольшие деньги вы можете довести показатели качества готовой продукции до уровня мировых стандартов.

Как правило, стоимость модернизации оборудования с лихвой окупается в первые 1-2 года за счет повышения качества выпускаемой продукции и уве-

личения отпускной цены на нее, увеличения рынков сбыта, расширения ассортиментной линейки и снижения накладных расходов.

К сожалению, в одной статье невозможно затронуть все стороны процесса переработки молочных продуктов. Вопрос сушки сыворотки, которую на подавляющем большинстве предприятий молочной промышленности просто сливают в канализацию, вопрос применения системы автоматической мойки оборудования, полностью исключая «человеческий фактор» на производстве, как и вопрос использования современных систем фильтрации, которые позволяют свести потери готового продукта к минимуму – все они сегодня остались «за кадром», так как заслуживают отдельного разговора.

В заключении хотелось бы затронуть еще один «большой» вопрос, в значительной степени влияющий на качество продукции и накладные расходы компании – речь об автоматизации контроля процесса производства. Очень важно, чтобы такой контроль был надежным, незамедлительным и гибким. Основные поставщики оборудования предлагают полностью или почти полностью автоматизировать производственный процесс. «ICF&WELKO» предлагает электронный пульт супервизора, посредством которого контролируется управление производством и состояние работы оборудования, а также несколько местных пультов, откуда управляют порядком работы, рецептами, тревогами, промывками и т. д.

В автоматическом режиме разница, скажем, температуры при сушке продукта может колебаться только на десятые или сотые доли градуса, а при ручной регулировке нередко колебания на десятки градусов, особенно, как вы наверняка знаете, в третью смену или после праздников. О каком качестве конечной продукции после этого может идти речь?

Необходимо понимать, что современный рынок молочных продуктов динамично развивается, диктуя свои жесткие условия, и предприятия, работающие «по старинке», да «на глазок», не вкладывающие средства в собственное техническое перевооружение, будут в скором времени отодвинуты на второй план, а то и вовсе вытеснены с рынка. ■



Автор:



**Евгений Верхоломов,**  
директор компании «Гера»

Компания:

**ООО «Гера»**

394070, г. Воронеж, ул. Берег реки Дон, д. 26,  
тел./факс: +7 (4732) 26-08-89, 34-55-54, 34-53-72,  
www.uvmilk.ru  
e-mail: uvmilk@yandex.ru

## Чистое молоко – чистая прибыль

Фильтр производства компании «Гера» не только эффективно – на 98% – очищает молоко от механической грязи, уменьшая его бакобсемененность, кислотность и повышая таким образом термостойкость, но и на 50-60% снижает количество соматических клеток.

Воронежской компании «Гера» удалось создать принципиально новый фильтр для тонкой очистки молока. Он беспрепятственно пропускает большие жировые шарики (20-25 мкн.), а мелкие частицы грязи (10 мкн.) задерживает внутри фильтрующего элемента. Изобретение запатентовано как устройство фильтрации пищевых жидкостей, преимущественно молока.

Конструктивно фильтр состоит из корпуса, сделанного из нержавеющей

стали, что гарантирует долгий срок эксплуатации, и помещенного в нем сменного цилиндрического фильтрующего элемента. Его картридж рассчитан на очистку от 2 до 100 тонн молока (в зависимости от загрязненности). При фильтрации охлажденного молока эти показатели снижаются на 25%. Это связано с тем, что по мере остывания частички грязи растворяются в молоке, и тогда ни один фильтр не сможет их задержать.

Фильтр от компании «Гера» не только эффективно (на 98%) очищает молоко от механической грязи, уменьшая его бакобсемененность, кислотность и повышая таким образом термостойкость, но и существенно (на 50-60%) снижает количество соматических клеток, удаляя гнойно-кровяные продукты мастита.

Фильтры тонкой очистки молока универсальны, просты в использовании и обслуживании. Их можно вмонтировать на любом участке технологической цепи производства молока, но – если есть насос. Фильтр устанавливается в разрез шланга после насоса перед охладителем.

Сейчас фильтры используют более 2 тыс. российских молочных заводов и хозяйств – от мелких до самых крупных. Начиная с 2007 года клиентами «Геры» стали также предприятия в Белоруссии, на Украине, в Молдове. Словом, растет число тех, кто убедился: фильтры тонкой очистки молока от компании «Гера» повышают сортность, увеличивают срок хранения молока и, соответственно, прибыль хозяйства. **□**

# ФИЛЬТРЫ ТОНКОЙ ОЧИСТКИ МОЛОКА

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

- очищение 98% механических примесей
- понижение количества соматических клеток на 50-60%
- увеличение срока хранения молока
- снижение бактериальной обсемененности
- увеличение прибыли предприятия

По вопросам сотрудничества, эксплуатации и приобретения обращайтесь:  
ООО «Гера», 394070 г. Воронеж, ул. Берег Реки Дон, 26;  
тел: 8-800-2000-338 (ЗВОНОК БЕСПЛАТНЫЙ)  
тел./факс: +7 (473) 226-08-89, 234-55-54; e-mail: uvmilk@ya.ru



# Российский

НАЦИОНАЛЬНАЯ ВЫСТАВКА

НАЦИОНАЛЬНАЯ ВЫСТАВКА ПИЩЕВОЙ И  
ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ



г. Москва,  
МВЦ «Крокус-Экспо»

**14-16**  
**ИЮНЯ**



(495) 229-28-31 [www.rb-expo.ru](http://www.rb-expo.ru)

Автор:



Виктория Загоровская

Для настоящих гурманов важен не только вкус, но и вид продукта. По данным NP Consulting, при выборе сыра более трети потребителей руководствуются его ценой и почти столько же – дизайном и видом упаковки. На вкусе фокусируют внимание 16%, вес и сроки хранения имеют определяющее значение для 9% и 7% соответственно.

## Держать сыр «колесом»!

В России доля сыра, который не требует дальнейшей фасовки непосредственно в магазине, составляет около 20%. Большинство сыроделов поставляют продукт в виде голов размером от 1,5 до 7-8 кг. Так что конечный потребитель видит не красивую упаковку с названием марки, а стандартные, нарезанные в магазинах и завернутые в пленку бруски по 200-300 г.

В настоящее время в России рынок фасованного твердого сыра делится следующим образом: 88% приходится на фасованный кусок (упаковка в вакуум, флоупак), 8% на нарезку (упаковка мультивак) и 4% на тертый сыр (упаковка флоупак, пищевой пластик).

Способ упаковки и материал выбирается в соответствии с видом сыра и технологическими требованиями. Для мягких сортов и сыров, созревающих с поверхности, с небольшим сроком хранения и потребностью в доступе кислорода, подойдет простое обертывание. Стрейч-пленка используется, когда продукт поступает маленькими партиями и не должен долго лежать на прилавках.

Лучше всего сыр хранит его собственная корка. Если сыры идут на продажу целыми головками, чаще всего они покрыты натуральной коркой, парафином или упакованы в вакуумный пакет. Также вакуумная упаковка популярна, когда сыр поставляется небольшими кусочками для магазинов с самообслуживанием. Она используется для длительного хранения твердых и полутвердых сортов, поскольку предохраняет от формирования плесени и высыхания поверхности.

Для твердых и полутвердых сыров со средним сроком хранения все более востребованной становится упаковка в газовой или модифицированной среде (МАР), которая, благодаря добавлению углекислого газа и снижению уровня кислорода, позволяет избежать образования плесени и увеличить срок годности продукта. Сыр выглядит очень естественно, не прессуется и не деформируется. Появились эксперименты по упаковке больших голов в фольгу – продукт в ней свободней дышит, однако сохнет гораздо быстрее, чем в вакуумной упаковке.

Результаты проведенных исследований показали, что в отношении упаковки покупатели высказывают следующие требования: увеличение времени хранения сыра в домашних условиях, гигиеничность продукта (чтобы к нему не прикасались руки продавцов и фасовщиков), гарантия качества (невозможность наклеить этикетку с новым сроком выработки и хранения в магазине), небольшой вес, удобство транспортировки и потребления продукта (нарезка), эстетичный внешний вид упаковки.

В связи с ростом популярности сегмента компания «Валио» летом планирует начать производство сыра в нарезке на заводе «Ершово». Осенью прошлого года на прилавках российских магазинов появились сыры под брендом «Гранфор» компании «Вимм-Билль-Данн». Продукт представлен в упаковках трех разных форматов: от больших голов весом до 2,5 кг до кусков по 250 г и нарезки весом 150 г. Сыр также производится в удобном для розницы формате «колесо» (12 кг) и «брус» (3 кг).

