

мясная сфера



12

Особенным интересом у потребителей пользуются мясные полуфабрикаты на основе блюд национальной кухни, которые дают возможность попробовать кулинарные изыски разных народов мира не выходя из дома.

Вариации на тему нации

Мясные полуфабрикаты на основе блюд национальной кухни



24

Сергей Фомин, директор по продажам компании «ШАЛЛЕР» в России: «Умение убеждать – главное качество специалиста отдела продаж. Причем важно именно убеждать, а не «продавливать». А для этого надо самому быть уверенным в том, о чем говоришь».

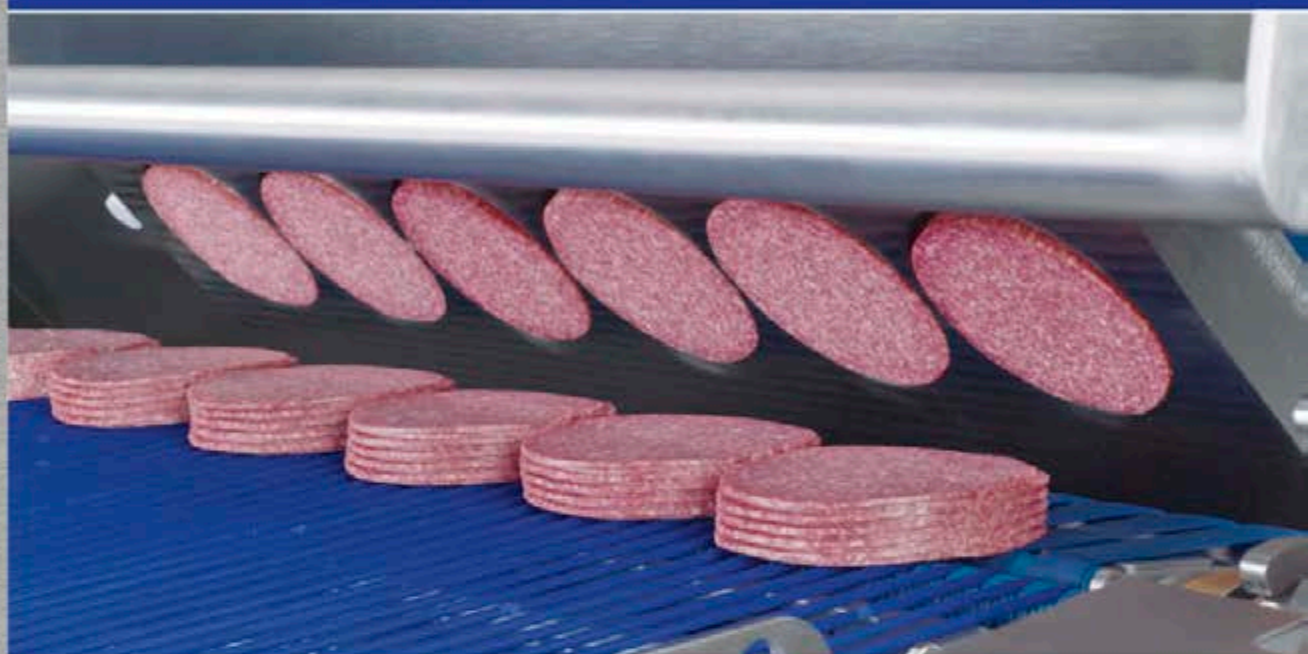


38

Индустрия «Халаль» переросла рамки строго конфессиональной и уверенно вошла на общемировой рынок продукции и услуг, заняв собственную нишу.



На уровень выше



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 100х150 сыра. Мы всегда рады ответить на запросы и обеспечить вас актуальной информацией.



Новый слайсер Вебер 905

weber®
The High Tech Company

ООО «Вебер Рус»
127254 Москва · Ул. Добролюбова 3, стр.1
Тел.: +7 495 604 48 35 · Факс: +7 495 604 48 37
ru@weberweb.com · www.weberweb.com



CFS – ведущий мировой
ПРОИЗВОДИТЕЛЬ
пищевого оборудования –
с марта 2011 года
входит в группу
компаний **GEA**

15 лет на российском рынке!

Подготовка сырья
Глубокая переработка
Нарезка
Упаковка
Программное обеспечение
Обучение
Сервис
Комплексные решения

Приглашаем Вас посетить стенд **GEA**
на выставке "**Росупак-2012**",
Москва, ВВЦ, павильон 75, зал А,
18 - 22 июня

GEA Food Solutions



Мы всегда оказываем поддержку нашим клиентам в достижении поставленных ими целей. При планировании, разработке инновационных решений и сервисном обслуживании мы ориентируемся на максимальную эффективность работы наших заказчиков. От разработки инноваций до снижения производственных издержек и повышения выхода продукции, главное – Ваш успех!

Тел: +7 (495) 775 82 90, Факс: +7 (495) 775 77 19
www.gea-foodsolutions.com, www.gea.com



**Вы еще
замачиваете?**

**А другие уже
продают!**

**Фиброузные и белковые
оболочки ГОТОВЫЕ
К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ**



экономия времени
подготовки оболочки



оболочка точно дозируется



минимальный риск
травмирования оболочки



гигиеничность



высокая эффективность
технологического процесса в целом



Санкт-Петербург
(812) 334 21 21

Москва
(495) 411 63 52

Ростов-на Дону
(863) 223 22 44

Челябинск
(351) 792 29 20

Новосибирск
(383) 319 08 01

Астана
(7172) 787 549



Автоматически продуктивнее !

Мощный и динамичный

FCA 160

НОВИНКА!

Новая веха в технологии клипсования !

- **Автоматический и саморегулирующийся процесс:** самый производительный автомат двойного клипсования в мире
- **Первый автомат с централизованной смазочной системой:** максимальная надежность и долговечность
- **Еще быстрее:** 160 циклов в минуту
- **Еще универсальнее:** калибры от 38 до 160 мм
- **Новый фаршевытеснитель и новая форма клипс:** плоские концы батонов колбас, больше нарезки с каждого батона



Все преимущества
www.polyclip.com/5303
Вы найдете здесь!

лидерство • новаторство • надежность

ООО Поли-клип Систем • Tel. +7 499 5300194 • Fax +7 499 5301846
www.polyclip.com • polyclip@polyclip.ru

poly-clip®
SYSTEM

Надежные решения для Вашего производства

Все преимущества
www.polyclip.com/5303
Вы найдете здесь!

Видео
бесплатно



FCA 160 Автомат двойного клипсования

- Калибры 38-160 мм
- Искусственные, фиброзные и коллагеновые оболочки
- До 160 тактов в минуту

НОВИНКА!



FCA 120 Автомат двойного клипсования

- Калибры 24-120 мм
- Искусственные, фиброзные и коллагеновые оболочки
- Более 200 тактов

Видео
бесплатно



FCA 3430-18 Автомат двойного клипсования

- Калибры 24-120 мм
- Искусственные, фиброзные и коллагеновые оболочки
- До 150 тактов в минуту

Видео
бесплатно



AHL 1200 Автоматическая Нанизывающая Линия

- Автоматическая синхронизация со скоростью клипсатора FCA
- Для термокамерных палок длиной 800-1220 мм

Видео
бесплатно



ICA 8700 Автомат двойного клипсования

- Калибры до 200 мм
- Уникальный диафрагменный фаршевытеснитель
- До 50 тактов в минуту

Видео
бесплатно



TSCA 65/120/160 Автоматы термосварки и клипсования

- Калибры до 65/90/120/160 мм
- Сенсорный дисплей с программированием
- До 130/150/160/200/250 тактов в минуту

НОВИНКА!



RCA 600 Автомат двойного клипсования

- Для натуральных оболочек с калибрами 46+мм
- Специально для колбас в кольцах
- До 105 тактов в минуту

Видео
бесплатно



PDC 600/700 Полуавтомат двойного клипсования

- До калибров 90 мм/115 мм
- Кольца, гирлянды, порционные колбасы
- Искусственные, фиброзные, натуральные и коллагеновые оболочки, белкозин

Видео
бесплатно



SCD 600/700 Машины одинарного клипсования

- До калибра 120 мм
- Для любых типов оболочек
- Возможность дооснащения

☐ Отправьте мне бесплатный DVD на машины:

- | | |
|--|--------------------------------------|
| ☐ FCA 160 | ☐ FCA 3430-18 |
| ☐ AHL 1200 | ☐ ICA 8700 |
| ☐ TSCA 65/120/160 | ☐ PDC 600/700 |
| ☐ SCD 600/700 | |

☐ Отправьте мне информацию по следующим машинам клипсования:

Имя: _____

Фирма: _____

Почтовый индекс, адрес: _____

Страна: _____

Тел/Факс: _____

ООО Поли-клип Систем
123007 Россия, Москва
Ул. Гризодубовой, 1А

Все преимущества
www.polyclip.com/5303
Вы найдете здесь!



Poly-clip System
 Niedeckerstraße 1
 65795 Hattersheim a. M.
 Deutschland
 Tel. +49 69190-8886-0
 Fax +49 69190-8886-15347
www.polyclip.com
polyclip@polyclip.ru



ООО «Группа Компаний ПТИ»
Тел/факс +7 (495) 786 8565
Адрес: 129337, г. Москва,
Ярославское ш., д. 19, корп. 1

www.metalquimia.com



Металкимия: Тумблирование/Массаж Первый и Лучший Выбор

- ✓ Самое короткое время массирования на рынке
- ✓ Издержки производства вне конкуренции
- ✓ Оперативная гибкость неограниченна
- ✓ Несравнимое качество в конечном продукте



Массажеры METALQUIMIA

Если Вы работаете со свежими или замороженными, ломкими или хрупкими, липкими или сухими, твердыми, гранулированными или порошкообразными продуктами, то мы готовы предложить Вам широкий выбор мультиголовочных весовых дозаторов для увеличения производительности и сокращения расходов.

Мечтаете ускорить и улучшить производство?



В 1972 год компания Ishida изобрела мультиголовочный весовой дозатор. С тех пор наши клиенты, которые используют в своем производстве мультиголовочные дозаторы, минимизировали время простоя, сократили потери продукта, и в результате получили финансовые прибыли.

Поэтому неудивительно, что мы построили долгосрочные отношения с производителями продуктов питания во всем мире.

В компании Ishida работают 2800 сотрудников, которые формируют глобальный ежегодный оборот в 575 млн. евро и это значит, что мы будем продолжать выполнять наши обязательства перед нашими клиентами и в будущем.

www.ishidaeurope.ru



» Универсальный весовой дозатор серии R



» Весовой дозатор для малых весов (приправы, семена, медикаменты)



» Весовой дозатор для свежих продуктов (ягоды, мясо, морепродукты.)



» Весовой дозатор для сыпучих продуктов (сахар, стиральный порошок)



» Весовой дозатор со шнековой подачей продукта (свежее мясо)

Боричевский Олег Анатольевич
Коммерческий директор
Россия и СНГ
E oleg.borichevski@ishidaeurope.com
М + 7 919 766 00 71

Ishida Europe, 129 164, Москва, Ракетный бульвар, 16, Бизнес-центр «Алексеевская Башня», офис 603.
Email: info@ishidaeurope.com

Relax
it's
Ishida



ГИБКОСТЬ И МНОГООБРАЗИЕ ВСЕХ КИШЕЧНЫХ ОБОЛОЧЕК: **ЭФФЕКТИВНО ДЛЯ ЛЮБЫХ КОЛБАС!**

AL-системы Handtmann позволяют перерабатывать весь ассортимент продуктов с наилучшей экономичностью и эксплуатационной гибкостью. Идет ли речь о сосисках или сырокопченых колбасах круглой или прямой формы, в натуральной кишечной, коллагеновой, искусственной или снимающейся оболочках, с Handtmann Вы достигнете наилучших успехов в производстве.



handtmann
Идеи с будущим



Многообразие сосисок с применением полной автоматизации: **наилучшая гибкость и вариабельность всех сортов кишечных оболочек!**

Набивка, порционирование, перекрутка с заданной длиной, навешивание или отделение - Handtmann реализует любой процесс с максимальным количеством вариантов. Высокопроизводительное индустриальное производство сосисок со всеми видами оболочек и для всех видов продуктов!

Лучшим примером завершенной оптимизации процесса служит интегрирование робота для передачи AST 340 Handtmann в AL-систему.

**Используйте наши AL-системы для
достижения успеха!**

- Репродуцирование самых высоких производственных стандартов благодаря безупречному постоянству заданной длины и абсолютной точности веса порций.
- Максимальная эффективность с полностью автоматизированной сменой оболочки и короткими временными интервалами для переналадки.
- Новое устройство перекрутки с револьверной головкой и двумя цевками для высокой производительности с натуральной кишечной оболочкой.
- Опциональное автоматическое регулирование веса за счет использования программного обеспечения HCU для сокращения затрат на исходные материалы.
- Комбинация AL-системы с новым шприцом VF 624 гарантирует наилучшую долговременную точность порционирования благодаря концепции специального малоизнашивающегося механизма подачи.



Форум Handtmann. Место для диалога и инноваций.

Вдохновленная тенденциями рынка и собственными идеями компания Handtmann в тесном диалоге с заказчиками со всего мира реализует высокотехнологичные ключевые технологические решения.

**ИСПОЛЬЗУЙТЕ НОВЫЙ ФОРУМ
для реализации
ВАШИХ ИННОВАЦИОННЫХ
ИДЕЙ ПРОДУКЦИИ!**

Albert Handtmann
Maschinenfabrik GmbH & Co. KG

Hubertus-Liebrecht-Str. 10-12
D-88400 Biberach/Riss
Deutschland
Tel.: + 49 (0) 73 51 / 45 - 0
Fax: + 49 (0) 73 51 / 45 - 15 01
info.machines@handtmann.de
www.handtmann.de

handtmann
Идеи с будущим

содержание

отрасль	29
Мясной конгресс-2012	36
тенденции	Мясные консервы теряют позиции 46



Сегодня потребители отдают предпочтение интересным продуктам с оригинальной и сложной рецептурой, но при этом простым в приготовлении. Особенным интересом у них пользуются мясные полуфабрикаты на основе блюд национальной кухни, которые дают возможность попробовать кулинарные изыски разных народов мира не выходя из дома.

12

тема номера	Вариации на тему нации Мясные полуфабрикаты на основе блюд национальной кухни	12	/крупным планом	Сельское хозяйство: итоги развития за три года	52
NEW! в полях	Продавать надо красиво!	24	компании /события и факты	Новости	56
отрасль /события и факты	Смотр ноу-хау пищевой промышленности	29		В Белгородской области запущен биогазовый завод	59
	Новости	32	/стратегия	Новая категория продуктов на рынке Москвы: сделано по-европейски	60
	Мясной конгресс-2012	36		Будущее – за высоко- продуктивной генетикой	62
/актуально	«Халяль» – вековые традиции ислама в современном производстве	38	/крупным планом	Логистика и транспортно- логистические услуги	66
/исследование	Рынок мяса России: анализ импортных поставок	41	организация бизнеса	Новости	68
	Мясные продукты – «локомотивы» рынка ЗПФ	44	производство /события и факты	Ворота на рынок Северо-Западного региона	72
/тенденции	Мясные консервы теряют позиции	46	/санитария и гигиена	Уборочная техника нового времени	74
industry /trends	Preserved meat is losing its positions	46	/оборудование	Холодильные системы и пищевые технологии – эффективное взаимодействие	78

Готовые блюда: техника и технология здорового питания	84
упаковка и обложка	Идеальная упаковка для мясных полуфабрикатов

68	84	92
----	----	----



Среди ключевых проблем, с которыми предстоит столкнуться рынку мясной консервации в среднесрочной перспективе, – отсутствие инноваций, изменение структуры спроса в сторону продукции малой степени обработки, например замороженного мяса, усиление конкуренции со стороны готовых блюд, потеря доверия потребителей к качеству мясных консервов.

46

Шашлык и мясные деликатесы: скорость и точность взвешивания	82	/упаковка и обложка	Идеальная упаковка для мясных полуфабрикатов	92
Готовые блюда: техника и технология здорового питания	84		Новинка – клипсованный тубик clip-tube®	98
Всем известный Schaller Thermostar®	86		RosUpack-2012: Открывая новое!	99
Клипсование: просто, надежно, продуктивно	88	/ингредиенты	Инновационные пищевые добавки, повышающие качество и безопасность продуктов питания	100
Испанские клипсаторы на российском рынке	90	консалтинг /экспертиза	Тушенка: соя, шкура и ливер вместо мяса	103

мясная сфера

№3 (88) 2012

Информационно-аналитический журнал для специалистов мясоперерабатывающей промышленности
Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).
Свидетельство о регистрации
ПИ №ФС 77 – 46401 31.08.2011 г.