Завод «Плавыч» (Барнаул) в декабре 2010 года начал выпуск колбасных сыров точной фасовки. Новинка представлена в батонах по 180 и 400 г. Точный вес позволяет наносить на каждую упаковку штрих-код, что выгодно при работе с торговыми сетями.

Кубанская «Калория» летом 2010 года заявила о планах ввести линию упаковки, которая позволит фасовать сыры в особую барьерную пленку нового поколения с жестким дном и легко открывающейся крышкой.

Ирландский производитель сыров Carbery в конце года представил свой бренд Dubliner в упаковке с системой DoubleZip. Система представляет собой двойную застежку, позволяющую повторно закрывать упаковку. Она обеспечивает более эффективное запечатывание упаковки и долгий срок хранения продукта. Кроме того, потребителю



Сыры под брендом «Гранфор» от ВБД будут производиться в удобном для розницы формате «колесо» и «брус».

не нужно дополнительно упаковывать продукт, например, в целлофан.

Компания Emmi, крупный швейцарский производитель сыров и молочной продукции, еще в 2009 году выпустила наборы твердых сыров «Käsplättli» в упаковке из пластиковой подложки, разделенной на четыре отсека с разными сырами. Она запаяна пленкой, произведенной Amcor Flexibles, на которую нанесена контурная перфорация. Благодаря технологии перфорации Amcor можно вскрыть всю упаковку сразу или открывать отсеки по очереди, тем самым сохраняя остальные куски сыра свежими и необветренными.



Система Zip-Pak обеспечивает эффективное запечатывание упаковки и долгий срок хранения продукта.

Каждый сыр заслуживает того, чтобы быть упакованным красиво. Австралийское креативное агентство The Grain упаковало кусочки сыра от Mainland в картонные пачки, на которых расположено фото того вида сыра, который там находится. Внутренняя поверхность упаковки «затянута» названием продукта, напечатанным светло-серыми крупными буквами десятками раз. При этом слова расположены так плотно, что создается ощущение, будто поверхность буквально из них сплетена.



Упаковка твердых сыров «Käsplättli» запаяна пленкой с нанесенной контурной перфорацией, которая позволяет открыть упаковку целиком или ее отсеки по очереди.

А в преддверии Дня Святого Валентина британская Pilgrims Choice предложила отойти от традиционных для праздника шоколада и красных роз и подарить своим любимым сыр специальной серии I love cheese в упаковке сердечком.

По прогнозам экспертов, в России в ближайшем будущем оригинально упакованный сыр на полках супермаркетов, по-прежнему, будет редкостью. «Сырный» рынок станет более брендированным, широкое распространение полу-

чат частные марки. Так, в 2009 году на сырзаводах, входящих в группу компаний «Доминант», запустили марку «Кубанский молочник». В начале 2010 года свою марку «Аланталь» создал «Порховский».

Продолжится смещение спроса в сторону продуктов в небольшой упаковке, которая становится все более удобной и компактной. Наиболее быстрый рост будет наблюдаться в сегменте фасованной продукции. Среди компаний, реализующих «фасовку» на российском рынке сыра можно выделить «ТД «ПиР» (Московская область), «Невские Сыры» (Санкт-Петербург), «Артис-Дистрибуция» (российский дистрибьютор шведско-датской компании «Арла Фудс Артис»).



Pilgrims Cheese – одна из самых известных в Великобритании торговых марок сыра. «Праздничная» серия сыров выпущена ограниченной партией ко Дню Святого Валентина.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА



Игорь Кочанов, руководитель группы по продаже весовой техники и оборудования для нарезки и упаковки Schaller Lebensmitteltechnik

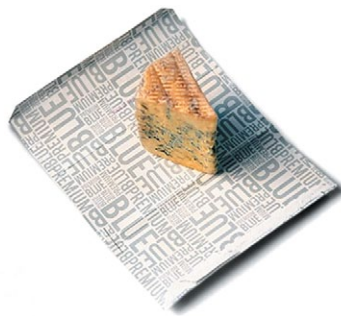
На российском сырном рынке существует четкая тенденция увеличения доли промышленной потребительской упаковки, отход от полукустарной упаковки, изготовленной на полуавтоматах или вручную, и переход к серьезным упаковочным решениям.

Все идеи в области форм и методов торговли, а также промышленной упаковки приходят к нам с Запада и сталкиваются с потребительским спросом на российский рынок, который, как известно, ниже, чем в европейских странах. Поэтому речь идет лишь о времени, которое должно пройти для того, чтобы те или иные формы упаковки стали востребованы в России. На данный момент основными трендами я бы назвал:

- увеличение доли нарезки фиксированного веса местного или прибалтийского производства;
- увеличение импорта дорогих сортов типа горгонцолла, грийер;
- увеличение доли упакованного кускового сыра.

В основном мысли производителей крутятся вокруг стандартных решений: нарезка сыра стопкой и черепицей в газовой среде на термоформовочных машинах. Все чаще делают упакованные кусочки в защитной атмосфере.

Основные методы упаковки в газовую защитную среду обеспечивают сроки хранения от 2 до 4 месяцев в зависимости от сорта сыра и гигиены производства. Перспективными представляются дальнейшие эксперименты с газами и пленками. Использование новых концепций, таких как EasyPeelPoint, а также эксперименты с формой упаковки еще, видимо, далеко впереди. **МС**



Кусочки сыра от Mainland упакованы в картонные пачки, на которых расположено фото того вида сыра, который в них находится.



**ЗАО «ШАЛЛЕР»**

РФ, 115054, г. Москва,  
Павелецкая площадь, д. 2, стр. 2,  
тел.: +7 (495) 797-63-33,  
факс: +7 (495) 797-63-44,  
e-mail: office.moskau@schalleraustria.com

**NORBERT SCHALLER GESMBH**

Ares-Tower, Donau-City-Strasse 11  
1220 Wien, Austria,  
tel.: +43-1-368-65-05,  
fax: +43-1-368-66-36,  
e-mail: office@schalleraustria.com  
www.schalleraustria.com

# Перспективные решения для упаковки сыра

Российский рынок сыра по сравнению с Европой считается малоразвитым. Согласно данным Ростата, потребление сыра в России в 2008 году на человека составило 5,4 кг, тогда как в среднем по Европе этот показатель достигает 15 кг, а во Франции – самой «сырной стране» – более 20 кг.

Но в последние годы эта ситуация меняется стремительными темпами. Потребление сыра в России активно растет, несмотря на постоянное увеличение цен на этот продукт. Появляются все больше российских производителей, не дремлют и иностранцы, пробивая себе путь на полки отечественных магазинов. Конкуренция в отрасли усиливается, и производителям приходится все больше внимания обращать на качественную и привлекательную упаковку товара, позволяющую существенно повысить продажи продукта. Задуматься о вопросе упаковки производителей заставляет также активное развитие супермаркетов, требующих привлекательной и заметной презентации сыра на прилавках. Вместо неприметных кусков сыра в прозрачной пленке на полках магазинов появляется все больше стильных, красиво оформленных упаковок, снабженных к тому же множеством дополнительных преимуществ для покупателей. Производители стараются создать удобные и готовые для потребления продукты из сыра, такие как упаковки с сырной нарезкой, сыр для пиццы в натертом виде или порционно упакованный сыр для жарки. После покупки такого продукта от потребителя требуется минимум усилий для дальнейшей его обработки или приготовления. А для хранения оставшегося продукта в холодильнике придумана специальная упаковка с возможностью повторного закрывания/открывания.

Вместо скучных термоусадочных пакетов для упаковки твердых сыров в последнее время все чаще используется новое упаковочное решение ShrinkStyle® компании Sealpac, совмещающее в себе преимущества упаковки по технологиям глубокой вытяжки и термоусадки. Это решение позволяет более привлекательно представить кусковой сыр или небольшие сырные головки на прилавках магазинов. При использовании ShrinkStyle® сначала формируется нижняя плен-

**Термоформеры Sealpac подходят для реализации многих упаковочных решений, например, упаковка под вакуумом, MAP или термоскин.**



ка в лоток определенной формы, точно соответствующий упаковываемому продукту. Затем с помощью специальной технологии вакуумирования происходит процесс вакуумной упаковки. После вакуумирования и сваривания лотка с верхней пленкой производится поперечное, продольное или иное вырезание по контуру продукта с помощью контурного реза. Полученная упаковка подвергается процессу термоусадки, в результате чего пленка облегает продукт как вторая кожа. Благодаря специальной системе укладки продукта практически полностью исключается часто встречающаяся проблема микробиологического загрязнения сварной кромки. Данная технология обеспечивает оптимальное протекание процессов созревания и хранения сыра. Прочное сваривание защищает продукт при прохождении всей логистической цепочки – до его поступления в холодильники торговых сетей.