Издатель:
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»
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

Генеральный директор:
Алексей Захаров
Заместитель директора
по административным вопросам:
Зоя Киселева
z.titova@sfera.fm
Директор по продажам
и маркетингу:
Ольга Паленова
o.palenova@sfera.fm
Менеджер по маркетингу
и развитию:
Анастасия Кочеткова
a.kochetkova@sfera.fm
Реклама:
Виктория Паленова
v.palenova@sfera.fm
Надежда Антимова
n.antipova@sfera.fm
Наталья Баранцева
n.barantseva@sfera.fm

Арт-директор:
Павел Хан
pavelhan2009@gmail.com
Выпускающий редактор:
Виктория Загоровская
editor@sfera.fm
Дизайн и верстка:
Путинцева Татьяна
t.putinzeva@sfera.fm
Корректор,
литературный редактор:
Анастасия Баева
Иллюстрация на обложке:
Тимофей Яржомбек
Журнал распространяется
на территории России и стран СНГ.
Периодичность – 6 раз в год.
Использование информационных
и рекламных материалов журнала
возможно только с письменного
согласия редакции.

Все рекламируемые товары имеют
необходимые лицензии и сертификаты.
Редакция не несет ответственности
за содержание рекламных материалов.
Материалы, отмеченные значком **P**,
публикуются на коммерческой основе.
Мнение авторов не всегда совпадает
с мнением редакции.
Отпечатано в типографии «ПремиумПресс».
Подписано в печать: 21.05.12.
Тираж: 5000 экз.





Национальные тонкости

На протяжении последних лет рынок мясных полуфабрикатов динамично развивается, однако темпы прироста постепенно снижаются, что говорит о приближении к стадии насыщения. Даже в период кризиса он вошел в число тех «счастливых» сегментов, которые, несмотря ни на какие экономические коллапсы, продемонстрировали рост.

Увеличение потребления мясных полуфабрикатов в кризисный период свидетельствует о том, что данный вид продукции стал неотъемлемой частью повседневного рациона многих россиян. Мясные полуфабрикаты привлекают покупателей прежде всего тем, что позволяют экономить время. Однако делать акцент на быстроту и простоту приготовления в переполненном аналогичными предложениями сегменте уже давно не эффективно.

Стремясь сохранить и упрочить свои позиции в условиях жесткой конкуренции, производители расширяют ассортиментную линейку за счет полуфабрикатов на основе блюд той или иной национальной кухни: грузинской, китайской, итальянской, французской и т. д.

У многих мясных продуктов есть множество аналогов по всему миру, готовящихся по разной, но в то же время очень схожей рецептуре. Интересно, что все эти блюда примерно похожи по составу, но при этом обладают своими национальными особенностями, что позволяет производителям при внесении минимальных изменений в рецептуры давно известных покупателям продуктов позиционировать их в качестве новинок.

Поиск интересных вкусовых сочетаний и возможности современных технологий позволили компаниям дополнить продуктовые линейки как уже готовыми, так и требующими приготовления кулинарными изделиями на основе национальных блюд. К ним можно отнести, например, фрикадельки, шницели, бифштексы, ромштексы, тефтели, ежики, манты, чебуреки, зразы, голубцы, хинкали и многие другие полуфабрикаты. Виртуозы-технологии все активнее воплощают в жизнь свои фантазии и радуют новыми наименованиями любителей мясной экзотики.

Вот только, перенимая национальные традиции в кулинарии, главное не перестараться. Иначе от дружбы народов и взаимопроникновения культур недалеко до межнациональной розни и обвинений в экстремизме...

Так, в прошлом году в Мурманской области разгорелся скандал из-за полуфабриката под названием «Грузинчики жареные». Все началось с того, что житель города Североморск – силовик грузинского происхождения – увидел данный полуфабрикат в супермаркете и, оскорбившись, потребовал у администрации магазина убрать «нетолерантный» продукт с прилавка. Получив отказ, он обратился в региональное следственное управление, так как решил, что владельцев супермаркета необходимо наказать за разжигание межнациональной розни.

В региональном СКР назвали утверждения о наличии экстремизма в названии продукта «интересным прецедентом». «Это блюдо относится к национальной грузинской кухне и представляет собой мясные рулетики в тесте. Точно так же болгары могут просить привлечь к ответственности реализаторов болгарской кухни, чехи – чешской и т. д.», – поделились представители СКР. «И дурака уже нельзя дураком назвать, а только альтернативно одаренным», – развлекаются правоохранители на форуме сотрудников МВД.

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



Вариации на тему нации



Автор:

**Виктория
Загоровская**

По мере восстановления уровня доходов и привычного ритма жизни потребители стали более разборчивыми и требовательными при выборе продуктов питания. Сегодня они отдают предпочтение интересным продуктам с оригинальной и сложной рецептурой, но при этом простым в приготовлении.

↓ В период экономического спада, когда многие рынки переживали снижение показателей, некоторые отрасли не только не пострадали, но и показали стабильный рост: в их числе рынки фаст-фуда и полуфабрикатов.

↓ Улучшение благосостояния населения после экономического кризиса, а также растущий темп жизни и уровень занятости, который приводит к отсутствию времени на приготовление пищи, определяют смену потребительских предпочтений при выборе продуктов питания.

Особенным интересом у потребителей пользуются мясные полуфабрикаты на основе блюд национальной кухни, которые дают возможность попробовать кулинарные изыски разных народов мира не выходя из дома.

Подчеркнуть вкусовые нюансы

Исследования рынка замороженных полуфабрикатов показывают, что, хотя традиционные продукты по-прежнему удерживают лидирующие позиции, популярным становится сочетание классических вкусов с национальными мотивами, за счет чего достигается разнообразие предложения.

Например, компания «Рус Фуд Менеджмент», производственное направление которой представлено двумя комбинатами – «РПК» и «ШОК», вывела на рынок классическую и одновременно новаторскую линейку «Будь готов!». В нее вошли гуляш, азу, шницель, бефстроганов, лазанья, а также другие популярные блюда различных кухонь мира. Особенной популярностью у потребителей пользуются оригинальные рецепты, в числе которых «Баварские колбаски с капустой».

ТМ «Добра Вечеря», производитель замороженных полуфабрикатов, представляет широкий выбор как уже готовых, так и требующих приготовления кулинарных блюд и изделий: фарши и фаршированные продукты, котлеты, фрикадельки, куриные палочки, колбаски, зразы, блинчики, голубцы, вареники, хинкали и многое другое.

Учитывают современный тренд и многие другие производители, принявшие решение вырабатывать мясoproductы как по традиционным, так и по новым рецептурам. При этом они стараются сформировать ассортимент, ориентированный на разные группы потребителей с учетом не только вкусовых пристрастий, но также национальных и религиозных особенностей.

Ориентация на более узкую целевую аудиторию во многом продиктована активным расширением рынков сбыта за счет освоения новых регионов, к которому производителей мясных полуфабрикатов подталкивает высокая конкуренция. По прогнозам экспертов, в ближайшие годы основным полем для конкурентной борьбы будут именно региональные рынки.



Будущее рынка замороженных мясных полуфабрикатов видится в развитии нетрадиционных направлений, в частности в развитии производства полуфабрикатов более сложной предварительной обработки и замороженной продукции на основе национальных мясных блюд.



Стремясь сохранить и упрочить позиции на высококонкурентном рынке, производители мясных полуфабрикатов расширяют ассортиментную линейку и осваивают новые ниши, предлагая продукты на основе рецептов национальных кухонь мира.

В основу создания новинок часто ложатся кулинарные традиции стран, популярных для отдыха и испытывающих наибольший наплыв туристов. Прибавим к этому ориентирование на максимальную простоту рецептов и получим бесспорного лидера – Италию.

Так, в этом году компания «Рус Фуд Менеджмент» представила уникальный для российского рынка продукт – СОФИЧИНИ «Будь Готов!» – хрустящие блинчики в панировке с оригинальными начинками, хорошо знакомые потребителям в Италии. По словам представителей компании, продукт изготовлен по оригинальной рецептуре, не имеющей аналогов в России. В ассортимент продукции вошли «СОФИЧИНИ по-пармски. Хрустящие блинчики с сыром и ветчиной», «СОФИЧИНИ по-сицилийски. Хрустящие блинчики с курицей и грецкими орехами» и «СОФИЧИНИ по-генуэзски. Хрустящие блинчики с грибами, сыром и курицей».

А в прошлом году в рамках программы развития ассортимента компания «Что надо» выпустила на рынок обновленный вариант пиццы под ТМ «Пиццаэрика». Изготовленная в соответствии с итальянскими традициями, она сделана на тонком тесте с увеличенным количеством начинки и выпускается с ветчиной, сыром, грибами, а также ассорти.

Кроме того, компания полностью обновила линейку продуктов под ТМ «Моменто Комплименто». Теперь это пицца с пятью разными вкусами, созданными веселой итальянской семьей Комплименто. «Что надо» предлагает попробовать оригинальную пиццу с ветчиной и салями и обратить внимание на вкус грибно-го ассорти. Причем если продукты ТМ «Пиццаэрика» предназначены скорее как дополнительная закуска или для легкого перекуса, то «Моменто Комплименто» – это оригинальные блюда для семейного ужина.

Учитывая национальные особенности празднования Нового года и Рождества, компания «Что

↓ Основным полем для конкурентной борьбы производителей замороженных полуфабрикатов в ближайшие годы будут региональные рынки.

↓ Особенностью нашего времени является значительное повышение спроса на мясные полуфабрикаты и потребность в оригинальных необычных вкусах. Особый интерес у потребителей вызывают мясные полуфабрикаты на основе блюд национальной кухни.

надо» выпустила на отечественный рынок уникальный сезонный продукт – «Рождественскую пиццу». Это пицца с несвойственными для нее ингредиентами: опятами, крупно нарезанными кусками мяса и клюквой!

Для людей, предпочитающих европейские блюда, производители замороженных полуфабрикатов разрабатывают продукцию, основываясь на рецептах украинской и немецкой кухонь, которые включают в себя множество блюд из свинины.

Интерес к наиболее самобытным национальным кухням народов бывшего СССР, в первую очередь закавказским и среднеазиатским, возник еще в докризисный период.

Можно сказать, что продукты, воплощающие традиции восточной и кавказской кухонь, давно знакомы российским потребителям и пользуются неизменной популярностью. Поэтому производители все чаще закладывают в основу блюд традиции юго-восточных стран.

Так, отвечая растущему интересу населения к восточной кухне, компания «Морозофф» еще в 2009 году включила в свой ассортимент хинкали, люля-кебаб, манты и чебуреки, для производства которых был приобретен специальный аппарат. Специалисты компании не забывают также о внешнем облике блюд и разрабатывают новые формы привычных пельменей.

В 2009 году ассортимент компании «ПОСПЕЛ» дополнили зразы, мясные котлеты с начинкой и люля-кебаб, восточное блюдо в виде продолговатой котлеты. В отличие от традиционных котлет в зразы и люля-кебаб не добавляется хлеб. А уже год спустя компания приступила к выпуску полуфабрикатов кавказской кухни – хинкали «Столичные». Изготавливаются хинкали из натуральных мясных ингредиентов – свинины и говядины, с добавлением перца и специй.

Компания «Элика» недавно представила в сегменте готовых замороженных блюд чебуреки с мясом. При их изготовлении используются натуральное парное мясо и тесто высшего сорта. Применяется технология шоковой заморозки.

Потребители проявляют все больший интерес к продукции по оригинальным рецептурам, экзотическим вкусам или сложным непривычным вкусовым сочетаниям.



В Европе особую популярность приобрели клосы, приготовленные в Восточной Пруссии. Полуфабрикаты в жестяных банках под маркой «Кенигсбергские клосы» до сих пор продаются в Германии.

Учитывая рост благосостояния россиян и культуры потребления продуктов, самым перспективным будет выпуск охлажденных и замороженных полуфабрикатов, ориентированных на достаточно взыскательного потребителя.



Поэтому еще одним новым направлением является акцентирование внимания на особых вкусовых нюансах продукта.

Многие производители, успешно конкурирующие на рынке, выпускают продукцию, изготовленную по этнорецептам, главная особенность которых заключается в добавлении несовместимых на первый взгляд ингредиентов. Аутентичные вкусы становятся все более интернациональными, по мере того как кухня этих народов внедряется в страны Европы и Северной Америки. Особую популярность приобретают индийские вкусы: пряный тандори и тикка масала стали широко распространенными ингредиентами готовых блюд. В ближайшее время прогнозируется рост интереса к этническим вкусам, особенно стран Азии, Латинской Америки, Средиземноморья и Африки.

Как можно заметить, национальные особенности блюда подчеркиваются необычными ингредиентами, специями и маринадами, комбинацией различных компонентов, а также изменением формы продукта. Часто форма изделия в большой степени определяет его название.

Как правило, производители, используя нетрадиционные для рынка вкусы, выпускают продукцию нестандартной формы. Тем более что на рынке представлено большое количество технологического оборудования, которое позволяет быстро и эффективно, с минимальными экономическими затрата-

↓ *Позы – одно из самых любимых национальных блюд в Бурятии, их можно назвать шедевром бурятской кухни.*

↓ *На рынке представлено большое количество технологического оборудования, которое позволяет быстро и эффективно, с минимальными экономическими затратами делать полуфабрикаты различных форм, с огромным разнообразием начинок.*

ми делать полуфабрикаты различных форм, с огромным разнообразием начинок и т. д.

Значительное расширение продуктовых линеек естественным образом приводит к перетеканию потребительского спроса из одного сегмента в другой. Таким образом, производители «заморожки» испытывают значительные трудности из-за постоянно растущей конкуренции как внутри своих товарных сегментов, так и со стороны смежных категорий.

Дефицит и постоянное удорожание мясного сырья способствуют тому, что производители мясных полуфабрикатов все большее внимание уделяют сложным блюдам, например пицце, лазанье, готовой продукции с гарнирами. Это позволяет снизить прямую зависимость отпускной цены на ЗПФ от роста цен на мясное сырье, сохранить стабильное качество продукции и предложить потребителю максимально широкий ассортимент.

Важным преимуществом мясных полуфабрикатов на основе блюд национальной кухни для производителей является возможность внести минимальные изменения в рецептуры давно известных покупателей блюд. Ведь в кулинарных традициях разных стран существуют аналоги привычных для нас продуктов, которые в конечном счете и позиционируются сегодня как новинки.

Коллекция национальных традиций

Даты многих кулинарных открытий определены весьма приблизительно, а имена изобретателей продуктовых новаций неизвестны. Краткая история гласит, что в I веке н. э. мировая кулинария обогатилась пиццами и тостами. Хотя современные пиццы появились намного позже – в 1879 году.

Открытием XIII века стали гамбургеры. В 1484 году были изобретены хот-доги – булочки с сосиской, ставшие национальным блюдом американцев. Кстати, на момент открытия хот-догов Америка еще не была открыта. В 1795 году миру является консервная банка. Знаменитая фраза Хлестакова «Суп в кастрюльке прибыл из Парижа...» именно о ней.

В 1871 году записан рецепт говядины по-строгановски (бефстроганов). И, наконец, 1910-20-е годы связаны с усовершенст-

нием технологии заморозки, распространением замороженных продуктов и началом развития индустрии полуфабрикатов.

Новые продукты появлялись в результате географических и научных открытий, а также технологических инноваций. Общение народов обогащало их кулинарные традиции. В результате взаимопроникновения и взаимодействия культур сегодня можно обнаружить, что национальные блюда разных стран при всей своей уникальности имеют общие корни и подчас представляют собой разновидности одного и того же продукта.

Например, мир пельменей – настоящая коллекция национальных традиций. Почти каждая нация имеет свой вариант пельменей. Грузинская кухня славится такими блюдами, как чанахи, хачапури, хинкали. Манты – популярнейшее мясное кушанье в Центральной Азии, любимое также в Турции и Пакистане. Позы – бурятская разновидность пельменей, почти ничем не отличающаяся от мант как по начинке, так и по технологии приготовления.

Интересно, что именно позы стали новинкой ГК «Сибирский Гурман», выведенной на рынок летом 2011 года. «Это одно из самых любимых национальных блюд в Бурятии, их можно назвать шедевром бурятской кухни, – отмечает пресс-служба компании. – Берешь в руки горячий тестяной мешочек, подносишь к губам и, насладившись аппетитным ароматом, надкусываешь позу, чтобы выпить мясной бульон через образовавшееся отверстие, а затем съедаешь целиком».

Позы гораздо крупнее пельменей: одна штука весит около 60 граммов. Они отличаются особенной формой и наличием дырочки в верхней части, что дает продукту большую сочность. Традиционный фарш для настоящих поз – это крупно рубленое мясо (говядина и свинина) с небольшим количеством лука. Обычно позы готовятся на пару. Но, по словам представителей компании «Сибирский Гурман», их можно варить как обычные пельмени, при этом сочность и вкус продукта сохраняются.

В Китае потребителям предлагаются цзяо-цзы, бао-цзы, вонтоны и шуй яо (известное слово «дим сам», которым на Западе часто называют китайские пельмени, на самом деле обозначает южно-китайские закуски вообще). Цзяо-цзы имеют плоскую форму и по плотности теста наиболее близки к русским пельменям. Помимо Китая, цзяо-цзы популярны в Японии под названием гедза и в Корее как манду.

Подкогыльо – пельмени марийцев, начиненные зайчатиной, свиной или барсучьим мясом и большим количеством лука. Иногда в подкогыльо кладется еще и каша. Марийские пельмени изготавливаются в форме узкого полумесяца.

Бораки – армянская разновидность «открытых» пельменей. Предварительно обжаренный на сковороде фарш находится в цилиндре из теста, который не залепляется сверху. Чтобы приготовить такие пельмени, их ставят в кастрюлю в вертикальном положении и заливают небольшим количеством бульона. Едят бораки с подливкой, приготовленной из кислого молока с добавлением тертого чеснока.

Дюшпара – азербайджанский суп с пряными пельменями. Сами пельмени делаются вдвое меньше обычных из тончайшего (1 мм) теста. Традиционную баранину хорошенько перемешивают с травяными приправами: мятой, базиликом, барбарисом, луком, чесноком, поэтому дюшпара отличается своим кислым привкусом. Варят пельмени в два захода. В подсоленной воде до полуготовности, а затем в очень жирном бульоне, благодаря которому и получается в итоге азербайджанский пельменный суп.

У русских котлет из рубленого мяса также много сестер по всему свету. Клопсы, фрикадельки, тефтели, шницель, зразы, крокеты, кордон блю,

↓ В отличие от фарша для тефтелей, куда добавляют крупы и овощи, в фарш для фрикаделек идет только зелень и пряности, реже орехи. Кроме того, тефтели жарят или тушат, а фрикадельки варят в бульоне, кипятке или супе.

↓ У русских котлет из рубленого мяса много сестер по всему свету. Клопсы, фрикадельки, тефтели, шницель, зразы, крокеты, кордон блю, люля-кебаб – все это разновидности котлет из рубленого мяса в разных кухнях мира.

люля-кебаб – все это разновидности котлет из рубленого мяса в разных кухнях мира.

Тефтели – одно из основных национальных блюд Швеции, которое делают в виде шариков размером от грецкого ореха до небольшого яблока. Помимо формы, от котлет тефтели отличают (или должны отличать) два кулинарных признака.

Во-первых, они панируются только в муке (желательно рисовой или пшеничной), а не в панировочных сухарях. Во-вторых, тефтели формируются не только из мясного и рыбного фаршей, но также из инородных добавок к ним: крупяных (чаще всего отварного риса) или овощных – мелких кусочков помидоров, сухофруктов, картофельного пюре. Они создают внешнее и вкусовое отличия, кроме того, тефтели благодаря большей рыхлости своих фаршей становятся готовыми быстрее. Еще одна особенность блюда – непременно приготовление или подача вместе с соусом или, точнее, прямо в соусе. Такая традиция пришла из турецкой кухни.

Фрикадельки (итал. *frittatella* – жареное) также представляют собой шарики из мясного или рыбного фарша. Однако в отличие от фарша для тефтелей, куда добавляют крупы и овощи, в фарш для фрикаделек идет только зелень и пряности, реже орехи. Кроме того, тефтели жарят или тушат, а фрикадельки варят в бульоне, кипятке или супе.

Натуральная котлета из французской кухни – эскалоп. Так называются ровные, круглые пласты мяса, нарезанные из вырезки (телячьей, свиной) или из других частей мякоти (ровными кружками, поперек волокон). Эскалопы, нарезавшиеся из сырого мяса толщиной не более 1 см, затем обычно отбивались (до толщины 0,5 см) и при этом никогда не панировались, а вместо этого либо пассеровались, либо гриллировались на решетке открытыми или в папилютках. Данный технологический прием и стал впоследствии основным для характеристики блюда. Итальянский аналог эскалопа – оссибуки.

Немецкий шницель (*Schnitzel*, от глагола *schnitzen* – вырезать, буквально означает «вырезка», то есть просто кусок мяса) представляет собой тонкий пласт телятины, свинины, баранины, куриной или индюшачьей грудки, панированный в сухарях или муке и обжаренный во фритюре.

От эскалопа отличается панировкой. Шницель должен быть крупнее котлеты: его стандартный вес составляет около 100 граммов. Аналог шницеля из чешской кухни – ржизек.

Кордон блю (франц. *cordon bleu* – синяя лента) – панированный в сухарях шницель из телятины, начиненный сыром и ветчиной, предположительно рецепт швейцарской кухни. Относительно происхождения названия

В последние годы на рынке замороженных полуфабрикатов появился ряд новых продуктов. Например, к ним относятся готовые обеды и различные блюда национальных кухонь.

имеется несколько версий. Возможно, шницель «кордон блю» был победителем одного из кулинарных конкурсов во Франции. Или шницель раньше перевязывали синей лентой. По еще одной версии Людовик XV вручил орден Синей ленты поварихе мадам Дюбарри, и с тех пор этим названием в шутку награждали всех хороших поваров и вкусные блюда. Согласно другому предположению, на создание кордон блю повара одной состоятельной базельской семьи вдохновили синие ленты в волосах девочек, игравших во дворе.

Крокеты – еще один вид котлет, распространенный во французской кухне (от франц. *croquer* – кусать). Это кулинарное блюдо цилиндрической или округлой формы величиной с крупную сливу, приготовленное из мясного фарша или овощей, обваленных в сухарях и обжаренных во фритюре. Вместо сухарей иногда используется картофельное пюре.

Биточки (битки) пришли из французской кухни в XVIII веке с названием «медальоны». Первоначально это были отбивные котлеты круглой формы из вырезки и без косточек. В XIX веке биточки из-за незначительного количества пригодного для них сырья уступили место рубленным котлетам, для которых сорт мяса не имел принципиального значения. Уже в XX веке битками стали называть практически те же самые рубленые котлеты круглой формы, но меньших размеров. Кроме того, битки делают более жирными: в говяжий фарш добавляют жирную свинину или шпик.

Кенигсбергские клопсы (нем. *Königsberger Klopse*, от *klopfen* – колотить, отбивать) – мясное блюдо немецкой кухни, состоящее из нескольких биточков, политых соусом. В Европе особую популярность приобрели клопсы, приготовленные в Восточной Пруссии. Полуфабрикаты в жестяных банках под маркой «Кенигсбергские клопсы» до сих пор продаются в Германии.

Отдельно стоит сказать и о шашлыке, который считается блюдом турецкой кухни в силу того, что слово произошло от крымско-татарского «шиш», то есть вертел. Таким образом, «шашлык» в буквальном смысле означает кушанье, жаренное на вертеле.

В Армении шашлык называют «хоровац», в Азербайджане – «кебаб», в Турции – «шиш-кебаб», в Грузии – «мцвади», в Осетии – «физонаг», а в Казахстане – «кауап». Сате, или сатай – маленькие кусочки мяса, нанизанные на тонкие деревянные шпажки – блюдо Юго-Восточной Азии, особенно популярное в Таиланде, Малайзии, Индонезии. Якитори (яп. «жареная

↓ *Продукты на основе рецептов национальных кухонь часто позиционируются как новинки из высокого и премиального ценовых сегментов, которые считаются наиболее перспективными.*

птица» – японское блюдо из кусочков курицы (с внутренностями), поджаренных над углями на бамбуковых вертелах. На Западе и в Америке «верченые» блюда превратились в «переворачиваемые»: там готовят мясо на решетке в жаровнях, именуемых барбекю.

Национальный интерес

В настоящее время ритм жизни в крупных городах, на которые приходится более 80% потребления ЗПФ, возвращается к привычному докризисному темпу, соответственно, растет спрос на более разнообразный ассортимент полуфабрикатов.

Очевидно, что общей тенденцией этого года станет активный вывод на рынок новинок, на продвижении которых производители откровенно сэкономили в 2008-2009 годах. При этом приоритет скорее будет отдаваться развитию узких сегментов, таких как готовые блюда, а также новым видам мясных полуфабрикатов, в том числе созданных на основе блюд национальной кухни.

Продукты на основе рецептов национальных кухонь часто позиционируются как новинки из высокого и премиального ценовых сегментов, которые считаются наиболее перспективными. По словам экспертов, если положительная динамика развития рынка сохранится, в этом году стоит ожидать оживления сегмента премиальной продукции и появления инновационных продуктов премиального класса.

Еще один момент, способный повлиять на развитие рынка, – расширение предложения охлажденных изделий, которые хоть иногда и проигрывают в удобстве приготовления, зато воспринимаются потребителями как более качественные по сравнению с замороженными аналогами.

Учитывая рост благосостояния россиян и культуры потребления продуктов, самым перспективным будет выпуск охлажденных и замороженных полуфабрикатов, ориентированных на достаточно взыскательного потребителя.

Аналитики агентства «Кредитинформ Северо-Запад» прогнозируют увеличение доли активных покупателей мясных полуфабрикатов с 49 до 53% в 2011-2012 годах. Годовой рост рынка может составить 6-8%.

Подчеркивается, что в течение ближайших лет будет происходить отсеивание небольших компаний и неконкурентоспособные игроки будут вынуждены уйти с рынка. Тем, кто нацелен сохранить и упрочить свои позиции, придется активно осваивать новые ниши. Расширение ассортимента мясных полуфабрикатов за счет блюд на основе рецептов национальной кухни может способствовать существенному расширению круга лояльных потребителей, росту спроса на продукцию компании и увеличению продаж. **МС**



Комплексные смеси специй, вкусо-ароматические композиции и функциональные добавки австрийской фирмы ZALTECH для производства всех видов мясных изделий.

Москва	(495) 642-82-42
Санкт-Петербург	(812) 363-31-66
Астрахань	(8512) 33-74-76
Владимир	(4922) 34-66-11
Волгоград	(8442) 26-52-52
Краснодар	(861) 210-09-71
Казань	(843) 224-52-61
Липецк	(4742) 41-78-73
Новосибирск	(383) 363-03-70
Барнаул	(3852) 63-39-12
Томск	(3822) 40-56-96
Омск	(3812) 37-36-00
Саранск	(8342) 23-04-98
Самара	(846) 977-38-18
Саратов	(8452) 35-11-88
Тамбов	(4752) 73-70-01
Челябинск	(351) 261-99-60
Ярославль	(4852) 72-18-85
Воронеж	(4732) 39-56-08
Нижний Новгород	(831) 233-82-54
Пенза	(8412) 60-69-68

Эксклюзивный представитель ZALTECH

в России ООО «Биофуд Спайс»

Тел./факс: (495) 642-82-42, (498) 602-76-40

www.zaltech.com



Вопросы:

1. Каковы ключевые тенденции развития российского рынка мясных полуфабрикатов? Какие сегменты демонстрируют наибольший рост?
2. Одна из тенденций отечественного рынка – появление новых видов мясных полуфабрикатов на основе блюд национальной кухни. С чем связан интерес производителей к таким продуктам? И появление каких интересных предложений Вы могли бы отметить?
3. Кулинарные традиции каких стран чаще всего ложатся в основу новых категорий продуктов отечественных производителей? Насколько сложно соблюсти при производстве все тонкости традиционных национальных рецептур и за счет чего это достигается?
4. Какое место продукты на основе национальных мясных блюд занимают в ассортименте Вашей компании? Планируете ли Вы расширять ассортиментный ряд, выводить на рынок продукты с новыми вкусами?
5. На какую целевую аудиторию прежде всего рассчитаны продукты на основе национальных мясных блюд? Как много потребителей выбирают продукты с традиционными вкусами и какая часть отдает предпочтение оригинальным рецептурам? Расскажите о современных направлениях на рынке вкусов.
6. Каковы конкурентные преимущества продуктов на основе национальных мясных блюд? Каким потенциалом обладает этот сегмент рынка?



Олеся Дмитриева,
генеральный директор
ООО «Торговый Дом Агро-Белогорье»:

«Исходя из опыта наших продаж, 85% потребителей выбирают продукты с традиционными вкусами, и только 15% отдают предпочтение деликатесной продукции по оригинальным рецептурам».

ЭКСПЕРТ



1 Одним из наиболее привлекательных и динамично развивающихся сегментов рынка мясных продуктов в настоящее время является рынок охлажденных полуфабрикатов. Если говорить о ключевых тенденциях его развития, то считаю, что в ближайшем будущем сохранится и будет неспешно расти спрос на продукцию премиум-сегмента в газомодифицированной среде.

Производители будут традиционно поддерживать высокое качество, а также предлагать продукцию в виде «почти готовых блюд», нарезанную или сформированную для приготовления, с различными добавками и специями, в том числе и в упаковке, предусматривающей возможность приготовления без распаковки. Кроме того, активно растет спрос на охлажденное мясо в ва-

куумной упаковке, чему способствует высокое качество продукции ведущих производителей, удобство хранения и относительно невысокая цена. Так, в настоящее время из охлажденных полуфабрикатов у наших потребителей в большей степени востребован фарш.

Другая важная тенденция – увеличение объемов продаж мяса всех видов в розничной торговле.

В последний год активно развивается еще один сегмент охлажденных полуфабрикатов – изделия в маринадах и соусах. Маринады и соусы позволяют не только расширить ассортимент, но и продлить срок годности полуфабрикатов. Использование маринадов увеличивает выход продукции, предлагая возможность совершенствовать и создавать новые виды продуктов с различными вкусами.

Считаю, что сохранится интенсивный рост производства свинины и мяса птицы в России, а также ускорится тенденция смены предпочтений по-

требителей – от замороженного мяса к охлажденному. Многие производители мясных охлажденных полуфабрикатов с помощью современных технологий добиваются 21-26-дневного срока хранения, что значительно расширяет географию продаж по регионам.

2. Стремясь закрепить свои позиции на рынке, его участники не только наращивают производственные мощности, но и действительно разрабатывают новые продукты, основываясь на национальных рецептах. Кроме того, чтобы расширить рынки сбыта, производителям приходится изучать традиции и специфику новых для себя регионов, вследствие чего появляются предложения продуктов, основанные на рецептах блюд национальной кухни или по их мотивам.

В ближайшем будущем потребителю будет предлагаться набор для приготовления традиционным способом, который избавит его от множества подготовительных операций. Такая продукция будет ориентирована на сегмент цен выше среднего, однако и здесь спрос не будет большим, поскольку, на мой взгляд, любители приготовления еды в домашних условиях и гурманы предпочтут, чтобы их фантазию не ограничивали стандартным набором ингредиентов.

Подобные предложения можно считать попыткой найти свою «фишку» в продвижении товара, использовать здоровое любопытство части потребителей и их интерес к кулинарии других стран.

Из интересных предложений мясоперерабатывающего завода «Агро-Белогорье» стоит выделить шашлык «Времена года», рульку фаршированную «Пикантную», ребрышки «Деликатесные».

3. Существует устоявшееся деление на блюда европейской и восточной кухонь. Как правило, национальные особенности подчеркиваются специями и маринадами, а также комбинацией различных продуктов. Вырабатываются мясoproductы как по традиционным рецептурам, так и по новым, разработанным для максимального удовлетворения запросов разных групп потребителей с учетом их национальных и религиозных особенностей.

В последнее время производители все чаще закладывают в основу блюд традиции юго-восточных стран, ориентируясь на интерес россиян к экзотике.

Для людей, предпочитающих европейские блюда, компании, как правило, разрабатывают продукцию, основываясь на украинской и немецкой кухнях, которые включают в себя множество блюд из свинины.