По сравнению с упаковкой в термоусадочные пакеты огромным преимуществом технологии ShrinkStyle® является ее экономичность. Во-первых, пленка в рулоне стоит дешевле, чем термоусадочные пакеты. Во-вторых, при упаковке по технологии ShrinkStyle® процесс укладки выглядит существенно проще: продукт просто кладется сверху, тогда как при упаковке в термоусадочные пакеты сыр необходимо помещать в них. Соответственно, при использовании технологии ShrinkStyle® понижаются затраты на персонал и повышается производительность линии. Кроме того, продукт, упакованный по этой технологии, имеет традиционный для российского потребителя вид, но с существенно увеличенными сроками хранения и более прочной упаковкой.

Технология ShrinkStyle® применяется на всех термоформирующих машинах SEALPAC модельного ряда RE и позволяет использовать все стандартные термоусадочные пленки и пленки для созревания продукта вне зависимости от их толщины или наносимого печатного изображения. При этом термоформеры Sealpac подходят также для реализации многих других упаковочных решений, например, упаковка под вакуумом, MAP или термоскин. Подобное сочетание делает машины Sealpac максимально гибкими и позволяет производителям, имеющим в своем распоряжении данную техни-

ку, быстро реагировать на рыночные изменения.

Кстати, наиболее часто для сырной нарезки используется как раз упаковка в модифицированную газовую атмосферу (MAP), производимая на термоформерах или трейсилерах Sealpac.

При этом можно применять пленки с возможностью повторного открывания/закрывания. В упаковочных машинах Sealpac есть специальный сваривающий инструмент, предназначенный для работы с подобными пленками. Благодаря формирующей системе Rapid-Air-System термоформеры Sealpac позволяют улучшить качество формования и сделать более прочными уголки сформованной нижней пленки, что в итоге обеспечивает исключительный дизайн упаковки без применения дорогостоящих инструментов предварительного нагревания или штампов.

Так как сыр – это живой продукт, процессы созревания которого продолжают протекать и в конечной упаковке, вопросы правильного выбора упаковочных материалов и смесей газов весьма важны. В упаковочных машинах Sealpac предусмотрена система анализа в режиме online, осуществляющая непрерывный контроль смесей газов в упаковке во время всего производственного процесса.

Недавно компания Sealpac разработала еще одно интересное упаковочное решение – это система EasyPeelPoint, созданная для более простого открывания упаковки. Она представляет собой небольшое углубление в контуре на уголке лотка, в месте захвата пленки для ее отрыва. В него вдавливается уголок верхней пленки, отделяясь затем от кромки проще и без повреждений. Эта технология достаточно проста в производстве и применима на любых трейсилерах и термоформерах SEALPAC. Кроме того, система EasyPeelPoint удобна при транспортировке и складировании упаковок. Она может использоваться для всех распространенных размеров лотков, что позволяет не менять стандартные форматы упаковки и, тем самым, не вносить изменения в существующие логистические процессы предприятия.


При упаковке на термоформерах отрывной уголок, расположенный внутри контура упаковки, эффективно предотвращает самопроизвольное «холодное сваривание», которое возникает систематически в зоне резки во время текущих термоформовочных процессов. Кроме того, технология EasyPeelPoint не требует применения специальных систем резки. При



Система EasyPeelPoint создана для более простого открывания упаковки. Она представляет собой небольшое углубление в контуре на уголке лотка, в месте захвата пленки для ее отрыва.

упаковке на трейсилерах применяемые лотки оснащаются двумя точками открывания, расположенными по диагонали друг к другу, поэтому не имеет значения, с какой стороны лотки будут располагаться на подающем транспортере. Это повышает эффективность процесса упаковки, так как устраняются потери, вызванные ошибками при переворачивании лотков.

В заключение стоит упомянуть о том, что ни одно комплексное упаковочное решение не обходится без техники для взвешивания и этикетировки Bizerba, позволяющей получить на выходе готовую упаковку с подводящей этикеткой, содержащей всю необходимую информацию. Для контроля веса упаковок в линию с упаковочной машиной обычно встраиваются весы и металлодетекторы, которые сразу отбраковывают упаковки с недостаточным весом.

Эти и многие другие комплексные упаковочные решения эксклюзивно предлагает на российском рынке компания SCHALLER LEBENSMITTELTECHNIK®. 

Авторы: **В. Ф. Король**, **Г. Н. Лахоткина**  
к.т.н., доц. г. Брянск, РГТЭУ

# Молочные напитки из люпина

Одной из важнейших и приоритетных задач государства является восстановление структуры, полноценности и безопасности питания населения России. Решению этих задач способствует проведение научных исследований, направленных на создание новых продуктов питания с использованием функциональных пищевых ингредиентов, повышающих их пищевую и биологическую ценность.

Наиболее доступными для населения являются молочные продукты, которые можно разделить на цельномолочные, творожные и сырные. Для выработки этих продуктов используют цельное, обезжиренное, сухое молоко и побочные продукты их переработки, в том числе молочную сыворотку. Особую группу цельномолочной продукции составляют молочные напитки. Потребителю предлагается широкий ассортимент напитков, произведенных, в основном, из молока и с различными растительными добавками. Популярными становятся такие молочные напитки, как йогурт, лактинэль, лазотель.

В соответствии с Федеральным законом 88-ФЗ «Технический регламент на молоко и молочную продукцию» введены понятия – заменитель молочного продукта (далее заменитель), состоящий в основном из немолочных компонентов; молочный напиток обогащенный, содержащий не менее 50% молока или продуктов его переработки, и др.

Для стабилизации структуры молочных напитков используют модифицированный крахмал, пектины и другие компоненты, что ведет к их удорожанию. Более дешевыми могут быть напитки при сочетании молока с компонентами растительного происхождения, для которых показателем стабилизации их структуры является степень измельчения.

При измельчении ингредиентов растительного происхождения на устройствах типа коллоидная мельница происходит разделение белков на растворимую и нерастворимую фазы. В растворимой области происходит образование гидроколлоидов. В нерастворимой коллоидные частицы создают композиты, устойчивые к низким значениям pH, силам сдвига, воздействию на ионы макро- и микроэлементов, тепловой обработке.

Использование ингредиентов растительного происхождения предотвращает дестабилизацию

структуры, и они могут удовлетворять технологическим и органолептическим требованиям молочного напитка. В этой связи актуально проведение работ по изучению функциональных особенностей продуктов питания, сочетающих вышеуказанные ингредиенты в молочных напитках.

Молочные напитки можно представить еще в виде многокомпонентных смесей, в состав которых входят зерновые и зернобобовые функциональные ингредиенты. Важным показателем таких смесей, является ее дисперсность, т. е. степень измельчения, которая придает продукту однородность. От степени измельчения растительных компонентов, из которых состоит продукт, зависит усвояемость организмом человека и устойчивость структуры к расслоению.

Поэтому одним из основных требований к этим продуктам питания является создание тонкодисперсной структуры зерновых и зернобобовых ингредиентов.

Популярными становятся напитки из молока с различными растительными добавками: йогурт, лактинэль, лазотель.

Внесение в молочные напитки ингредиентов с тонкой дисперсной структурой позволит создать легкоусвояемые продукты, обладающие высокой пищевой и биологической ценностью, обогащенные полиненасыщенными жирными кислотами, пищевыми волокнами, витаминами, бета-каротинами и минеральными веществами.

Молочные напитки отличаются видом и содержанием белков, значениями pH, технологическими условиями производства.

Например, в молочных напитках с растительными компонентами кислотность pH=6,6-6,8 увеличиваются сроки годности.

В России из зернобобовых ингредиентов наиболее востребованными являются соя и горох, и начаты работы по использованию люпина продовольственного (ТУ 9716-001-11951678-2003 гигиеническое заключение № 57.01.01.000.T.000094.09.03 от 16.09.2003 г.).

**Таблица 1. Пищевая ценность натуральных молочных продуктов и заменителей молочного продукта (в расчете на 100 г продукта).**

Показатель	Обезжиренное молоко	Соевый заменитель	Люпиновый заменитель
Сухое вещество, г	8,4	9,0	10,5
Белок, г	3,5	2,76	4,20
Жир, г	0,5	2,31	0,3
Клетчатка, г	–	0,42	1,90
Фосфор, г	0,17	0,07	0,03
Кальций, г	0,12	0,04	0,07
Каротин, г	–	–	0,02
Усвояемость питательных веществ, %	88-90	78-84	80-87

Все вышеуказанные зернобобовые культуры являются высокобелковыми продуктами, так, например, в горохе содержится 20-21% белка, в сое и люпине более 30,0%, в зависимости от сорта и места произрастания, поэтому они могут являться сырьем для производства заменителей молочных продуктов.

Наиболее известные заменители молочного продукта – соевое молоко, где компонентами являются соя и питьевая вода, а также молочные напитки обогащенные – смеси натурального обезжиренного молока с соевыми продуктами, такими как дезодорированная мука, концентраты, изоляты. ВНИИ люпина разработал аналогичный заменитель молочного продукта на основе люпина, который содержит в 100 раз больше каротина и каротиноидов, чем соя, имеет красивый лилово-желтый оттенок и лучшие потребительские свойства.

Проведем анализ пищевой ценности заменителей молочного продукта из сои и люпина и сравним их с обезжиренным молоком. Данные табл. 1 свидетельствуют о том, что соевый и люпиновый заменители молочного продукта незначительно уступают обезжиренному молоку по пищевой ценности и по содержанию кальция, фосфора. Вместе с этим они содержат необходимую для человека клетчатку.

Сопоставление аминокислотного состава заменителя молочного продукта из люпина и рекомендуемого аминокислотного состава продукта по данным ФАО ВОЗ приведено на рис. 1.

Заменители молочного продукта из сои и люпина изготавливаются таким образом: люпин продовольственный или соя перед приготовлением засыпается в емкость с питьевой водой, выдерживается не менее четырех часов для набухания, затем измельчается. Полученную смесь разбавляют питьевой водой, а затем продукт пастеризуется при температуре 90-95°C. По такой же технологии приготавливали в ТатНИИСХ заменители из гороха, сои и люпина, а затем сушили (табл. 2).

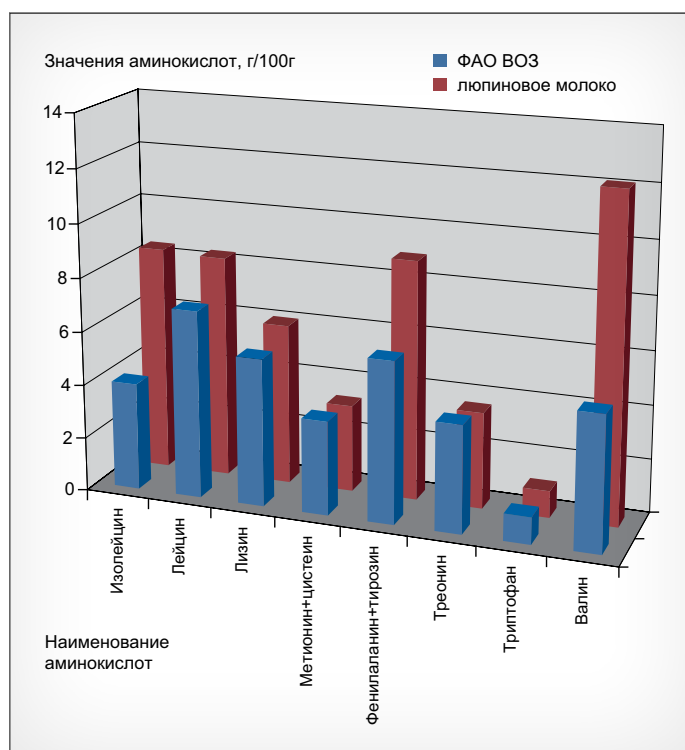
Как видно из табл. 2, белка в растительном заменителе из гороха содержится на 36,4% меньше, чем в сухом обезжиренном молоке. В заменителях из люпина белка меньше на 16,1%, а у сои на 7,7%. Содержание жира в люпиновом и соевом заменителях соответственно в 2 и 5,5 раза выше, чем в сухом обезжиренном молоке. По содержанию микроэлемента железа все зернобобовые растительные заменители превосходят сухое обезжиренное молоко в 16-50 раз.

Из исследований того же института следует, что повышенная пищевая ценность и минимальные затраты при производстве свойственны заменителям из люпина. Ранее основным компонентом в заменителях молочного продукта была питьевая вода. Вместо питьевой воды по новой технологии

**Таблица 2. Сравнительная питательная ценность сухих заменителей и обезжиренного молока.**

Показатели	Сухое обезжиренное молоко	Заменители сухого обезжиренного молока		
		Гороховый	Люпиновый	Соевый
Жир, г	3,2	2,2	7,6	17,2
Белок, г	41,1	25,4	33,5	37,0
Клетчатка,	–	6,3	15,2	8,2
Железо, мг	0,4	7,0	20,5	14,5

**Рис. 1. Аминокислотный состав заменителя молочного продукта (питьевая вода – люпин).**



обезгорчивания продовольственного люпина авторами использовалась молочная сыворотка, которая позволяет повысить пищевую ценность заменителя молочного продукта до обогащенного молочного напитка, обладающего свойствами функционального продукта питания.

Такие продукты питания стоят дешевле в сравнении с молочными из-за меньшей стоимости продовольственного люпина и молочной сыворотки. Известны несколько видов молочной сыворотки: казеиновая; наиболее ценная – сырная; творожная. Они имеют различные биохимические показатели и пищевую ценность и могут использоваться для обезгорчивания семян люпина.

Анализ таблицы 3 показывает, что молочная сыворотка содержит белка до 0,8% и жира до 0,35%, лактозы – до 4,9%, что улучшает белковую и жировую составляющую люпинового

**Таблица 3. Питательная ценность различных видов молочной сыворотки, % сухого вещества.**

Показатели	Сырная	Творожная
Кислотность, рН	6,5-6,8	4,0-4,8
Жира	0,3-0,35	0,1
Белка	0,7-0,8	0,6-0,7
Лактоза	4,7-4,9	4,0-4,7
Сухие вещества	6,8	6,4
Кислота молочная	0,14	0,47
β-каротин, мкг/100 гр.	1,3	7,5

молочного напитка, по сравнению с заменителями молочного продукта. Примечательно то, что лактоза – молочный сахар – составляет 27% от сладости сахарозы, но питательные свойства ее выше, чем сахарозы, и она легко усваивается организмом. Физико-химический состав молочных сывороток позволяет обогащать молочные напитки белками, минеральными веществами и улучшает соотношение между кальцием и фосфором. В молочной сыворотке обнаружено более 30 макро-, микро- и ультраэлементов. В молочную сыворотку переходят практически все витамины молока. Белковый, углеводный и липидный комплексы молочной сыворотки, аминокислотный состав белков и содержание витаминов свидетельствуют о ее высокой биологической ценности. Пищевая ценность молочной сыворотки включает все показатели – от доброкачественности до полной перевариваемости.

Известно, что в сырной сыворотке сохраняется значительная часть ферментного препарата (протеазы) и накапливаются чистые культуры молочнокислых бактерий, что будет положительно сказываться на процессе обезгорчивания семян люпина. Кроме этого, ее можно использовать как среду для обезгорчивания люпина.

Проведенные авторами исследования по обезгорчиванию семян люпина показывают эффективность применения молочной сыворотки как влагосодержащего обезгорчивателя и создающего среду, необходимую для удаления алкалоидов.

Использование молочной сыворотки в качестве среды для обезгорчивания улучшает питательные свойства люпинового молочного напитка. Авторами разработана концепция получения люпинового молочного напитка на базе различных видов молочной сыворотки.

По запатентованной авторами технологии переработки семян люпина и посредством веществ, способствующих обезгорчиванию люпина, происходит поглощение семенами люпина молочной сывороткой. Технологический процесс происходит за определенное время и в среде, имеющей свои технологические показатели. За счет созданной среды происходят обменные диффузионные процессы.