4. Компания «Агро-Белогорье» производит продукцию, рассчитанную на традиционный вкус россиян и общепринятые способы приготовления: жарка на сковороде и гриле, запекание. Буженина, шашлыки, стейки, котлеты на косточке чаще всего встречаются на наших столах, поэтому потребителю предлагаются соответствующие мясные полуфабрикаты.

Шашлык, гуляш, поджарка, рагу, эскалоп, шницель, стейк – можно сказать, что каждый из этих продуктов давно стал межнациональным блюдом. Мы постоянно расширяем ассортимент выпускаемой продукции: технологи компании систематически дополняют его какими-нибудь изысками. Одна из последних разработок – карбонад «Шедевр».

При разработке и выпуске продукции нами учитываются не только национальные предпочтения – большую роль играет сезонность. Например, к весенне-летнему периоду выпускаются различные виды шашлыка, грудинка для барбекю, ребрышки деликатесные, медальоны из вырезки, а к зимнему – окорок «По-домашнему», вырезка «Серпантин», рулет из грудинки.

5. На мой взгляд, следует ориентироваться на людей в возрасте 20-45 лет, ведущих активный образ жизни, склонных к минимизации временных затрат на приготовление еды, однако придающих ей немалое значение. Для этой категории потребителей важно сократить время приготовления пищи, но при этом они стараются, чтобы все продукты были полезными и экологически чистыми. В части замороженных полуфабрикатов их доходы могут быть средними и ниже среднего, а в части охлажденных – средними и выше среднего.

Современный потребитель в основном старается подходить к выбору товара рационально, но в момент реальной покупки часто руководствуется эмоциями. Национальному, «своему», блюду покупатель доверяет больше, следовательно, новые виды мясных полуфабрикатов на основе рецептов национальной кухни будут способствовать увеличению продаж. Производители, заинтересованные в том, чтобы не по-

терять своего покупателя, будут поддерживать его интерес, выводя на рынок новинки.

Ориентация рекламного продвижения на данную целевую группу существенно увеличит сбыт продукции. Не нужно бояться «заузить» целевую аудиторию товара. Напротив, чем уже сегмент, тем четче можно построить стратегию продвижения. Соответственно, расходы на продвижение значительно снизятся, а сбыт возрастет.

При грамотном продвижении полуфабрикаты на основе национальных мясных блюд будут привлекательны как для любителей «своей» кухни, так и для приверженцев кулинарии других стран.

Исходя из опыта наших продаж, могу сказать, что 85% потребителей выбирают продукты с традиционными вкусами, и только 15% отдают предпочтение деликатесной продукции по оригинальным рецептурам.

На рынке замороженных мясоовощных смесей, на мой взгляд, потребитель будет отдавать предпочтение продукции с оригинальной рецептурой, поскольку вкус традиционно приготовленной еды чаще всего отличается от вкуса продуктов быстрого приготовления.

Пельмени, скорее всего, сохраняют традиционный вкус и будут радовать потребителя разнообразием форм и упаковки. Из мясных охлажденных полуфабрикатов в качестве наиболее перспективных я бы выделила те, что позволяют покупателю получить основу для приготовления блюда по классической технологии и рецептуре, но оставляют простор для фантазии.

6. Это достаточно новый для нас сегмент, и он, как все новое, будет пользоваться относительно повышенным спросом. В большой степени его развитие будет определяться финансовым благополучием населения страны, а также изменением уклада жизни.

Ориентация на традиционные ценности будет поддерживать спрос на охлажденные мясные полуфабрикаты с низкой степенью готовности. Однако ускорение темпа жизни, технологизация пространства, усиление информационного прессинга не оставят человеку времени и желания неспешно разрезать сочный кусок мяса на стейки. Золотая середина, которую предлагаем мы, – слегка отбить, поперчить и наслаждаться звуком скворчащего на сковороде свежего мяса, его неповторимым запахом и вкусом.



Ярмо Линдхольм,
исполнительный вице-президент
«Атриа Россия», генеральный директор
ООО «Пит-Продукт» и ООО «КампоМос»:

*«Цена как конкурентное преимущество
отходит на второй план, все большее
значение приобретают разнообразие
предложения, качество продукта
и удобство его потребления».*

ЭКСПЕРТ



1. По информации Intesco Research Group, объем рынка мясных и мясосодержащих кулинарных изделий составляет 76 тыс. тонн (сюда входят и заморозка, и охлажденные и консервированные продукты). По данным Российского Индекса Целевых Групп за 2007-2011 годы, основную часть потребителей (более 50%) составляют активные пользователи, покупающие данные продукты не реже 4 раз в неделю. При этом 55% главным критерием выбора полуфабрикатов называют «свежесть продукта».

В Европе развитие категории Convenience food является мегатрендом. Как мы видим, этот тренд приходит и в Россию. У компании «Атриа Россия» есть опыт работы с данной категорией продукции. С 2005 года выпускается охлажденная, готовая к употреблению пицца «Fresca». На сегодняшний день, по данным компании AC Nielsen, она занимает второе место на высококонкурентном рынке Москвы среди брендируемых пицц: ее доля составляет 13%. Соответственно, уже сейчас можно говорить о высоком потенциале готовых к употреблению мясных продуктов.

2. В больших городах России увеличилась доля высокодоходных клиентов. Вместе с увеличением уровня доходов, люди все активнее знакомятся с национальными кухнями разных стран, расширяя опыт потребления. При этом из-за растущего темпа жизни и уровня занятости у них не хватает времени на самостоятельное приготовление пищи. Соответственно, меняются и приоритеты покупателей, в результате чего цена как конкурентное преимущество отходит на второй план, все большее значение приобретают разнообразие предложения, качество продукта и удобство его потребления.

Когда мы говорим о разнообразии предложения для массового продукта, то подразумеваем, что покупатель ищет что-то знакомо новое, например уже полюбившийся бренд с необычным вкусом, о котором он уже знает.

Откуда берется это знание?.. Все больше жителей мегаполисов регулярно путешествуют, как по делам бизнеса, так и во время отпуска, и, конечно же, зна-



*«Что такое национальная кухня?
Бифштекс – кто вспомнит, где его
родина? Итальянская пицца очень
быстро стала национальной русской
едой. Фрикадельки ассоциируются
со шведской кухней только
благодаря ресторану IKEA».*

комятся с кухней и традициями других стран. Появляется все больше ресторанов и кафе с национальным колоритом: итальянские траптории, суши-бары, корейские и китайские рестораны и т. д. Многие страны уделяют больше внимания продвижению своей кухни в рамках дней страны. Кроме того, не надо забывать, что Россия – это многонациональная страна, где переплелись культуры и кухни разных народов.

На расширение ассортимента национальных мясных блюд большое влияние оказывают выход и активное развитие крупных западных торговых сетей («Метро Group», «Ашан», IKEA и др.).

Под их воздействием происходит также формирование вкусовых предпочтений. Например, российским потребителям очень понравилось традиционное шведское блюдо – мясные фрикадельки с брусничным соусом, которые предлагает попробовать ресторан IKEA.

3. Это традиции наиболее посещаемых стран, причем рецепты приготовления блюд должны быть простыми – и здесь лидирует Италия. Также интерес представляет кулинария народов бывшего СССР.

Давно знакомы и популярны у российских потребителей продукты, воплощающие традиции восточной и кавказской кухни.

4. На этот вопрос достаточно сложно ответить. Что такое национальная кухня? Бифштекс – кто вспомнит, где его родина? Итальянская пицца очень быстро стала национальной русской едой. Фрикадельки можно отнести к шведской кухне только благодаря ресторану IKEA.

Еще раз хочу подчеркнуть, что русская кухня вобрала в себя элементы европейской, а также кулинарные традиции стран бывшего СССР. Поэтому многие блюда, например кебаб, стали неотъемлемой ее частью.

Все вышеперечисленные блюда входят в ассортиментную линейку готовых к употреблению охлажденных продуктов от «КампоМос» именно потому, что рынок их уже принял и они обязаны стать хитами продаж, как это уже произошло с пиццей «Fresca».

5. Потребление мясных продуктов достаточно консервативно. Наибольший объем в продажах обеспечивает колбаса «Докторская ГОСТ», рецептура которой разработана в 1930-50-х годах. Однако растет кластер потребителей, интересующихся новинками, в том числе национальной кухни.

При этом, если мы говорим о массовом рынке, покупатель не хочет рисковать: он выберет новинку уже известного бренда, который зарекомендовал себя стабильным качеством.

Компания «Атриа Россия» хорошо понимает, что создавая продукт с особым вкусом, нельзя ориентироваться исключительно «на любителя». Он должен быть с изюминкой, но узнаваемым.

Так, например, в начале марта 2012 года «Атриа Россия» представила сразу три новинки под брендом «Пит-Продукт»

в сырокопченых колбасах, идея создания которых была навеяна солнечной Италией, славящейся своей кухней, в том числе вкусными мясными деликатесами. Пополнившая ассортимент колбаса сырокопченая «Римская» делается из свинины, шпика и говядины с добавлением экстрактов специй и пряностей – в ее вкусе чувствуется средиземноморская нотка. Колбаса сырокопченая «Тосканская» производится из свинины и шпика с добавлением экстрактов специй и пряностей, в ней присутствует ярко выраженная ореховая нотка. Колбаса сырокопченая «Сицилийская» изготавливается из свинины, шпика и говядины с добавлением экстрактов итальянских специй и пряностей.

Как мы видим, основа рецептуры – общая, а вот нотку вкуса создают специи. «Атрия Россия» работает с ведущими фирмами-производителями специй, которые оказывают нам неоценимую помощь в выборе вкуса и аромата.

Хотелось бы еще раз подчеркнуть, что оригинальность в нашем случае имеет свои четкие границы. Например, мы ориентируемся на наиболее традици-

онный вкус продукта, в меру острый, в меру пряный.

Рецептуры изделий от «КампоМос» линейки convenience food разработаны технологами компании с учетом последних тенденций и предпочтений всех членов семьи. Продукты изготовлены из свинины и говядины с добавлением ароматных специй и упакованы в «защитную атмосферу».

6. Конкурентные преимущества продуктов на основе национальных мясных блюд – это ниширование и дифференциация.

Как уже говорилось выше, потенциал рынка огромен. Так, если пицца «Fresca» занимает 13% рынка Москвы, мы уверены, что охлажденные продукты смогут занять более 15% рынка полуфабрикатов, в том числе заморозки.

Важно при продвижении продуктов ориентироваться на современного покупателя, который заботится о своем здоровье, предпочитает полезную и вкусную пищу, но не имеет достаточно свободного времени для ее приготовления.



Дамир Имамович,
вице-президент компании
«Продукты Питания»:

«Основное преимущество замороженных мясных полуфабрикатов на основе блюд национальной кухни – меньший уровень конкуренции зачастую при минимальных изменениях в рецептуре базового продукта.»

ЭКСПЕРТ ▶

1. По оценке аналитиков, объем рынка замороженных полуфабрикатов в целом оценивается в 1,87-1,9 млн тонн, или 4,1-4,2 млрд долларов США. Рынок полуфабрикатов демонстрирует устойчивый рост объемов производства и потребления на протяжении по меньшей мере последних 5 лет. Средние темпы роста объемов потребления замороженных полуфабрикатов превышают 5% в годовом исчислении.

Что касается только сегмента мясных полуфабрикатов (таких, например, как традиционная котлетная группа, фрикадельки или фарш), его объем оценивается в 800-810 млн тонн в год (порядка 43%), или 1,35-1,4 млрд долларов США (порядка 33%). Рост данного сегмента не превышает 1,5-5% в натуральных показателях.

Мясные полуфабрикаты – это один из наиболее емких и сложившихся



CSB-System
INTERNATIONAL

**Бизнес-IT-решение для
всего Вашего предприятия**



**Успех – вопрос
системы**

Посетите нас на выставке
RosUpack 2012!
18 – 22 июня 2012
Москва, ВВЦ, пав. 75, зал А, стенд 746



**Быстрее
Надежнее
Продуктивнее**

Ведущие компании мясной отрасли по всему миру успешно сотрудничают с CSB-System.

Повысьте свою конкурентоспособность с нашим IT-решением.

Ваши преимущества:

- оптимально настроенные процессы
- соответствие всем требованиям отрасли
- быстрая окупаемость благодаря короткому сроку внедрения

CSB-System в России:

115054, 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 ■ www.csb-system.ru

сегментов рынка «заморозки». Основная тенденция последних 3-5 лет – увеличение доли продукции, изготовленной из мяса птицы или с добавлением такового. Происходит это на фоне сокращения доли полуфабрикатов, изготовленных из говядины.

По итогам второй половины 2010-го и всего 2011 года, можно отметить оживление рынка и возобновление

По итогам прошлого года можно также отметить активный рост сегмента HoReCa, который потребляет до 22-25% замороженных полуфабрикатов.

2. Хочу отметить, что сегмент рынка замороженных мясных полуфабрикатов на основе блюд национальной кухни начал формироваться еще в 2007-2008 годах.

Основное преимущество замороженных мясных полуфабрикатов на основе блюд национальной кухни – меньший уровень конкуренции зачастую при минимальных изменениях в рецептуре базового продукта (например, обычные фрикадельки и шведские фрикадельки). Однако есть и риски: как правило, производителям приходится самостоятельно формировать спрос, а значит, можно элементарно не угадать с продуктом.

4. Под ТМ «Золотой Петушок» мы выпускаем лазанью, которая уже давно зарекомендовала себя на рынке. Это полностью готовое блюдо, состоящее из тонких пластов теста «альденте» в сочетании с различными начинками: из мяса, сыра или грибов. Хитами продаж являются «Лазанья с соусом «Болоньез»» и «Лазанья «Мясная».

Хочу отметить, что все продукты изготавливаются строго по традиционной итальянской рецептуре. Специально для этого в период разработки новинок на нашем производстве работал приглашенный компанией итальянский технолог.

Специальная упаковка – термоустойчивый лоток – позволяет, не вынимая продукт, приготовить блюдо как в духовке, так и в микроволновой печи. В дизайн-оформлении присутствует характерный для категории готовых обедов бренд-сигнал ТМ «Золотого Петушка» – оранжевая клетка.

Ассортимент готовых блюд (лазаньи) постоянно расширяется, так как категория готовых обедов представляет нам перспективным направлением. На сегодняшний день компания «Продукты Питания» реализует партнерский проект под ТМ «Российская Корона» – от производства на нашем заводе готовых обедов до оказания услуг дистрибуции. В частности, мы выпускаем «Азу с картофельным пюре», «Бефстроганов с гречкой», «Гуляш из говядины с макаронами», «Шницель с картофельным пюре под соусом «Неаполитана», «Лазанья «четыре сыра» и т. д. Ассортиментный ряд довольно широк (9 блюд), а в планах – выпуск до 30 позиций.

В развитии ассортимента мы идем по пути создания продуктов с более высокими вкусовыми и качественными характеристиками, делая акцент на натуральности ингредиентов и высоких потребительских свойствах готовой продукции.

Статистические данные предоставлены АМИ «ВЕТРА-маркетинг». **mc**



«Сегмент рынка замороженных мясных полуфабрикатов на основе блюд национальной кухни начал формироваться еще в 2007-2008 годах. В стремлении выделиться производители активно осваивали новые ниши, предлагая новинки в наиболее перспективных ценовых сегментах – высоком и премиальном».

тенденций, прерванных финансовым кризисом. Среди них: ориентация на потребление здоровых, натуральных продуктов, предпочтение качественной продукции среднего и более высокого ценового уровня, интерес к комплексным блюдам. Спрос на натуральные полуфабрикаты начинает восстанавливаться, поэтому производители предлагают потребителю продукцию с большей добавленной стоимостью, ориентированную на высокое качество и учитывающую интерес населения к полезному питанию. Так, компания «Продукты Питания» выпускает целую линейку из натурального мяса птицы под ТМ «Золотой Петушок»: «Филе грудки цыпленка», «Наггетсы традиционные», «Кордон блю». Самый большой ассортимент натуральной продукции полной готовности составляют части птицы высокой степени готовности, например «Крылышки-гриль», «Голень и бедрышки цыпленка пожаренные».

Интересно отметить, что если в 2009-2010 годах производители активно занимались сокращением и оптимизацией продуктового ассортимента, то начиная со второй половины 2011 года на рынок стали активно выводиться новые виды замороженных полуфабрикатов и полуфабрикаты в новой потребительской упаковке (у некоторых ведущих производителей изменения коснулись как дизайна, так и материалов упаковки).