Следует отметить, что в существующих технологиях зерно люпина перед обезгорчиванием измельчается, а потеря зерна могут составить до 20,0% при этом обезгорчивании. В отличие от известного способа, обезгорчивание зерна люпина по запатентованной российской технологии производится с целым зерном. Это дает возможность снизить потери белка зерна люпина.

Предлагаемая технология обезгорчивания заключается в следующем: после очистки от зерновых примесей зерно люпина поступает в накопительный бункер, промывается водой, затем молочная сыворотка в определенных пропорциях смешивается с зерном люпина, и в нее добавляются обезгорчиватели. Смесь зерна люпина с молочной сывороткой и обезгорчивателями выдерживается некоторое время с периодическим помешиванием. При проведении этого процес-

са должны поддерживаться необходимые параметры: кислотность pH, время, температура, затем молочная сыворотка сливается в емкость для очистки от вредных веществ и повторного использования.

Далее зерно обезгорченного продовольственного люпина измельчается на мельнице влажного измельчения для получения однородной массы с минимальными размерами. Для нормализации молочного напитка соединяют некоторое количество свежей молочной сыворотки, смесь пастеризуется и охлаждается для расфасовывания в потребительскую тару.

Для изготовления молочного напитка можно использовать гидродинамическую установку «Гидромикс» производства завода «Молмаш». Данная установка выполняет функции варки, перемешивания, измельчения, подогрева, пастеризации, гомогенизации (диспергирования), вакуумирования, охлаждения и выгрузки продукта. Авторами проводились исследования по получению тонкодисперсных структур из зерна продовольственного люпина на вышеуказанном обо-

рудовании.

Необходимо отметить, что для люпинового молочного напитка является важным показателем степень измельчения зерна люпина, так, его оболочка, на которую приходится около 18-22,0% от всего зерна, должна измельчаться до размеров частиц не более 200 мкм или же 1-120 мкм, т. к. их усвояемость организмом человека увеличивается на 30,0%.

Другие рекомендации по степени измельчения предложены в работах Хвыли С. И. и др., где ими рекомендованы средние размеры частиц соевого белка, которые находятся в диапазоне 10,0-25,0 мкм при максимальных значениях 49,8 мкм, минимальных – 1,9 мкм.

С учетом вышеприведенных рекомендаций изучались размеры измельченных частиц в люпиновом молочном напитке. Для этого проводили компьютерное сканирование с помощью электронного микроскопа Воронежской технологической академии и математическую обработку результатов сканирования. При этом установили, что влажное диспергирование-измельчение целых зерен люпина приводит к существенному уменьшению размеров частиц, а стабильность эмульсии существенно возрастает. Полученные размеры частиц соответствовали ранее полученным рекомендациям.

Кроме факторов, определяющих обезгорчивание и степень измельчения при замачивании люпина в молочной сыворотке, возникает необходимость в исследовании питательной и биологической ценности молочного напитка, которая характеризуется его важными показателями – аминокислотным, минеральным и витаминным составами.

Сравнительный анализ аминокислотных составов, рекомендуемых ФАО ВОЗ, и люпинового молочного напитка показан на рис. 2.

Витаминный состав в люпине продовольственном витаминов группы В (В<sub>1</sub>, В<sub>2</sub>, В<sub>12</sub>) 1,8 мг/100 г, в сое – 0,61 мг/ 100 г,



«Проведенные авторами исследования по обезгорчиванию семян люпина показывают эффективность применения молочной сыворотки как влагосодержащего обезгорчивателя и создающего среду, необходимую для удаления алкалоидов».

а в молочной сыворотке – 7,3 мг/100 г, что значительно повышает содержание витаминов в молочном напитке, особенно витамином В<sub>4</sub> – холина.

Общее содержание каротиноидов в люпине 10,0-21,0 мг в 100 г продукта, в сырной сыворотке – 0,013 мг/100 г, творожной – 0,075 мг/100 г. В люпиновом молочном напитке каротиноиды составляют 1,0-2,1 мг/100 г при средних нормах потребления – каротина для человека составляет 0,080-0,085,0 мг/100 мл.

Одним из важных факторов продуктов функционального питания является его микроэлементный состав. Остановимся на таких основных микроэлементах, необходимых человеку, как кальций, фосфор, железо, медь и цинк. Люпиновый

молочный напиток будет обогащаться еще и микроэлементами, содержащимися в молочной сыворотке.

Фактическое потребление кальция человеком должно составлять 500,0-750,0 мг/сутки. При составлении рационов питания необходимо стремиться к тому, чтобы соотношение кальций/фосфор не превышало 1:1,5. В люпине содержится кальция 155-195 мг/100 г, фосфора 390-473 мг/100 г, т. е. фосфора

больше, в молочной сыворотке – кальция 65 мг/100 г, фосфора – 60 мг/100 г, т. е. практически одинаково. Железа в люпине до 4,2 мг/100 г, а сое – до 8,0 мг/100 г.

Потребность человеческого организма в микроэлементе железа невелика: 10 мг в сутки для мужчин и 18 мг для женщин. Повышенное содержание железа в рационе может гарантировать от нежелательных нарушений функции кроветворных органов. Избыток железа легко выводится из организма. В случае недостатка железа в организме страдает система тканевого дыхания, что влияет на максимальную работоспособность человеческого организма.

С функцией железа в синтезе гемоглобина крови тесно связана медь как кроветворный микроэлемент, активно участвующий в синтезе гемоглобина.

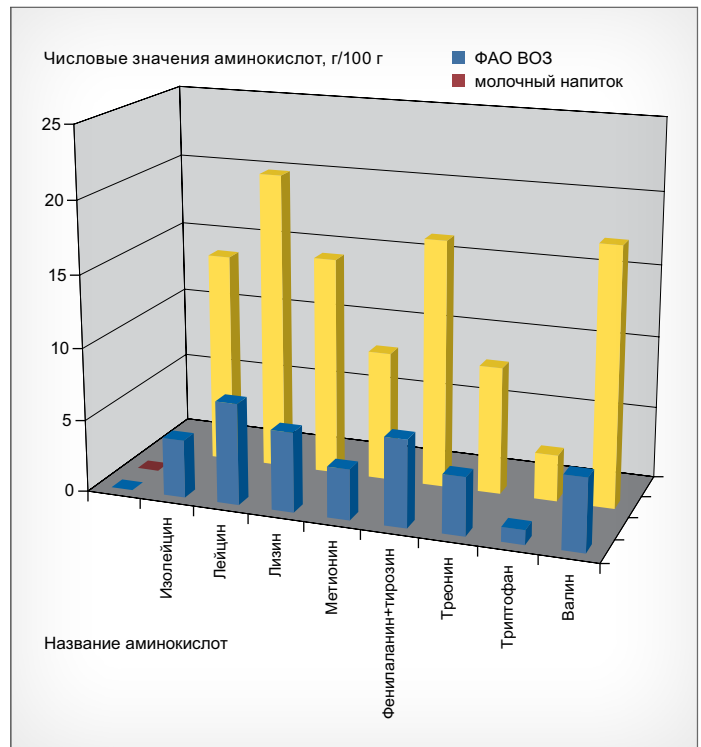
Медь необходима для превращения поступающего с пищей железа в органически связанную форму. Кроме того, она способствует переносу железа в костный мозг и участвует в построении ряда ферментов и белков. Меди в люпине 5,2-7,2 мг/100 г.

Биологическая роль цинка определяется его необходимостью для нормального роста, развития и полового созревания человека, вкусовосприятия и обоняния, нормального течения процессов заживления ран. Им поддерживаются функции организма гипофиза, семенных и предстательных желез, поджелудочной железы.

Установлено участие цинка в реализации биологического действия инсулина. Гипогликемическое действие инсулина зависит от цинка,



Рис. 2. Состав аминокислот молочного напитка (люпин+молочная сыворотка).



который постоянно присутствует в инсулине. С пищей взрослый человек должен получать 10-22 мг цинка в сутки. Молоко и молочные продукты бедны цинком, в зерне люпина его достаточное количество – 21-28,1 мг/100 г.

Для производства люпинового молочного напитка разработан бизнес-план, технический проект, подобрано и спроектировано производственное оборудование. Линия состоит из оборудования для подготовки и переработки семян люпина или других зернобобовых культур с удалением в них антипитательных веществ. Линия встраивается в оборудование любого молочного или сыродельного производства.

Полученный люпиновый молочный напиток использовался при изготовлении опытной партии сыра «Сулугуни». Внешенные в технологический процесс изменения не требовали дополнительных затрат на приобретение оборудования, себестоимость продукта снизилась, полученный сырный продукт имел хорошие органолептические показатели.

Можно заключить, во-первых, что молочная сыворотка, в отличие от питьевой воды, являясь дешевым ингредиентом в сравнении с молоком и продуктами его переработки, обогащает люпиновый молочный напиток питательными и биологически ценными веществами. Во-вторых, молочная сыворотка является оптимальной средой для обезгорчивания семян люпина, т. к. в ней присутствует молочная кислота, за счет которой можно создавать условия для изменения кислотности среды, т. е. величины pH. И, в-третьих, люпиновый молочный напиток, состоящий из молочной сыворотки и обезгорченного люпина, имеет лучший биохимический состав и питательную ценность в сравнении с люпиновым заменителем молочного продукта – за счет повышенного содержания в них белка, каротина и некоторых микроэлементов. **МС**



Профессиональные решения

Авторы: **Дмитрий Козырев**, технолог группы по сопровождению В2В-продуктов Инновационного центра ЗАО «Жировой комбинат», г. Саратов, предприятие холдинга «Солнечные продукты».

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



# Заменитель молочного жира в творожных продуктах

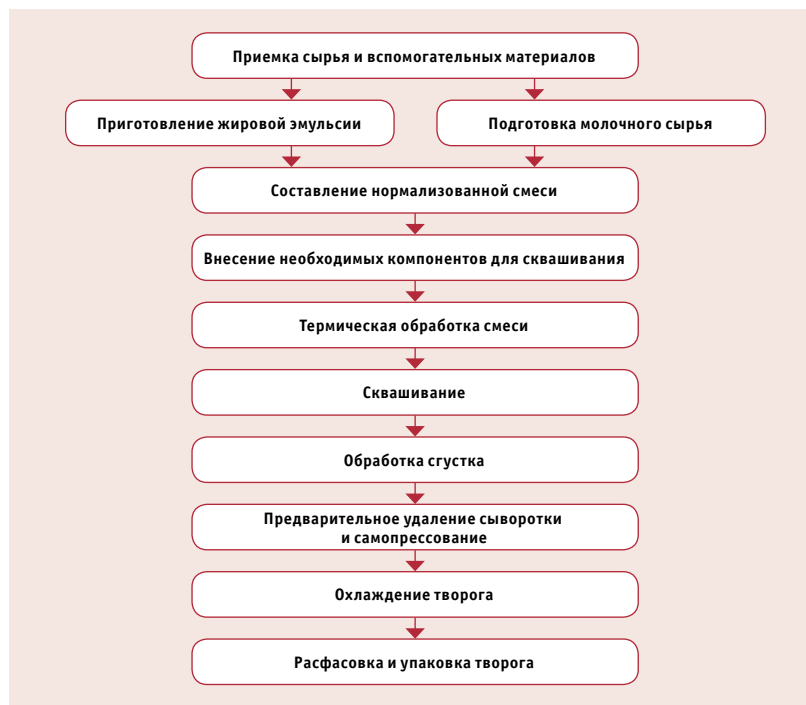
**В** связи с медленным развитием в России отраслей сельского хозяйства и ежегодным увеличением потребления населением молочных продуктов возникает дефицит молочного сырья. Ситуацию усугубила аномальная жара лета 2010 года. Недостаточный запас кормов может подкосить и так слабо развитое животноводство, что приведет к сокращению сырьевой базы для молокоперерабатывающих предприятий.

Альтернативным источником жирового сырья для молочных заводов являются высококачественные перезтерифицированные жиры. Одним из переработчиков, кто может предложить подобный продукт в требуемом качестве, является Саратовский «Жировой комбинат», предприятие холдинга «Солнечные продукты». Под маркой «СолПро» предприятие выпускает несколько видов заменителей молочного жира (ЗМЖ). Эти жиры производятся с помощью технологии энзимной перезтерификации, которая имеет ряд преимуществ перед другими способами модификации жиров. Этот технологический процесс не предусматривает применение опасных, вредных для здоровья людей химических реагентов. Обработанные таким способом жиры практически не изменяют жирно-кислотный состав, что обеспечивает их натуральность. Для приготовления смесей используются растительные жиры и масла, содержащие в своем составе ненасыщенные жирные кислоты. Физико-химические свойства заменителя молочного жира (ЗМЖ) приближены к показателям молочного жира: температура плавления 32-36 °С, содержание твердых триглицеридов при 20° С 18-22%. В отличие от молочного жира ЗМЖ «СолПро» содержат меньшее количество транс-изомеров жирных кислот и холестерина, оказывающих негативное влияние на организм человека. ЗМЖ имеет однородную пластичную консистенцию, чистый вкус, свойственный обезжиренному жиру. Жирно-кислотный состав заменителя молочного жира «СолПро» остается постоянным и не подвержен сезонным колебаниям, что обеспечивает стабильное качество молочной продукции.

Применение ЗМЖ возможно практически во всех отраслях молочной промышленности. Молочные продукты, полученные с использованием ЗМЖ, не содержат холестерин, имеют сбалансированный жирно-кислотный состав и низкое содержание транс-изомеров жирных кислот, а продукты с высоким содержанием жира – пластичную и нежную консистенцию за счет способности жира кристаллизоваться в устойчивую мелкокристаллическую полиморфную модификацию.

Широкое применение ЗМЖ «СолПро» нашли в производстве творожных изделий. Творог относят к древнейшим молочным продуктам. Его получали с помощью естественного сквашивания молока в процессе жизнедеятельности молочнокислых бактерий, всегда находившихся в молоке. Образовавшийся сгусток уплотнялся в результате естественного синерезиса. Одним из первых молочных продуктов, который считали творогом, был «Гиппак» (сгусток из кобыльего молока). Существует множество классификаций способов производства творога. Наиболее распространенными являются кислотный и кислотносычужный.

Схему производства творога можно представить в следующем виде:



Приемка и хранение сырья и вспомогательных материалов производится в соответствии с действующими в стране правилами санитарного и ветеринарного законодательства, утвержденных в установленном порядке.

Творожный продукт вырабатывают из нормализованной молочно-растительной смеси. Для ее приготовления необходимо подготовить жировое и молочное сырье. Жир расплавляют при температуре 55-65° С. Затем смешивают с подогретым до температуры 55-65° С обезжиренным молоком. Количество вносимого обезжиренного молока рассчитывают таким образом, чтобы содержание жира в смеси составляло 15-25%. Смешивание производят при помощи диспергатора. Затем полученные растительные сливки нормализуют обезжиренным молоком до требуемого содержания жира в смеси для производства творожного продукта. Полученную растительно-молочную смесь направляют на гомогенизацию при давлении 8-10 МПа. Гомогенизованную нормализованную смесь пастеризуют при температуре 75-80° С с выдержкой 15-20 сек. и охлаждают до температуры сквашивания 28-32° С. В охлажденную смесь вносят закваску, приготовленную на мезофильных

молочнокислых стрептококках, хлористый кальций и сычужный фермент. Смесь тщательно перемешивают и оставляют в покое до достижения значения pH 4-5,2. По окончании сквашивания сгусток нарезают на кубики размером приблизительно 2×2×2 см. Разрезанный сгусток оставляют в покое на 40-50 минут для выделения сыворотки. Выделившуюся сыворотку сливают. Полученный сгусток разливают по бязевым или лавсановым мешочкам для самопрессования. Самопрессование проводят в течение 40-60 минут. Затем продукт подвергают прессованию в прессохладителе при температуре 3-6° С до достижения содержания влаги требуемому показателю. Полученный продукт отправляют на фасовку или на производство других молочных продуктов.