Основная причина – стремление производителей выделиться на массовом фоне представленной в продаже продукции и найти своего покупателя.

Производители активно осваивали новые ниши, а полуфабрикаты на основе блюд национальной кухни часто позиционировались как новинки из высокого и премиального ценовых сегментов, которые на тот момент считались наиболее перспективными.

Данная тенденция была прервана в результате финансового кризиса 2008-2009 годов, когда покупательский спрос сместился в средний и низкий ценовые сегменты, а производители были вынуждены активно заниматься пересмотром и сокращением ассортимента, чтобы не «вмораживать» денежные средства в розницу.

При этом объем сегмента замороженных мясных полуфабрикатов на основе блюд национальной кухни (долма, люля-кебаб и т. п.) и в стоимостном, и в натуральном, и в денежном выражениях, по оценке экспертов, не превышал 5-7% от суммарных объемов рынка, хотя, безусловно, имел хорошие перспективы для дальнейшего развития. По мере стабилизации финансового состояния и восстановления покупательской способности производители вновь стали обращать внимание на продукты, которые позиционируются как более качественные, натуральные и полезные.

Рентабельная уборка на пищевом производстве.



В производственных цехах, на складах и всех других участках, где производятся работы с мясопродуктами, предъявляются высочайшие требования к гигиене и безопасности. Kärcher предлагает системы чистки, создающие идеальные предпосылки для соблюдения этих требований. Немаловажную роль играет бесперебойное осуществление технологических процессов, для обеспечения которого мы предлагаем:

- стационарные установки высокого давления, централизованно снабжающие посты отбора водой и чистящими средствами.
- мобильные аппараты высокого давления.
- компактный аппарат для струйной чистки сухим льдом, прекрасно подходящий для удаления стойких загрязнений с чувствительных поверхностей.
- аккумуляторная полоумойно-всасывающая машина, обладающая широкими функциональными возможностями.

Важно: только высокосовременные и эффективные чистящие средства Kärcher, разработанные специально для применения с нашим оборудованием, позволяют достигать превосходных результатов уборки.

Демонстрация оборудования. Сервис 24/7. Аренда. Лизинг.

Ваш персональный менеджер: (495) 228-39-45 (доб. 116)
Телефон бесплатной горячей линии: 8-800-1000-654



makes a difference®



Стационарная установка
высокого давления **HDC**
Раб. давление: 20-160 бар



Мобильный аппарат высокого
давления **HD 10/15-4 Cage F**
Раб. давление: 20-145 бар



Полоумойно-всасывающие
машины **B 40 и B 60**



Фирменные чистящие
средства



Гость:
Сергей Фомин,
директор по продажам
компании «ШАЛЛЕР»
в России

Беседовала:
**Елена
Максимова**



Сергей Фомин: Продавать надо красиво!



1. Фамилия, Имя:
Фомин Сергей

2. Дата рождения:
6 августа 1962 года

3. Место рождения:
Москва

4. Название компании, должность:
компания «ШАЛЛЕР»,
директор по продажам в России

5. Работает в продажах:
с 1992 года, из них
12 лет – в области
мясо- и птицепереработки

6. Места, где был в командировках:
в России был практически
везде – от Калининграда
и Мурманска до Владивостока
и Хабаровска

8. Семейное положение:
женат, имеет дочь

Вы продажник по образованию или по призванию?

– По образованию я – инженер-механик, что, кстати, помогает разбираться в технических деталях оборудования, читать чертежи. Работал долгое время в сфере продаж хлебопекарного и кондитерского оборудования.

В продажах формата B2B я с начала девяностых годов прошлого столетия. Именно тогда в новой России начали появляться серьезные поставки зарубежного оборудования в пищевой промышленности, в том числе в мясопереработке. Политические и экономические изменения в стране обусловили формирование новых современных требований как к самому оборудованию, так к уровню и стилю ведения переговоров, качеству продажи, монтажа и сервиса.

Старые «внешнеторговые» схемы в известной степени стали себя изживать. Начал формироваться новый тип продавца – активный, целеустремленный менеджер, знающий отрасль, разбирающийся не только в конкурентных преимуществах, но и в деталях конструкции продаваемых продуктов, владеющий иностранным языком, умеющий убеждать.

Насколько умение убеждать является важным?

– Это качество очень важно. У меня оно врожденное. Причем важно действительно убеждать, а не «продавливать». А для того чтобы убедить, нужно сначала самому быть уверенным в том, о чем говоришь. И в работе, и в жизни. Мне умение правильно убеждать очень пригодились, в частности в воспитании дочери.

Каковы, на Ваш взгляд, главные качества хорошего продавца?

– Как правило, опытный успешный продавец работает по своей, только ему присущей методике, иногда не по правилам и даже вопреки им. Он часто использует различные маневры интуитивно, в зависимости от ситуации. И получает результат. Результат – это сделка, причем сделка на базе «win-win», другой расклад у нас в отрасли невозможен. Бизнес у нас рассчитан не на разовые продажи, но во многом на последующие сделки, на долгосрочное сотрудничество. И ес-

Великое достижение – получать удовольствие от всего: жизни, общения, хобби, любви. И, конечно, от работы.

Это раньше Москва задавала тон, туда все приезжали «смотреть и учиться». Сейчас, напротив, москвичам есть чему поучиться у регионов.



ли это работает, можно считать продажи успешными.

Какие ошибки часто допускают неопытные сотрудники отдела продаж?

– Многие начинающие продавцы, как правило, молодые, часто забывают о таком важном моменте: стремясь показать свою осведомленность, компетентность и умение презентовать продукт, они сразу захватывают инициативу в свои руки (с их точки зрения) и выдают собеседнику массу разнородной информации, добиваясь подчас отрицательного эффекта.

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

– Для того чтобы правильно и эффективно общаться с заказчиком, нужно его лучше узнать, составить так называемый психологический портрет. Часто на это совершенно не хватает времени, поэтому приходится адаптироваться в процессе разговора, искать правильный стиль, правильный формат и даже правильный тон. В среднем мне достаточно 15 минут,

Профессия продавца по статистике самая распространенная в мире.

чтобы составить мнение о новом человеке и понять, как с ним себя вести. Главное, дать человеку поговорить: рассказать о производстве, сформулировать задачу, да и просто высказаться.

Другой частой ошибкой является чрезмерная настойчивость. В известной степени настойчивость и последовательность – отличные качества. Но если настойчивость переходит в назойливость и надоедливость – результат будет негативный. Многие клиенты говорили: «Как же меня достал этот менеджер со своим предложением!»

Мне, конечно, некоторые коллеги могут возразить, сказав, что часто достигали успеха именно таким методом. Но хорошая сделка должна быть взаимовыгодной. Надо продавать красиво.

Такие люди могут в принципе испортить репутацию всем представителям своей профессии. Как общаться с клиентом, если он насторожен, напряжен или настроен не очень дружелюбно?

– Действительно, часто бывает, что заказчик во время встречи находится в состоянии стресса. И это несмотря на то, что он вам эту встречу подтвердил. Например, главный инженер мясокомбината часто отвлекается своими службами на разные текущие вопросы, подписывает срочные документы, думает об очередной проверке – наверняка всем знакома такая ситуация. Что делать? Самое лучшее – делайте эти дела с ним вместе! Помогайте ему. Дайте понять, что вы готовы подождать. Тогда стресс пройдет, а ваша беседа будет деловой и эффективной.

Стоит ли, на Ваш взгляд, делить клиентов на простых и важных?

– Есть разные мнения по этому поводу. Я считаю, что делить, наверное, все-таки стоит, поскольку они и так в принципе поделены рынком. Но работать нужно со всеми одинаково хорошо. Любой заказчик – индивидуальность. И если вы для себя найдете индивидуальный подход к каждому – успех обеспечен.

А чувствуется ли разница в менталитете столичных клиентов и заказчиков из небольших городов?

– Какого деления я не делаю однозначно, так это на заказчиков «столичных» и «региональных». И дело здесь не в менталитете: у многих москвичей разный менталитет – я родился в Москве, поэтому поверьте мне на слово.

Так уж сложилось, что в основном компании, работающие по продаже зарубежной техники и технологии в мясопереработке, имеют центральные офисы в столице. Но экономика развивается таким образом, что многие региональные производители имеют потенциал и качество производства продуктов ничуть не хуже, а порой и лучше, чем



Для себя и для своих сотрудников приоритетным местом работы я определил «поля».



московские изготовители. Это раньше Первопрестольная задавала тон, туда все приезжали «смотреть и учиться». Сейчас, напротив, москвичам есть чему поучиться у регионов. Даже так называемые референтные поездки мы часто организовываем нашим клиентам не в Москве, а в других городах.

Насколько важно, на Ваш взгляд, наладить доверительное общение с клиентом? Или достаточно просто иметь честные деловые отношения?

– Отношения с клиентами во многом определяют результаты бизнеса. Конечно, если ты эксклюзивно продаешь брендовый продукт, можно обойтись и без отношений. Но в нашей отрасли это редкость. Да и менталитет заказчиков предопределяет тесное партнерство. Взаимная гостеприимность стала уже традиционной в отрасли – клиенты часто приезжают к нам в офис, постоянно бывают на стендах компании «ШАЛЛЕР» во время выставок в России и в Европе. Наши продавцы также всегда «в полях» у заказчиков.

Хорошие отношения не всегда упрощают переговоры. Подчас переговоры по сделке длятся часами. Для меня показательными и запоминающимися явились переговоры в Казани в 2006 году при подписании договора на поставку перерабатывающего оборудования на предприятие «Челны-Бройлер», когда и одного дня не хватило, чтобы дого-

Работать нужно со всеми одинаково хорошо. Любой заказчик – индивидуальность.

вориться. Пришлось задержаться еще на день, но результат того стоил.

Вам всегда удается быстро договориться? Были ли в Вашей практике «сложные» переговоры? Сколько они длились?

– Некоторые проекты требуют многоэтапных переговоров, поэтому сейчас не редки случаи, когда они длятся несколько месяцев. И часто до последнего дня ты не уверен, получишь контракт или нет!

Какие требования Вы предъявляете к своим сотрудникам-продавцам?

– Работа продавца очень интересная. Невероятно, но эта профессия по статистике самая распространенная в мире. Для меня как руководителя продаж компании «ШАЛЛЕР» в России важным является не только то, что я продал сам, но и достижения моих сотрудников – из этого складывается общий успех фирмы.

Часто я бываю в командировках вместе с менеджерами, когда требуется моя помощь в переговорах с заказчиками, или прилетаю на окончательные переговоры по сделке.

Естественно, определенную часть рабочего времени приходится посвящать организации и управлению продажами, что требует присутствия в офисе. Но для себя и для своих сотрудников приоритетным местом работы я определил «поля».

Поэтому одним из требований к продавцу является готовность к частым командировкам, мобильность и умение работать в пути. Последнее качество является очень ценным, не все в достаточной степени им владеют.

Длительное присутствие в офисе (я имею в виду, конечно, работу в офисе, а не пребывание) должно вызывать у хорошего продавца даже определенную потребность в командировках, в посещениях клиентов, в общении. Естественно, каждый визит к клиенту должен быть оправданным и целенаправленным. Поэтому специалисты отдела продаж должны уметь планировать поездки и составлять отчеты.

Вам легко удается отключаться от работы?

– Работа продавца должна захватывать. И отключаться от нее мне, напри-

Результат – это сделка, причем на базе «win-win», другой расклад у нас в отрасли невозможен.

Некоторые проекты требуют многоэтапных переговоров, поэтому сейчас не редки случаи, когда они длятся несколько месяцев.



День «в поле»

мер, бывает нелегко. В нерабочее время, в беседе в кругу семьи и с друзьями тема работы всплывает часто.

С некоторыми коллегами мы иногда выбираемся на рыбалку – это одно из моих любимых занятий. Естественно, в таких случаях разговоры о работе – неременный атрибут. Только в отпуске где-нибудь на море есть шанс забыть о работе, и я очень стараюсь его использовать. Ну и в самолете, по пути домой после удачных переговоров отчеты я пишу, конечно, далеко не всегда. Часто достаточно просто закрыть глаза и... проснуться уже после посадки в Москве.

Имея (гипотетически) неограниченные ресурсы, что бы Вы подарили своему клиенту на юбилей?

– Если бы я мог, подарил бы своему клиенту ту машину, которую очень хочу ему продать.

Что Вы считаете в жизни самым важным?

– Получать удовольствие и доставлять его другим. Это великое достижение – получать удовольствие от всего: жизни, общения, хобби, любви. И, конечно, от работы. Поэтому продавайте красиво и получайте удовольствие!

В деловую поездку я обязательно беру с собой... Деловая поездка – всегда ответственное мероприятие, где ты должен быть полностью «упакован» для беседы с заказчиком. Это не означает, что нужно брать с собой мини-офис. Сейчас все умещается в одном компьютере. Но, как показывает практика, люди и сейчас охотно берут в руки печатную продукцию – пара красивых проспектов «в тему» всегда к стати.

Если обсуждаются проекты, которые сейчас очень востребованы, то проектная документация (чертежи, схемы, планы) – неременный атрибут переговоров.

Не надо забывать и про фотоаппарат: снимки производственных участков помогут оптимально подобрать оборудование или вписать новую линию в существующие площади. Сейчас функции компьютера и фотоаппарата успешно совмещают смартфоны, поэтому дополнительные приборы, как правило, не нужны.

Находясь в пути, можно еще раз «прокрутить» в голове возможные схемы переговоров, составить или подкорректировать план беседы. Самолет – лучшее место для подготовки отчетов, также вполне уместно и комфортно заниматься «писаниной» в поезде.

Другое дело, когда ты за рулем. Ездить с водителем теперь непозволительная роскошь, даже для менеджера высшего уровня, поэтому много времени приходится проводить за рулем самому. Здесь, конечно, помогает мобильная связь hands free. Темы для обсуждения и согласования с сотрудниками отдела продаж, головным офисом в Вене, поставщиками оборудования и непосредственно с клиентами есть всегда.

Если я опаздываю на встречу, аккуратный и своевременный (это очень важно) телефонный звонок позволит оперативно скорректировать расписание как менеджеру, так и клиенту. Если же вы звоните заказчику за 5 минут до назначенной встречи и сообщаете, что появитесь через 3 часа – шансов на «респект» у вас мало. Конечно, в эпоху сумасшедших пробок и частых стрессовых ситуаций человек ни от чего не застрахован, но опоздание должно быть исключением из правил, а не систематическим событием.

Понять, готов ли клиент заключить контракт, значительно проще, чем понять, готов ли он вообще с вами работать. На первый взгляд, это суждение кажется ошибочным, но, как правило, это так. Поскольку первое вытекает из второго.

Конкуренция на рынке мясопереработки сейчас очень жесткая, не только в части цен, но и в части предлагаемых машин и технико-технологических решений.

Как правило, разговаривать с вами будут всегда. Если с вами не разговаривают, значит, вы – плохой продавец. А вот купят ли у вас и что нужно сделать, чтобы у вас купили, – это вопрос. **МС**

ОТ ПРОЕКТА ДО ВВОДА В ЭКСПЛУАТАЦИЮ!



Локальные очистные сооружения

Менее чем за 2 года специалистами ГК «Экополимер» реализован комплексный проект очистных сооружений крупнейшего в России мясоперерабатывающего предприятия ООО «Конкордия» в Калининградской области (АПХ «Мираторг»).



Механическая очистка

В кратчайшие сроки в стесненных условиях запроектированы сооружения ЛОС и БОС, поставлено и смонтировано оборудование, выполнен весь комплекс

строительно-монтажных и пусконаладочных работ, и введены в эксплуатацию очистные сооружения комбината.

Используя собственные разработки и индивидуальный подход в выборе технических решений и современного оборудования, удалось обеспечить качество очистки сточных вод в соответствии с нормами сброса:



Биологическая очистка



Механическое обезвоживание

Показатель	Эффективность, %
ХПК	97,1
ВВ	99,0
БПК ₅	99,4
NH ₄ - N	95,6
Жиры	99,8

Индивидуальный подход в каждом проекте!

Событие:



Международная отраслевая
выставка технологий производства
продуктов питания и напитков
Anuga FoodTec-2012

www.anugafoodtec.de
www.anugafoodtec.com

Смотр ноу-хау пищевой промышленности



Смотр Anuga FoodTec-2012, прошедший в Кельне с 27 по 30 марта, – одно из крупнейших международных отраслевых мероприятий, посвященных пищевым технологиям. Организаторы выставки – крупнейшая выставочная компания Европы Koelnmesse и DLG (Немецкое сельскохозяйственное сообщество).