Творог – это незаменимый компонент полноценного и здорового рациона. Он богат кальцием и фосфором, без которых невозможно полноценное формирование костной системы, очень полезен для здоровья детей и используется в детском и ле-

чебном питании – при заболеваниях печени, почек, желудочно-кишечного тракта, сердечно-сосудистой системы, легких. Творожные продукты, полученные с использованием ЗМЖ «СолПро», имеют мягкую и нежную консистенцию, сбалансированный кисломолочный вкус и запах. Отсутствие холестерина и наличие ненасыщенных жирных кислот благотворно влияет на протекание обменных процессов. Употребление творожных продуктов с полной или частичной заменой молочного жира на ЗМЖ «СолПро» способствует поступлению в организм функционально ценной линолевой кислоты, которая, в свою очередь, является незаменимой и выполняет важную роль в обменных процессах человеческого организма. Заменители молочных жиров «СолПро» повышают пищевую ценность полученных на их основе продуктов, так как они содержат большее количество легко усвояемых, легкоплавких триглицеридов. Молочные продукты, выработанные с использованием ЗМЖ, обладают высокой пищевой и биологической ценностью. **■**

**«Продукты, полученные с использованием ЗМЖ, не содержат холестерин, имеют сбалансированный жирно-кислотный состав и низкое содержание транс-изомеров жирных кислот».**

сыщенных жирных кислот благотворно влияет на протекание обменных процессов. Употребление творожных продуктов с полной или частичной заменой молочного жира на ЗМЖ «СолПро» способствует поступлению в организм функционально ценной линолевой кислоты,

которая, в свою очередь, является незаменимой и выполняет важную роль в обменных процессах человеческого организма. Заменители молочных жиров «СолПро» повышают пищевую ценность полученных на их основе продуктов, так как они содержат большее количество легко усвояемых, легкоплавких триглицеридов. Молочные продукты, выработанные с использованием ЗМЖ, обладают высокой пищевой и биологической ценностью. **■**

## ГОТОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ



Готовые исследования компании «Экспресс-Обзор» дают возможность максимально быстро и в сжатом виде получить основную информацию и общее представление о ситуации на рынке:

- объем, структуру и прогноз рынка / производства / импорта / экспорта;
- описание основных особенностей и тенденций рынка;
- информацию по основным игрокам рынка.

- Рынок сыра и творога
- Рынок мороженого
- Рынок сгущенного молока и сливок
- Рынок сливочного масла
- Рынок молока и сливок
- Рынок кисломолочной продукции
- Рынок сухого молока

Заказать интересующий Вас обзор Вы можете по телефону: **+7 (495) 921-43-31** или на сайте **www.e-o.ru**



Авторы:



**Мартин Миллер,**  
член правления,  
главный консультант  
по бизнес-процессам  
в молочной отрасли



**Марина  
Полыновская,**  
руководитель проектов  
молочной отрасли  
в странах СНГ и Балтии

Компания: **CSB-System в России:**

127434 г. Москва,  
ул. Пятницкая, д. 73,  
тел.: +7 (495) 64-15-156,  
факс: +7 (495) 95-33-116

197342, г. Санкт-Петербург,  
ул. Белоостровская, д. 22, офис 423,  
тел.: +7 (812) 44-94-263,  
факс: +7 (812) 44-94-264

e-mail: [info@csb-system.ru](mailto:info@csb-system.ru)  
[www.csb-system.ru](http://www.csb-system.ru)

## Существенное повышение уровня автоматизации

Инновационные IT-проекты обеспечили молокоперерабатывающему предприятию Naabtaler оптимальный материальный и информационный потоки.

**С**нижение затрат и долгосрочное повышение производительности – это ключевые понятия, определяющие успех на рынке предприятия молочной отрасли. Для достижения этих важных стратегических целей предприятия Naabtaler Milchwerke GmbH & Co. KG частные молочные заводы Bechtel, совместно с относящимися к группе компаний предприятиями Albflor Milchwerke GmbH и BG Käsewerk GmbH, уже на протяжении многих лет делают ставку на CSB-System, специализированное отраслевое IT-решение для бизнеса предприятий молочной промышленности.

«В условиях возрастания роли высокоэффективных информационных технологий и повышения уровня автоматизации, предприятиям необходимо своевременно определить и исчерпать все возможные потенциалы оптимизации», – говорит **Вальтер Хайне, коммерческий директор фирмы Naabtaler.** Руководство расположенного в федеральной земле Бавария предприятия особенно ценит то, что администрирование системы CSB не связано с высокими затратами времени и персонала: «Понятный интерфейс пользователя позволяет нашим сотрудникам быстро научиться самостоятельной и надежной работе с ERP-программным обеспечением», – поясняет господин Хайне.

### Новые IT-проекты

Совсем недавно руководство предприятия Naabtaler, совместно с IT-партнером компанией CSB-System, инициировало многочисленные новые IT-проекты. Например, в области материально-технического снабжения были полностью переформированы процессы снабжения и переведены на сканирование с помощью мобильных устройств номеров отгрузочных единиц (NVE). В ходе этого проекта товарный вход был полностью «relaunched». При этом регистрация и обработка данных с помощью сканеров охватывает здесь все процессы, вплоть



Понятный интерфейс пользователя позволяет нашим сотрудникам быстро научиться самостоятельной и надежной работе с ERP-программным обеспечением.



Регистрация и обработка данных с помощью сканеров охватывает все процессы, вплоть до входа в производство.

до входа в производство. Целью является, кроме прочего, создание стандартизированных процессов в отделе снабжения, начиная с составления списка поставщиков/артикулов до контроля счетов.

«Благодаря непрерывному отображению материального потока посредством регистрации в режиме онлайн в ERP-системе передвижения материала мы хотим исключить необходимость любой дополнительной регистрации информации. При этом мы сознательно не хотим делать различия между внутренними (предприятия группы Bechtel) и внешними поставщиками», – говорит Вальтер Хайне. В концепции была также учтена область разливной продукции (молоко).

### Реализация по всем производственным площадкам

Сначала осуществляется реализация комплексного IT-проекта на самой крупной производственной площадке и центральном офисе предприятия в Шваценфельде. Для запланированной на более поздний срок реализации и на других заводах предприятия должны быть заprotoколированы и перенесены идентичные рабочие процессы. На товарном входе происходит проведение всех необходимых в рамках контроля качества проверок. Функционирующее до настоящего времени управление оборотной тарой «на бумаге» будет заменено автоматизированным управлением в ERP-системе. При этом также будут учитываться все особенности управления контейнерами. Вся важная информация товарного входа, такая как отклонения от объемов, сроков, параметров качества, количеств тары и др., документируются в одной единственной наглядной «расписке в получении», которая заменяет накладную поставщика. Кроме этого осуществляется оптимизация инвентаризации с целью непрерывной инвентаризации на складах товарного входа и буферных производственных складов.

### Внедрение на предприятии лабораторно-информационной системы

Использование интегрированной лабораторно-информационной системы (LIMS) CSB-System осуществляется на предприятии Naabtaler по всем сегментам производственного процесса. Таким образом, весь производственный процесс, начиная с регистрации товарного входа при приемке молока-сырья по всем этапам создания продукции, становится еще более прозрачным и эффективным.

Особая концепция интерфейсов обеспечивает интеграцию, охватывающую все отделы и подразделения предприятия, что позволяет выполнять сообщения между уровнями процессов, управления качеством и стратегического планирования.

«На всех заводах нашей группы компаний процесс управления качеством на протяжении всей цепи создания продукции поддерживается системой CSB. На контрольных пунктах перемещения товаров самым тщательным образом исследуются критические точки. При этом системой CSB учитывается концепция HACCP, с помощью которой мы в сомнительной ситуации посредством соответствующих мероприятий в технической области или с помощью определенных проверок должны будем доказать, что ни одному из потребителей нашей продукции не был нанесен ущерб», – говорит **Альфред Гюрстер, руководитель центрального отдела производства и техники о преимуществах использования системы CSB.**

### Успех и рост предприятия в будущем

Предприятия ГК Bechtel совместно с IT-партнером компанией CSB-System реализуют на сегодняшний день значительное снижение затрат благодаря повышению эффективности процессов снабжения, управления складом, оптимизации рецептур, предварительной и фактической калькуляции и всего товарного хозяйства.

В Шваценфельде строится новый завод по производству сыров с производственной мощностью 25 тыс. тонн продукции в год. «Мы используем IT-решение для бизнеса компании CSB-System на всех предприятиях концерна, поэтому система CSB будет внедрена и на новом заводе», – говорит Вальтер Хайне. Многолетнее сотрудничество предприятий Naabtaler и CSB-System не будет прервано и в будущем для гарантии роста и успеха предприятия на рынке известного во всей Австрии молокоперерабатывающего концерна. ■

**FESTO**

Компания:

**Festo**

119607, г. Москва,  
Мичуринский проспект, д. 49  
Контакт-центр:  
тел.: +7 (495) 737-34-87,  
факс: +7 (495) 737-34-88  
e-mail: sales@festo.ru  
www.festo.com

Интернет-магазин:

[www.festo.com/ru/onlineshop](http://www.festo.com/ru/onlineshop)

Автор: **Толстых А. В.**,  
Технический директор  
ООО «ФЕСТО-РФ»

# Средства автоматизации Festo



ство компании «Фесто-РФ» имеет многолетний успешный опыт по автоматизации технологических процессов в пищевой и упаковочной промышленности. Широкая номенклатура пневматических компонентов, от пневмоцилиндров до интеллектуальных пневмоостровов, позволяют создавать системы управления для всего спектра оборудования.