Anuga FoodTec – единственное в мире событие, охватывающее все секторы пищевой промышленности. Экспозиция выстроена таким образом, что специалисты могут не только изучить технические новинки, но и понять, каким образом их можно интегрировать в собственное производство.

Anuga FoodTec-2012 была по-настоящему успешной для всех участников. «Направленность выставки на демонстрацию самых передовых достижений и ноу-хау в пищевой промышленности в сочетании с деловой программой, охватывающей такие актуальные темы как, как продовольственная безопасность, грамотное использование сырья и стабильность на рынке, сделали мероприятие по-настоящему эффективным бизнес-инструментом», – к такому выводу пришли исполнительный директор выставочной компании KoelnmesseGmbH Катарина С. Хамма и д-р Райнхард Грандке, генеральный директор DLG.

Участники имели возможность пообщаться с топ-менеджерами, принимающими решения о покупке оборудования и внедрении технологий. Многие экспоненты заключили перспективные

сделки и предварительные договоренности о сотрудничестве с крупными компаниями.

Тремя центральными темами Anuga FoodTec-2012 были: экологический дизайн упаковки (ключевая тема всего мероприятия), автоматизация производства и устойчивое развитие бизнеса.

Особое внимание организаторы обратили на создание биопластиков, биоразлагаемых упаковочных материалов и новые идеи упаковки. Все упаковочные решения будущего были собраны на салоне FutureLab, который организован Anuga FoodTec совместно с Международной школой дизайна Кельна. Прямо на глазах посетителей студенты школы в течение нескольких дней разрабатывали инновационные идеи и проекты конструкций для пищевой упаковки.

Проблема автоматизации и системной интеграции связана с тем, что сегодня при изготовлении продуктов питания важен не столько сам производственный процесс, сколько его интеграция во всю товаропроводящую цепочку.

Что касается устойчивого развития бизнеса, здесь многие участники представили решения для повышения эффективности использования ресурсов за счет более эффективного использования сырья и естественных природных запасов, таких как электроэнергия и питьевая вода.

В ходе мероприятия 18 инновационных проектов получили золотые и серебряные награды FoodTec Award. Большой интерес участников и посетителей выставки вызвало шоу Robotik-Pack-Line-2012, которое продемонстрировало потенциал робототехники для производителей продуктов питания и напитков.

Экспоненты были приятно поражены большим количеством посетителей из разных стран. Их число по сравнению с предыдущим годом выросло на 25% – выставку посетили 42 000 профессионалов из 131 страны.

Anuga FoodTec устраивается раз в три года. По мнению ее организаторов, такая частота проведения форума в полной мере соответствует циклу обновлений на рынке пищевой продукции. Следующая выставка пройдет с 24 по 27 марта 2015 года.



Прямая речь ►

Компания Reich:

В целом выставка удалась. Было удивительно видеть такое огромное количество клиентов из России. Если говорить об общем количестве посетителей, то поток новых клиентов был не намного меньше, чем на IFFA, что для данного мероприятия является очень хорошим показателем. Посещаемость Anuga FoodTec этого года сопоставима с выставкой «Агропродмаш».

В ходе Anuga FoodTec мы подписали два крупных контракта, и сейчас работаем еще с четырьмя клиентами, договоры с ними находятся на стадии согласования.

Хотя достаточно сложно сравнивать прошлую выставку, которая проходила в 2009 году, с нынешней, можно отметить явное изменение настроения клиентов от депрессивного к позитивному и оптимистичному.

Anuga входит в число трех международных выставок по пищевому оборудованию и упаковке, в которых принимает участие наша компания (две другие – IFFA и Seafood). И, конечно, мы планируем быть в числе экспонентов Anuga FoodTec-2015.



Владимир
Пономаренко,
генеральный
директор
компании «Райх»



Сергей Фомин,
директор по
продажам компании
«ШАЛЛЕР»



Компания «ШАЛЛЕР»:

На выставке Anuga мы постарались привлечь внимание заказчиков к нашему новому направлению – Schaller Solutions: комплексным решениям проектирования и организации производств, которые мы предлагаем для различных отраслей пищевой промышленности. Это направление деятельности является для нас одним из приоритетных. В последние несколько лет мы существенно расширили круг тем, которые входят в нашу компетенцию, и теперь наши заказчики могут получить действительно все из одних рук. Мы реализуем проекты, начиная с технологического планирования и до ввода в эксплуатацию готовых производственных мощностей любого масштаба. Даже самые непростые вопросы, такие как получение необходимых разрешений от соответствующих государственных органов или обеспечение предприятия абсолютно всеми компонентами и деталями, мы берем на себя. Это экономит нашим заказчикам массу времени и денег, новое производство может быть построено и запущено в рекордно короткий срок – всего за 6 месяцев! По результатам выставки можно сделать вывод, что рынок хорошо реагирует на такие предложения, особенно в части проектирования производств для уоя скота и первичной переработки мяса, хотя эта концепция достаточно нова для нашей отрасли.

Конечно, при участии в выставке очень важно оформление стенда, присутствие на нем ведущих специалистов и первых лиц компании. И, безусловно, участие в любой выставке мы поддерживаем рекламной кампанией и приглашаем всех заинтересованных лиц посетить нас. В этот раз специально к выставке был выпущен новый номер нашей корпоративной газеты Schaller Times, который дает представление о том, что происходит «за кулисами» и рассказывает интересные истории из жизни и деятельности компании, ее партнеров и рынка в целом. Нам важно, чтобы наши заказчики знали о нас больше, это очень помогает создать доверительные отношения и тем самым укрепить сотрудничество.

Выставка сама по себе прошла весьма успешно. И это нас особенно радует, потому что мы впервые были представлены на Anuga FoodTec собственным стендом. Обсуждалось много конкретных проектов, которые сейчас активно реализуются, – значительно больше, чем в предыдущие годы. И, конечно, самое главное, что мы и наши заказчики ждем от выставок – это живое общение, во время которого можно обсудить и прояснить многие вопросы, выяснить все необходимые моменты. Именно эта возможность привлекает заказчиков на выставку, и благодаря этому сотрудничество становится взаимовыгодным. **МС**

Kerry Ingredients & Flavours: в центре технологий и разработок для мясоперерабатывающей промышленности России

Димитриос Тзувелекис, директор Kerry Ingredients & Flavours, Россия

Компания Kerry Ingredients & Flavours является одной из самых больших компаний в мире по производству ингредиентов и ароматизаторов для широкого перечня продуктов питания и напитков.

Kerry обладает секретами производства продуктов питания и технологическим опытом в области разработки вкуса и функциональных характеристик для всего перечня мясных изделий.

Мясной рынок очень многообразен и всегда будет иметь свои региональные особенности. С одной стороны, потребители ищут традиционные и региональные продукты, а с другой стороны, инновационные и современные.

Уже в течение многих лет Kerry обладает репутацией новатора, предлагая широкий ассортимент продуктов для мясной и птицеперерабатывающей промышленности, включающий функциональные и вкусо-ароматические смеси для колбас, маринады, глазури, мясные и пряные ароматизаторы, консерванты, а так же панировочные системы. Опытная команда экспертов помогает производителям создавать продукт, отвечающий предпочтениям потребителя и рыночному спросу.

Широкий перечень технологий и возможностей

Исследования и разработки являются важной частью бизнеса компании Kerry. Наши инновации основаны на понимании потребностей локальных потребителей и рынков. Глобальные возможности компании Kerry позволяют нам обмениваться опытом и быстро реагировать на потребности клиента.

Использование пищевых добавок, выпускаемых компаниями Kerry, позволяет технологам пищевых предприятий решать многие производственные задачи, такие как снижение себестоимости продукции, улучшение вкусового профиля продукта, расширение выпускаемого ассортимента и многие другие.

Для того, чтобы больше узнать о наших технологиях, пожалуйста, посетите русскую версию нашего веб-сайта: www.kerry.com/emea/russia

Стратегическое партнерство

Ранее у производителей была необходимость сотрудничать с несколькими поставщиками и торговыми представителями одновременно. Сегодня, благодаря разнообразию технологий Kerry, мы готовы стать для Вас стратегическим партнером, обеспечивая полный доступ к широкому перечню технологий и решений.

Технологии производства мясных продуктов разрабатываются и внедряются в наших центрах передовых технологий и разработок в Брюсселе (Бельгия) и Бристоле (Великобритания). Здесь специалисты, технологи-разработчики и диетологи изучают возможности использования различных ингредиентов и ароматизаторов для производства натуральных и рубленых полуфабрикатов, колбасных изделий, деликатесов и ветчин, продуктов для гриля и барбекю.

Наша международная маркетинговая команда отслеживает тренды на розничном рынке и на рынке общественного питания, интерпретируя их и обеспечивая производителей информацией для создания необходимой стратегии роста на региональном рынке.

Производители говорят о том, что хотят работать с компанией, которая понимает их потребности, может в короткий срок предложить интересные решения, увеличивающие ценность продукта и обеспечивающие конкурентные позиции на рынке – все это о компании Kerry.

Чтобы узнать больше о том, как Kerry Ingredients & Flavours может способствовать развитию Вашей компании, свяжитесь с нами по адресу russia@kerry.com или посетите наш сайт www.kerry.com/emea/russia

- Функциональные смеси
- Комплексные смеси специй
- Эмульгаторы и стабилизаторы
- Консерванты
- Ароматизаторы
- Экстракты натуральных специй
- Панировочные системы
- Маринады
- Глазури





Российский рынок FMCG: стратегии развития

Компания стратегических рыночных исследований Euromonitor International провела 26 апреля в Москве пятый ежегодный семинар, предназначенный для игроков российского рынка.

Семинар под названием «Российский рынок FMCG: стратегии развития в условиях меняющегося потребительского поведения» заслужил особое внимание ключевых представителей розницы, индустрии упаковки, различных рынков FMCG, сектора финансовых и B2B услуг: банков, консалтинговых и рекламных компаний. В этом году здесь собралось 129 участников из 90 российских и международных компаний.

В ходе мероприятия были представлены четыре доклада: «Динамика и особенности модели потребительских расходов в России и Восточной Европе», «Тенденции российского потребительского рынка: сегодня и завтра», «Направления развития: стратегии в сфере розничной торговли и общественного питания», «Мировые тенденции в упаковке и их влияние на российский рынок».

Во время семинара аналитики и эксперты компании «Euromonitor International» рассказали о потребительских тенденциях в России, а также корпоративных стратегиях на основных FMCG рынках.

«Ежегодно растущий успех семинара, положительные отзывы посетителей и особое внимание партнеров мотивируют нас вновь вернуться в Москву. Мы надеемся продолжить традицию проведения подобных мероприятий и в следующем году», — отметила **Юргита Ванега**, глава департамента развития бизнеса компании Euromonitor International.

По материалам организаторов



Качество продукции плюс модернизация производства

С 13 по 16 марта 2012 года на ВВЦ в Москве состоялась XI Международная выставка «Молочная и Мясная индустрия». Организаторами выступили Группа компаний ITE, Российский Союз предприятий молочной отрасли, Мясной Союз и Росптицесоюз.

Заместитель председателя Комитета по аграрным вопросам Надежда Школкина в своем выступлении на церемонии открытия отметила важность выставки в демонстрации новейших технологий, образцов российской и зарубежной техники для производства конкурентоспособной отечественной мясной и молочной продукции, реализуемой как на внутренних, так и на внешних рынках.



Экспозиции продемонстрировали более 250 компаний из 20 стран мира: Италии, Германии, Франции, Австрии, Швеции, Испании, Беларуси, Украины и других. Впервые в этом году в выставке приняли участие компании-представители Венгрии, Израиля, ОАЭ и Китая. За четыре дня работы ее посетили 6596 человек из 64 регионов России и 27 зарубежных стран.

В рамках мероприятия состоялись конкурсы для специалистов мясной промышленности: конкурс-смотр качества мясных консервов, конкурс-смотр качества мясных продуктов для детского и диетического питания, конкурс-смотр качества полуфабрикатов, колбасных изделий и продуктов из мяса, изготавливаемых по нормативной и технической документации. Большой интерес специалистов мясной промышленности вызвал профессиональный конкурс среди лучших обвальщиков страны, организованный совместно с ГНУ ВНИИМП им. В. М. Горбатова.

В рамках деловой программы были затронуты многие злободневные проблемы молочной и мясной отраслей. Среди мероприятий, которые привлекли особое внимание, — конференция «Молочная индустрия мира и России», семинар «Современные биотехнологии в российском птицеводстве: отечественный и мировой опыт», круглый стол «Прогнозы краткосрочного развития рынка мяса и мясной продукции 2012-2013 гг. от экспертов».

В 2013 году XI Международная выставка «Молочная и Мясная индустрия» состоится с 12 по 15 марта на ВВЦ.

По материалам организаторов

Российское эмбарго

Россия с 26 марта вводит эмбарго на импорт белковых кормов животного происхождения из стран Евросоюза, сообщил Россельхознадзор.

Решение принято «в связи с необходимостью гармонизации российского законодательства

с международным», а также с учетом многократных выявлений во ввозимых кормах ДНК жвачных животных. Это представляет опасность заноса возбудителей губчатой энцефалопатии (так называемое коровье бешенство) на территорию России, уточнила служба.

Россельхознадзор отмечает, что ограничение касается переработанных белков животного происхождения, предназначенных для скормливания продуктивным животным. В то же время он не распространяется на белковые корма, полученные при переработке рыбы.

Все ранее выданные Россельхознадзором разрешения на ввоз в Россию этой продукции для использования в кормлении продуктивных животных отменяются.

Режим ввоза белков животного происхождения для производства кормов для непродуктивных животных не меняется, уточняет служба.

Как заявлял ранее **руководитель Россельхознадзора Сергей Данкверт**, речь идет о приостановке ввоза продукции, которая производится, но не используется в самих странах ЕС.

В европейских странах действует порядок, в соответствии с которым часть материалов, полученных из отходов животного происхождения, не может быть использована на территории союза.



Данкверт также подчеркнул, что поставки рыбной муки будут проходить под жестким контролем, поскольку Россельхознадзор не раз выявлял случаи, когда в эту муку подмешивалась мясокостная мука из жвачных животных.

Ранее во вторник Россельхознадзор приостановил закупку Россией живых свиней, а также крупного и мелкого рогатого скота из Евросоюза.

Эту меру Россельхознадзор предпринял из-за многочисленных вспышек в странах ЕС заболевания, вызываемого вирусом Шмалленберга, и широким распространением другого вирусного заболевания — блютанга. Оба вируса очень опасны для животноводства.

В ЕС уже заявили о глубоком разочаровании в связи с введенным Россией временным эмбарго.

Интегрум

Эпизоотическая ситуация будет лучше

Производство свинины по всему миру в 2012 году ожидается на уровне около 104 млн тонн. Китай, ЕС и США составляют большую часть роста.



По оценкам USDA, производство свинины в Китае вырастет на 320 тыс. тонн до 51,6 млн тонн, так как увеличение производительности будет стимулироваться использованием кормов высокого качества. Китайское правительство продолжает содействовать расширению производства и улучшению генетики свиней. Вспышки болезней в текущем году будут менее тяжелыми и редкими в связи с благоприятными погодными условиями и своевременной вакцинации.

ЕС увеличит производство свинины на 135 тыс. тонн до 22,6 млн тонн. Эти показатели выше, чем ожидалось, вероятно, в связи с реструктуризацией отрасли. США, как ожидается, увеличит производство свинины с 96 тыс. тонн до 10,6 млн тонн за счет увеличения производительности и более высоких показателей веса. Россия увеличивает объемы производства свинины, по оценкам, на 80 тыс. тонн до 2,1 млн тонн за счет расширения современных крупномасштабных свиноводческих государственных предприятий. Большие объемы производства ожидаются в Мексике, где прогнозируемый рост будет на 35 тыс. тонн до 1,2 млн тонн за счет увеличения веса показателей и объемов убоя, совершенствования методов производства и роста экспорта. Южная Корея увеличит производство на 28 тыс. тонн до 982 тыс. тонн, а поголовье свиней в стране постепенно восстанавливается после вспышки чумы.

По материалам Министерства сельского хозяйства США



Мировое производство свинины

Мировое производство свинины в прошедшие полвека неуклонно росло. В течение последних десяти лет мировое производство свинины увеличивалось ежегодно на 1-1,6%. Однако сопровождалось торжествами и спадом в 2007 и 2011 годах, во время которых производство сократилось соответственно на 1,1% и 2%.

В 2011 году предложение свинины на мировом рынке составило

107,1 млн тонн. Основными производителями мяса свиней в мире являются Китай, США и Германия. Они производят почти 60% данного совокупного мирового продукта. Крупнейшим производителем свинины по-прежнему остается Китай, на который приходится более 45% объема мирового производства свинины.



Согласно «Бизнес-плану свинофермы (с финансовой моделью)», разработанному специалистами компании, вступление России в ВТО открывает возможность расширения границ отечественного мясного бизнеса. Дальнейшее развитие отечественного производства свинины сможет осуществляться и за счет расширения ее экспорта при активной протекционистской поддержке со стороны государства. Одновременно данная ситуация будет способствовать вхождению новых производителей свинины и на внутренний российский мясной рынок.

РБК.Исследования рынков

Учрежден Евразийский союз «Халяль»

С 17 по 20 апреля делегация Международного Центра стандартизации и сертификации «Халяль» СМР во главе с генеральным директором Газизовым А. Г. посетила Республику Казахстан.

Итогом встречи в Астане стало создание Евразийского союза стандартизации и сертификации «Халяль». Были утверждены: единый Евразийский стандарт «Халяль» – «Общие требования к производству, изготовлению, обработке, хранению, транспортировке и реализации продукции «Халяль»; единый логотип «Халяль»; единый реестр «Халяль»; идеология внешней



и внутренней политики ЕВРАЗЕСа «Халяль», где были распределены функции и полномочия новообразованного Союза Центров «Халяль» трех стран: России, Казахстана и Беларуси.

Председателем Евразийского союза стандартизации и сертифи-

кации «Халяль» был избран генеральный директор Международного центра стандартизации и сертификации «Халяль» Совета муфтиев России Газизов Айдар Габдуллович, сопредседателями избраны: Председатель технического комитета №57 по стандартизации «Халяль» при Министерстве индустрии и новых технологий Республики Казахстан, президент Ассоциации «Халяль Индустрии Казахстана», профессор Сарсенбаев Марат Агибаевич и заместитель Муфтия Мусульманского религиозного объединения Республики Беларусь Хасеневич Рустам Александрович.

muslimeco.ru

В России должно появиться мясное скотоводство

Вице-премьер Виктор Зубков заявил, что в ближайшие семь лет Россия должна создать практически с нуля производство крупного рогатого скота и обеспечить себя говядиной.



В своем выступлении на совещании по проблемам животноводства Виктор Зубков заявил, что в программу развития АПК на 2013-2020 годы нужно внести отдельную подпрограмму развития специализированного производства мяса крупного рогатого скота. До этого в госпрограмме средства на поддержку мясного скотоводства отсутствовали. Сейчас подход кардинально изменился. «Вот буквально все дать, чтобы мы могли за эти семь лет полностью обеспечить себя в потребности по мясу КРС», – потребовал Зубков.

В настоящее время импортные квоты по говядине составляют порядка 550 тыс. тонн в год. По данным ИАА EMeat, в условиях существенного снижения производства говядины в России в 2011 году наблюдался устойчивый рост импорта этого мяса. Суммарный объем импорта охлажденной, замороженной говядины и говяжьих субпродуктов в январь-октябре 2011 года составил 609,6 тыс. тонн, что на 5%, или на 28,9 тыс. тонн, больше, чем за аналогичный период 2010 года.

В наибольшей степени выросли поставки охлажденного мяса. В октябре прошлого года были зафиксированы рекордные месячные объемы импорта «охлажденки» за последние несколько лет – 3,8 тыс. тонн. Всего за январь-октябрь 2011 года по отношению к анало-

гичному периоду прошлого года увеличение импорта охлажденной говядины в натуральном выражении составило почти 67%.

Подобный рост спроса на охлажденную говядину является одним из факторов, говорящих о целесообразности и оправданности реализации проектов по развитию мясного направления животноводства в нашей стране.

«До настоящего момента приоритетами в развитии были птицеводство и свиноводство, – рассказывает **председатель правления Мясного союза России Мушег Мамиконян**. – И это логично, потому что в первую очередь нужно было обеспечить широкие слои населения дешевой птицей и свининой». С этой задачей Россия справилась: по словам Мамиконяна, доля импорта птицы и свинины сейчас не превышает 10%.

Новый заявленный курс на развитие мясного скотоводства и выход на самообеспечение говядиной Мамиконян не поддерживает. «Я считаю, что сейчас, перед вступлением в ВТО, лучше поддерживать незащищенные отрасли, – заявил он. – Хотя, даже если выйти за пределы такой логики, овцеводство у нас в стране куда более выгодно. Но по поводу овцеводства – это мое личное мнение, больше в отрасли его никто не разделяет».

Руководитель исполнительного комитета Национальной мясной ассоциации Сергей Юшин, напротив, считает предложение Зубкова логичным и выполнимым. «У мясного скотоводства долгие сроки окупаемости, – рассуждает он. – Нужно большое количество долгих и дешевых кредитов. Все остальные условия в России есть, а технологии можно позаимствовать. Так что при условии господдержки мясное скотоводство в России вполне может развиваться».

meatinfo.ru



Итоги первого квартала

Согласно предварительным данным Росстата, индекс промышленного производства в I квартале 2012 года по сравнению с I кварталом 2011 года составил 104,0%, в марте 2012 года по сравнению с мартом 2011 года – 102,0%.

Мартовские темпы роста промышленности были самыми низкими с января 2011 года. В марте добывающий сектор вырос в годовом выражении всего на 0,8%, а в целом за I квартал – на 1,9%. На общем фоне впечатляющий рост зафиксиро-

ван в сегменте мясопереработки и масложировой промышленности. В I квартале было произведено 290 тыс. тонн мяса и субпродуктов пищевых убойных животных. Прирост по сравнению с I кварталом прошлого года составил 11,0% и 10,7% – по сравнению с мартом 2011 года.

Производство мяса и субпродуктов домашней птицы в годовом исчислении увеличилось в I квартале и в марте соответственно на 20,7% и 18,7%.

webpticeprom.ru



Инвестиции в с/х

Согласно данным Росстата, в 2011 году инвестиции по разделу экономической деятельности «Сельское хозяйство, охота и предоставление услуг в этих областях» составили 355,3 млрд рублей и выросли в сопоставимых ценах по сравнению с 2010 годом на 11,3%.

Частично высокий рост объемов инвестиций связан с эффектом низкой базы. Три года подряд, с 2008-го по 2010 год, инвестиции в сельское хозяйство снижались и в 2010 году в реальном выражении составили 69,4% от уровня 2007 года. Более того в 2009-2010 годах было зафиксировано абсолютное падение объемов инвестиций в текущих ценах.

За счет строительства новых производственных мощностей в прошлом году были, в частности, введены в строй: помещения для свиней – на 439,9 тыс. мест, для птицы – на 8837,4 тыс. птицемест; птицефабрики яичного направления – 1070,3 тыс. кур несушек, мясного направления – 158,1 млн голов/год.

Инвестиции по разделу экономической деятельности «Производство пищевых продуктов, включая напитки» составили в прошлом году 171,1 млрд рублей и снизились в реальном выражении по сравнению с 2010 годом на 3,3%.

В 2011 году были введены в строй новые комбикормовые предприятия, комбикормовые цехи и кормоцехи для животноводства соответственно на 1226,1130 и 329 тонн/сутки; предприятия мельничные сортового помола, предприятия крупные и мельницы-крупнорушники – соответственно на 163,310 и 1831 тонн перераб./сутки.

zol.ru



Производство свинины в Белгородской области

Производство свинины и комбикормов в Белгородской области к 2015 году существенно возрастет.

Увеличению объемов производства свинины на белгородских агропредприятиях должен помочь ряд программ, которые приняты в области. Только в 2012 году их работает девять, предполагается около миллиарда рублей господдержки.

О планах правительства региона по расширению отрасли свиноводства рассказал заместитель начальника департамента АПК области Алексей Хмыров. По его словам, в настоящее время животноводы региона вышли на производство 420 тыс. тонн свинины в год. Поголовье, по данным на 1 января 2012 года, составило 2 млн 630 тыс. голов только на крупных свиноводческих комплексах. Работают 148 свиноводческих площадок. Основные производители: Шебекинский, Волоконовский, Красногвардейский, Прохоровский, Ивнянский районы.



Но для поддержания и развития программ животноводства в регионе принят еще ряд программ, которые позволят к 2015 году выйти на показатель 664 тыс. тонн свинины в год на убой.

«Программа подразумевает строительство новых площадок по выращиванию, откорму и доращиванию поросят. Это будут многопрофильные площадки приблизительно на три тысячи рабочих мест. Предполагается поддержка инвестиционных кредитов, которые будут брать предприятия для строительства. Сюда же входит и федеральная программа компенсации части затрат на вложения. Мы видим очень мощную поддержку государства, которая даст возможность увеличить производство свинины еще на 160-200 тысяч тонн, комбикормов – на 200 тысяч тонн в год», – отметил Алексей Хмыров.

При этом он добавил, что вместе с ростом производства значи-

тельно увеличится количество рабочих мест и налоговые поступления.

furazh.ru

Рынок колбасных изделий

Согласно данным обновленного исследования рынка колбасных изделий компании «Экспресс-Обзор», основные производственные мощности в этом секторе сосредоточены в трех федеральных округах: Центральном, Приволжском и Сибирском.



Суммарный объем выпуска колбасных изделий в этих округах составил в 2011 году более 70%. Особо стоит выделить Москву и Московскую область. На их территориях расположены многие крупнейшие производители колбасных изделий в России, а суммарный объем выпуска составляет около четверти отечественного производства.

Наиболее популярным продуктом в России являются фаршированные колбасные изделия, в эту группу входят вареные колбасы, сосиски, сардельки и т. п. Их доля на рынке, по оценке «Экспресс-Обзор», составила существенно выше 50%. Последние 3 года их доля на рынке начала медленно сокращаться. Второй популярной группой колбасных изделий в России являются копченые колбасные изделия.

В потреблении колбасных изделий существует сезонность для каждого вида колбас. Пик потребления копченых колбасных изделий приходится на IV квартал, а для фаршированных колбасных изделий на этот период приходится минимальный спрос. Такое различие связано с исторически сложившейся культурой потребления колбасных изделий в России.



Сезонность характерна и для цен на колбасные изделия, максимальный рост приходится на IV квартал, затем следует спад. По итогам 2011 года, цены производителей выросли всего на 4% по отношению к прошлому году. При этом значительно выросла себе-

стоимость производства колбасных изделий. А увеличение закупочных цен сдерживается ритейлом, который установил рост цен на 3-5% уровне в определенный период, указанный в договоре (чаще всего раз в квартал). В итоге для многих компаний производство колбасных изделий оказалось на грани рентабельности. А снижение себестоимости за счет снижения цен на сырье влечет за собой ухудшение качества сырья, и, как следствие, снижение потребительского спроса на колбасные изделия.

Значительное влияние на рынок оказали СМИ: после выхода в конце 2010 года ряда передач о низком качестве колбасных изделий на отечественном рынке, спрос на эти продукты сократился. Чаще всего критике со стороны СМИ подвергаются продукты из сегмента фаршированных колбасных изделий: вареные колбасы, сосиски, сардельки. Во многих регионах сократилась выработка колбасных изделий указанного сегмента, являющихся основным видом выпускаемой колбасной продукции.

Критика СМИ вместе с возросшими доходами населения повлекла за собой значительные изменения в структуре спроса, требующие от производителей пересмотра ассортимента колбасных изделий. В сложившейся ситуации возможно несколько вариантов развития рынка, от замедления темпов роста при оптимистичном варианте, до сокращения объемов выпуска колбасных изделий. В среднем, по прогнозу «Экспресс-Обзор», в 2012 году ожидается 4%-й рост рынка колбасных изделий.

По сообщению компании



Рост продаж мясных ЗПФ

По данным «Анализа рынка замороженных мясных полуфабрикатов», подготовленного BusinessStat, продажи замороженных мясных полуфабрикатов в России демонстрируют непрерывную положительную динамику на протяжении последних пяти лет.

С 2007 по 2011 годы объем продаж замороженных мясных полуфабрикатов вырос на 31%. По расчетам аналитиков, в 2011 году объем продаж замороженных мясных полуфабрикатов достиг 1683 тыс. тонн.

Самой продаваемой категорией являются пельмени, их продажи

составляют около 54% от продаж всех мясных замороженных полуфабрикатов в натуральном выражении. Второе и третье место по продажам занимают мясные котлеты (12%) и блины с мясом (7%).

Наиболее динамично растет стоимостный объем продаж в категории пельменей, блинов с мясом, котлет и комплексных обедов с мясом.

РБК.Исследования рынков

Россия-Нидерланды

В Берлине Министр сельского хозяйства РФ Елена Скрынник провела рабочую встречу с Министром сельского хозяйства и внешней торговли Королевства Нидерландов Хэнком Блэйкером.



В ходе встречи обсуждалось состояние и перспективы взаимной торговли сельскохозяйственной продукцией и инвестиционного сотрудничества в аграрной сфере, а также взаимодействия в области ветеринарного и фитосанитарного надзора.

Елена Скрынник отметила, что Нидерланды – традиционный надежный партнер России в области сельскохозяйственного производства. На протяжении многих лет успешно развивается сотрудничество между нидерландскими и российскими компаниями, направленное на внедрение передовых аграрных технологий в таких областях, как племенное животноводство, птицеводство, растениеводство, земледелие и мелиорация, пищевая и перерабатывающая промышленность.

В сфере российского АПК реализуются проекты с участием голландского капитала. Этому способствует благоприятный инвестиционный климат, созданный в России при системной поддержке сельского хозяйства со стороны государства.

На один рубль государственной поддержки в агропромышленный комплекс РФ привлекаются 10 рублей инвестиций. Совокупный инвестиционный портфель составляет более 1 трлн рублей и обеспечивает устойчивые темпы развития и модернизации отрасли.

На встрече был затронут вопрос взаимодействия в рамках Российско-Нидерландской рабочей группы по вопросам сельского хозяйства.

Аграрные министры двух стран договорились провести очередную встречу рабочей группы

в текущем году в расширенном формате с привлечением представителей деловых кругов. По словам г-жи Скрынник, такой формат работы позволит вывести на качественно новый уровень прямые партнерские связи между российским и нидерландским агробизнесом.

Журнал «АзРос»



Украина: продвижение продукции на внешние рынки

Министерство иностранных дел Украины и предприятия-экспортеры мясомолочной продукции подписали меморандум о взаимопонимании с целью продвижения украинской продукции на внешние рынки сбыта, сообщил **министр иностранных дел Константин Грищенко** на брифинге в Киеве.

Документ подписан 21 марта во время третьего заседания совета экспортеров при МИД Украины.

«Меморандум, главным образом, инструмент нашего постоянного диалога, для того чтобы конкретные пожелания наших партнеров среди экспортеров учитывались нашими департаментами тут в министерстве, а также нашими посольствами, нашими генеральными консульствами», – сказал он.

Министр отметил, что в нынешней ситуации с поставками мясомолочной продукции на рынок РФ возникла необходимость выхода украинских производителей этой продукции на новые рынки сбыта.

«Выход на относительно новые рынки Ближнего Востока, Китая, Индии является для нас серьезной перспективой, и для этого нам необходимо объединить усилия с тем, чтобы входить и закрепляться на этих рынках», – сказал он.



Важность сотрудничества с МИД подчеркнул также **глава Государственной ветеринарной и фитосанитарной службы Украины Иван Бисюк**. «Конкуренция стала настолько жесткой, что нам

сегодня нужна помощь МИД, особенно в продвижении на новые рынки, – сказал он. – Поэтому нам нужно осуществлять диверсификацию не только производства, но и рынков».

Как сообщил К. Грищенко, меморандум предусматривает создание постоянно действующей рабочей группы при участии представителей МИД и украинских экспортеров мясо-молочной продукции. «Мы договорились о создании рабочей группы... Будем тесно взаимодействовать с нашей фитосанитарной службой для решения проблемных вопросов и продвижения наших товаров на внешних рынках», – сказал министр.

Журнал «АзРос»

Увеличение объема продаж мясных консервов

Изменение спроса на консервированную мясную продукцию влияет на структуру и динамику розничных продаж.