На российском рынке предприятия упаковочной и пищевой промышленности могут рассматривать Festo не только как поставщика пневматических и электромеханических компонентов для автоматических линий и установок, но и как компанию проводящую инжиниринг, ремонт и модернизацию оборудования, поставщика комплексных решений.

Невозможно представить современное высокотехнологичное пищевое

и упаковочное оборудование, оснащенное обычными пневмоприводами. Современные требования к подобному классу оборудования требуют применения специализированных изделий, стойких к регулярной мойке и не имеющих на своей поверхности

мест, в которых могли бы собираться загрязнения и размножаться бактерии. Именно поэтому в номенклатуре продукции Festo присутствует специализированная линейка продукции Clean Design.

В зависимости от условий эксплуатации пневмоприводы могут изготавливаться из полированной нержавеющей стали, как пневмоцилиндры серии CRHD, или с гладким коррозионностойким алюминиевым корпусом как, например, пневмоцилиндры DSBF, соответствующие требованиям ISO 15552, и компактные пневмоцилиндры CDC по ISO 21287. Подбор ис-

«Когда для решения задачи автоматизации недостаточно точности или скорости пневматических приводов, применяются электромеханические системы Festo».

**Л**юбое оборудование для пищевого производства, особенно подвергаемое по технологии процедуре тщательной мойки, имеет ряд особенностей при конструировании. Такими особенностями являются, например, требования по влагозащитности всех электрических компонентов машины, стойкости к активным химическим реагентам, отсутствию труднодоступных для мойки канавок, впадин, мест скопления грязи и, разумеется, коррозионная стойкость.

Компания Festo является одним из немногих мировых производителей пневматических средств автоматизации, которая разрабатывает специально предназначенные для таких условий компоненты и системы.

Festo является ведущим мировым производителем средств пневмоавтоматики. Российское представительство





пользуемых материалов и смазок осуществляется в строгом соответствии с требованиями международного стандарта USDA H1. Используемые смазки допускают непосредственный контакт с пищевыми продуктами, а штоки изготавливаются из высококачественной пищевой нержавеющей стали.

Более того, для условий регулярной мойки было разработано специальное уплотнение штока, работающее без использования смазки (исполнение АЗ). Такой тип уплотнения позволяет значительно увеличить срок службы пневмоцилиндра в условиях пищевого производства.



Кроме пневмоцилиндров Clean Design, выпускаются также модули со встроенной направляющей серии DGRF, позволяющей использовать привод при наличии значительного бокового усилия.

Для всех пневмоприводов разработаны специализированные коррозионностойкие датчики, позволяющие бесконтактно определять положение штока пневмоцилиндра.

Для подключения сжатого воздуха и регулирования скорости срабатывания пневматических приводов Clean Design используются цанговые фитинги серии QS-F и пневматические дроссели серии GRLA-F, которые отличаются высокой коррозионной и температурной стойкостью, позволяющей использовать их в зоне мойки, в том числе и горячими моющими растворами. Для особо жестких условий эксплуатации могут быть приме-

нены фитинги и дроссели из нержавеющей стали, либо не уступающие им по техническим характеристикам фитинги из полипропилена серии NPQP.

В тех случаях, когда для решения задачи автоматизации недостаточно точности или скорости пневматических приводов, применяются электромеханические системы позиционирования Festo. Линейные электромеханические приводы способны обеспечивать перемещение со скоростями до 10 м/с и точностью позиционирования до 0,01 мм.

Отдельной линейкой представлены приводы запорно-регулирующей арматуры (шаровых кранов, поворотных заслонок и шиберных затворов). Поставка арматуры производится комплексно, в сборе с приводом, в том числе заслонки и шаровые краны из нержавеющей стали в пищевом исполнении с условным проходом от 15 до 100 мм.

Интеллектуальные блоки распределителей (пневмоострова) позволяют создавать современное высоконадежное оборудование с передачей управляющих сигналов по сетевым протоколам (Profibus DP, Device NET и т. д.). Использование пневмоостровов позволяет построить систему управления с широкими диагностическими функциями, что существенно снижает вероятность отказов и время простоя оборудования. Кроме распределителей поставляется широкая гамма устройств пропорцио-




нального управления для регулирования давления и расхода, которые могут применяться в различных технологических процессах.

Системы подготовки сжатого воздуха позволяют решать задачи подготовки воздуха, соответствующие самым жестким требованиям. Присоединительные размеры устройств подготовки воздуха от M5 до 2", пропускная способность до 22 тыс. л/мин. В программе поставок Festo имеются фильтры-влагоотделители, осушители сжатого воздуха, фильтры тонкой очистки с чистотой фильтра-



ции до 0,01 мкм и фильтры угольной очистки, что позволяет использовать очищенный воздух для непосредственного контакта с пищевыми продуктами.

Наряду с пневматическими средствами автоматизации компания Festo предоставляет промышленные контроллеры и компьютеры, а также комплектные пневмоэлектронные шкафы управления для технологического оборудования. Например, щиты управления процессами приемки и хранения молока, санитарной мойки трубопроводов (CIP-мойка).

Более подробную информацию Вы можете найти на сайте компании: [www.festo.com](http://www.festo.com). 





на правах рекламы

# 16 МЕЖДУНАРОДНАЯ специализированная выставка

## 14-18 ИЮНЯ

Россия, Москва, МВЦ «Крокус Экспо»,  
павильон 1

### Главная упаковочная выставка России и Восточной Европы

Контакты дирекции:

Тел. +7 (495) 925-34-81, E-mail: knv@mvk.ru

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

Организатор:  
ЗАО «Международная  
Выставочная  
Компания»

**MVK**<sup>®</sup>  
Международные  
выставки

Под патронатом:  
Правительства Москвы  
Торгово-промышленной  
палаты РФ



При поддержке:  
Московской торгово -  
промышленной палаты



Генеральные  
информационные спонсоры:

TARA  
I LUPAKOVKA



16-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА  
«ОБОРУДОВАНИЕ, МАШИНЫ  
И ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ПИЩЕВОЙ  
И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ  
ПРОМЫШЛЕННОСТИ»



АГРОПРОДМАШ

ufi  
Approved  
Event



ТПП РФ



# АГРО ПРОД МАШ

10-14  
октября 2011

[www.agroprod mash-expo.ru](http://www.agroprod mash-expo.ru)

Центральный выставочный комплекс «Экспоцентр»  
Москва, Россия

ИНВЕСТИЦИИ  
В БУДУЩЕЕ

Организатор:

 **ЭКСПОЦЕНТР**  
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ  
МОСКВА

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

Генеральный  
информационный  
спонсор:

**ПРОДИНДУСТРИЯ**

Информационный  
спонсор:



Официальная  
интернет-поддержка:

**oborud.info**  
ПОРТАЛ ОБУДОБРАВА

# Пневматическая аппаратура

## Камоцци



Опыт Камоцци рождает доверие клиентов.  
Поэтому каждый день Камоцци поставляет  
российским предприятиям:

- 500 пневмоцилиндров
- 1 000 распределителей
- 10 000 фитингов
- 10 000 метров трубки

На складе  
более 10 000 позиций

Производство  
пневмоцилиндров в России



### Быть лучшими

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

Москва (495) 735 49 61  
Владивосток (4232) 20 89 33  
Воронеж (4732) 39 37 09  
Екатеринбург (343) 353 58 31

Иркутск (3952) 500 396  
Казань (843) 299 60 60  
Краснодар (861) 239 70 41  
Красноярск (391) 236 58 21

Наб. Челны (8552) 20 34 60  
Нижний Новгород (831) 220 55 41  
Новокузнецк (3843) 77 76 36  
Новосибирск (383) 221 69 54  
Омск (3812) 71 94 94

Ростов-на-Дону (863) 299 01 63  
Самара (846) 276 68 92  
Санкт-Петербург (812) 326 29 11  
Челябинск (351) 265 87 64  
Ярославль (4852) 73 28 11