По данным комплексного маркетингового исследования «Рынок мясных консервов. Текущая ситуация и прогноз», объем продаж мясных консервов в России на розничном рынке в 2010 году в стоимостном выражении вырос на 11,4% и превысил 62 млрд рублей. В 2011 году, по предварительной оценке специалистов компании, розничная продажа консервов из мяса увеличилась на 18,6%.



На Центральный федеральный округ пришлось более 51% всей выручки от реализованной в РФ консервированной мясной продукции. Доля Приволжского федерального округа в структуре розничных продаж в стоимостном выражении превысила 17%. В Сибирском и Уральском федеральных округах доли были примерно равны и немного превышали 8%. Меньше всего мясных консервов было продано в Северо-Кавказском федеральном округе – 0,5%.

В региональной структуре розничных продаж мясных консервов доля Москвы в стоимостном выражении оценивалась в 39%, Республики Башкортостан – в 6,4%. Доли Тюменской и Московской областей составляли соответственно 5,1% и 4,3%. По 2,1% выручки от реализации данной консервированной продукции формировалось в Кемеровской области, Краснодарском крае.

РБК.Исследования рынков

Специи Christl. Радуют.



- Специи австрийского производства
- Вкусовые направления специально для российского рынка
- Превосходное качество ингредиентов

Приглашаем к сотрудничеству региональных представителей

christl
технология специй

euromeat tec.

Импортер и представитель CHRISTL в России: ООО «ЕВРО МИТ ТЕХ.»
Тел./факс: (812) 677-92-55
Мобильный: + 7-911-776-84-07
e-mail: office@eumt.ru

Событие: **Мясной конгресс-2012**

Компания:



Консалтингово-выставочная
компания «АгроМедиаГрупп»
тел: +7 (495) 642-32-71
www.agromg.ru

Мясной конгресс-2012

В Москве 10 октября пройдет Мясной конгресс-2012, организатором которого является консалтингово-выставочная компания «АгроМедиаГрупп».

Мясной конгресс – это международная встреча крупнейших мировых поставщиков и переработчиков мяса и представителей птицеводческой отрасли, которая позволит в режиме реального времени обсудить стратегию игроков рынка, оценить потребности России по сырью, мясопродуктам и кормам.

Сегодня мировой рынок мясной продукции по праву считается одним из наиболее перспективных и бурно развивающихся. Об этом свидетельствует практика как российских, так и зарубежных компаний, занимающихся животноводством, переработкой мясного сырья и реализацией мясных товаров. Глобальное производство мяса приблизилось к 320 млн тонн в год и продолжает увеличиваться.

Россия в последние годы является одним из важнейших участников мирового рынка мяса. Обладая огромным природно-экономическим потенциалом, наша страна является крупнейшим импортером мяса птицы и делит 2-е и 3-е места по импорту свинины и говядины. Это делает особо актуальным рассмотрение путей повышения конкурентоспособности отечественного мясного сектора.



Основные темы Мясного конгресса-2012:

- Системные проблемы сырьевого рынка России. Мнения переработчиков;
- Чего хотят покупатели? Потребительские тренды в период рецессии;
- Специфика инвестиционной привлекательности мясной отрасли;
- Текущее положение России после вступления в ВТО. Плюсы и минусы;
- Перспективы развития мясного рынка в условиях глобализации;
- Религиозная составляющая мясного рынка.



На фоне общего увеличения объема мировой торговли существенно возросла специализация стран в переработке отдельных видов мяса и частей туши. Эта тенденция привела к изменениям на мировом рынке мяса, открыв новые возможности для производителей и переработчиков «вписаться» со своими услугами в разделение труда на мировом рынке.

Эти обстоятельства, а также необходимость скорейшей модернизации и восстановления потенциала отечественного мясного сектора АПК с учетом лучших образцов зарубежного опыта и обусловили организацию Мясного конгресса-2012.

В этом году главными темами конгресса станут: новые возможности для производства мясной продукции и развития торговли в рамках Таможенного союза, а также преимущества и проблемы вступления России в ВТО. Самую достоверную информацию о состоянии и перспективах развития рынка мяса, новейшие тенденции, экономические и политические аспекты развития отрасли представят ведущие российские и зарубежные эксперты.



Почему вам необходимо участвовать в главной мясной дискуссии:

- В этот день соберутся все самые сильные, уверенные в себе и в своих силах предприниматели, которые реально обеспокоены будущим своего производства и переработки.
- Вы получите доступ к актуальной информации о рынке мяса и мясопереработки.
- У вас будет возможность заранее через организатора назначать деловые встречи с интересующими потенциальными партнерами.



Главными темами конгресса станут новые возможности для производства мясной продукции и развития торговли в рамках Таможенного союза, а также преимущества и проблемы вступления России в ВТО.

В конференции примут участие представители органов законодательной и исполнительной властей федерального и регионального уровней, участники агропромышленного комплекса России, СМИ. Среди особых гостей – представители стран ЕС и Канады, которые поделятся опытом экспертных инспекций и сертификаций экспорта, расскажут о специфике продвижения товаров мясной группы на международных рынках.

Мероприятие пройдет в форме дискуссионной панели. Каждую из сессий откроет установочный доклад, который послужит импульсом для дальнейшего разговора. Вести мероприятие будут редакторы ведущих специализированных СМИ и руководители профильных союзов.

Конгресс является идеальной площадкой для заключения контрактов и сделок, продвижения продукции, развития брендов, изучения рынка, встреч с представителями органов государственной власти, руководителями отраслевых ассоциаций, представителями сектора розничной торговли, оптовиками и дистрибьюторами.

В качестве экспертов и спикеров на Мясной конгресс приглашаются умные, живые, умеющие отстаивать свою позицию специалисты-практики. **МС**

Автор:



Елена Воронцова,
генеральный директор
Консалтингово-выставочной
компании «АгроМедиаГрупп»



**Международный
центр стандартизации
и сертификации «Халаль»**

«Халаль» – вековые традиции ислама в современном производстве



Выручка от реализации продукции «Халаль» составляет 20% мирового объема продаж продуктов питания.

безопасность, чистота, полезность для здоровья человека, это продукция, не просроченная и не содержащая вредных консервантов и добавок. Многие из требований к мясо-молочной и другой продукции, предъявляемых санитарно-надзорными органами, также являются и требованиями стандарта «Халаль».

Доля продуктов питания «Халаль» в мире составляет 20%. А в такой экономически успешной ныне стране, как Индонезия, продукты с маркой «Халаль» занимают более 80% рынка.

Крупнейшими экспортерами халаль-продуктов в мире являются страны Латинской Америки – Аргентина, Парагвай, Уругвай и Бразилия. Они контролируют большую часть мирового рынка «Халаль».

«Халаль» в России

Потребность в разработке единых стандартов «Халаль» в России возникла сразу же после распада Советского Союза. По словам **генерального директора Международного центра стандартизации и сертификации «Халаль» Газизова Айдары Габдулловича**, «необходимость создания стандартов «Халаль» назрела давно. После распада СССР прилавки магазинов заполнились продуктами с маркой «Халаль». Довольно часто эта продукция не только не отвечала нормам ислама, но и была не самого лучшего качества».

После многочисленных обращений мусульман в местные духовные управления и муфтияты, Совет муфтиев России под руководством муфтия Равиля Гайнутдина обратился в Администрацию президента с просьбой защитить

Халальная отрасль в последнее время демонстрирует стабильный рост. В немалой степени это объясняется тем, что категории потребителей данных видов продукции и услуг постоянно увеличиваются. На сегодняшний день значительную их долю составляют люди, не исповедующие ислам, но выбирающие продукцию «Халаль» из-за высокого качества. Из этого следует, что индустрия «Халаль» вышла за рамки строго конфессиональной и уверенно вошла на общемировой рынок продукции и услуг, заняв собственную нишу.

«Халаль» в мире

Общемировой оборот индустрии «Халаль» в настоящее время составляет 2,1 трлн долларов, в том числе рынок продуктов питания – около 700 млрд долларов. Когда мы говорим о товарах и услугах, относящихся к понятию «Халаль», мы не просто исключаем из их числа алкогольную и табачную продукцию, свинину и прочие продукты, которые не разрешены канонами ислама. «Халаль» – это, прежде всего,

интересы потребителей на законодательном уровне путем принятия соответствующего закона. Первый в истории России стандарт «Халяль» был разработан Советом муфтиев России при участии Министерства сельского хозяйства РФ и ряда профильных научно-исследовательских институтов в 2003 году. В результате предпринятых усилий под патронатом Совета муфтиев России был создан Международный центр стандартизации и сертификации «Халяль» Совета муфтиев России, в задачи которого входило создание и продвижение стандартов «Халяль» не только на российский рынок, но и на рынки ближнего и дальнего зарубежья.

Кроме производства продуктов для внутреннего рынка российские производители успешно завоевывают рынки других стран. Как показала статистика, в 2011 году российский рынок оказался полностью насыщен халяльным мясом птицы. Встал вопрос об экспорте. И не без помощи Центра сертификации и стандартизации «Халяль» в феврале российский агрокомплекс «Акашево» начал поставки мяса птицы в Саудовскую Аравию. Сейчас ведутся переговоры об этом и с ОАЭ.

Разработанный стандарт был признан мусульманскими странами, и это позволило российским предприятиям выйти на мировой рынок, не проходя повторной процедуры сертификации.

Процесс сертификации и защита сертифицированных продуктов

Вследствие всех вышеприведенных фактов многие отечественные компании сейчас обращают свой взор на сегмент рынка «Халяль» и проходят процедуру сертификации, которая подтверждает соответствие их продукции канонам ислама.

Процесс сертификации предприятия состоит из трех этапов. На первом этапе организация подает заявку в Международный центр стандартизации и сертификации «Халяль» Совета муфтиев России. После подачи заявки руководство принимает решение либо о проведении сертификации, либо об отказе.

В случае принятия положительного решения формируется комиссия, которая выезжает на производство и проводит необходимые мероприятия и проверки. После проведения проверки в штат предприятия включается технолог, аккредитованный Центром, контролирующий процесс производства.

По завершении подготовительных процедур предприятию вручается сертификат о соответствии его продукции нормам «Халяль», при котором компания может наносить на свою продукцию знак сертификации Центра.

Но и после прохождения сертификации Международный центр стандартизации и сертификации «Халяль» Совета муфтиев России продолжает поддерживать производителей, приглашая их к участию в мероприятиях, организуя обучающие семинары для технологов.

Центр активно развивается, открывая новые представительства в регионах России. На сегодняшний день филиалы работают в Санкт-Петербурге, Башкирии, на Северном Кавказе. Планируется открытие еще нескольких



Вручение свидетельства о прохождении процедуры сертификации представителю мясоперерабатывающего предприятия ОАО «Царицыно»

представительств на территории России, в которых производители смогут не только пройти сертификацию, но и получать необходимые консультации.

На сегодняшний день продукцию с маркировкой «Халяль» можно найти не только в магазинах при мечетях, но и на прилавках многих супермаркетов. Оценить объем рынка «Халяль» продукции в России пока вряд ли возможно: официальной статистики на этот счет не ведется. Но то, что он быстро развивается, – это факт. О росте рынка можно судить по увеличению объемов производства и сбыта предприятий. Для сравнения: в 2003 году, по подсчетам Центра, объем мясной халяльной продукции, произведенной промышленным способом, составлял приблизительно 70 тонн в год, на начало 2010 года – уже 7000 тонн, при-

чем в месяц! Ежегодный прирост производства на таких предприятиях составляет 40-50%.

Представители Центра ведут постоянную работу по сертификации новых компаний, решивших либо полностью перейти на производство халяльных продуктов, либо включить их в свой ассортимент. Только за прошедший месяц специалисты Центра провели освидетельствование четырех предприятий, среди которых производители мясной продукции, полуфабрикатов и кондитерских изделий. Кроме сертификации, специалисты проводят и аудит уже аккредитованных производств с целью контроля приверженности нормам «Халяль».

Кроме работы на внутреннем рынке, Центр сотрудничает и с предприятиями, находящимися за пределами России. В частности, в марте этого года представители Центра сертифицировали одно из крупнейших белорусских мясоперерабатывающих предприятий – ОАО «Управляющая компания холдинга «Гомельская мясо-молочная компания». По словам **генерального директора ОАО «Управляющая компания холдинга «Гомельская мясо-молочная компания» г-на Баборико С. Н.**, сертификация холдинга позволит освоить новые рынки сбыта продукции и привлечет новых покупателей.

Регулировать оборот продукции с маркировкой «Халяль» позволяет ряд федеральных законов: «О свободе совести и вероисповедования», «О защите прав потребителей», «Кодекс об административных нарушениях», «Гражданский кодекс». Любая организация или предприятие принимает добровольное решение о сертификации, если оно заявляет о соответствии своей продукции или услуг требованиям «Халяль». Если же производители товаров и услуг используют такую маркировку без подтверждения религиозным органом по сертификации, то нарушают несколько федеральных законов. Такие нарушения не только вводят в заблуждение потребителей, по сути, фальсифицируя продукцию стандарта «Халяль», но и дают нарушителю незаконные конкурентные преимущества. Поэтому важно помнить, что производство продукции, отвечающей нормам ислама, – это большая ответственность не только перед Международным центром стандартизации и сертификации «Халяль» Совета муфтиев России, но и перед каждым потребителем. **МС**

7 - 8 июня 2012

Место проведения:

Москва, Всероссийский выставочный центр «ВВЦ», павильон 75

И С Л А М С К И Й

БИЗНЕС-ФОРУМ



**«Мировой опыт
и перспективы рынка Халяль
и Исламских финансов»**

Организаторы

Организационный партнер
Оргкомитет



Совет муфтиев России



Центр стандартизации
и сертификации Халяль
Совета муфтиев России



АгроМедиаГрупп

ООО «АгроМедиаГрупп»
Тел: +7 (495) 642-32-71
www.agromg.ru

Автор:



Наталья Попова,
аналитик компании VVS
(«ВладВнешСервис»)

Компания VVS («ВладВнешСервис»)

Тел.: +7(4922) 44-73-56, 44-98-45, 33-07-12

www.vvs-info.ru

Рынок мяса России: анализ импортных поставок



Мясо – один из основных продуктов питания, пользующийся неизменным спросом у населения. Рынок мяса для России является одним из самых приоритетных и крупных продуктовых рынков.

В 2011 году на российских предприятиях было произведено 4,2 млн тонн мяса и субпродуктов, что на 29% превышает показатели предыдущего года.

Рынок мяса в России по регионам развивается неравномерно, поскольку он исторически создавался на зернопроизводящих территориях. Это приводит как к созданию избытка мяса в определенных субъектах Российской Федерации, так и к проблематичности обеспечения внутреннего спроса собственным производством в других субъектах. Возникает проблема с перераспределением мяса по территории России из-за ее протяженности.

Ситуация на российском рынке мяса не так прозрачна, собственное производство не может полностью обеспечить потребности рынка и увеличивающегося платежеспособного спроса населения, поэтому пока еще высок процент импортного мяса.

Это может показаться абсурдным, но Россия с ее огромной территорией отнюдь не является последней страной, которой не

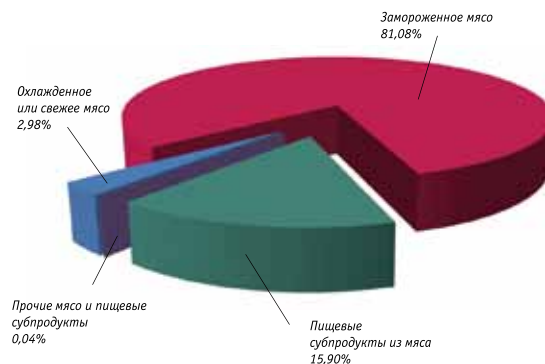
хватает собственных продуктов, и она импортирует иностранное мясо. Это легко объясняется тем, что в нашей стране более 70% территории находится в зоне рискованного земледелия. Вот и приходится нам, чтобы прокормить такую огромную страну, закупать мясные продукты из других стран, так как это очевидно дешевле, чем содержать собственные фермы по разведению сельскохозяйственных животных. Ну что ж, посмотрим, каков импортный рынок мяса в России и какие страны являются лидерами по ввозу мяса.

По данным таможенной статистики за 2011 год было ввезено в страну около 2 млн тонн мяса и мясных полуфабрикатов на сумму 57 177 млн долларов. В натуральном выражении более 80% импортных поставок приходится на замороженное мясо, 15,9% импорта получили пищевые субпродукты из мяса, на охлажденное или свежее мясо приходится около 3% от всего объема импорта (диаграмма 1).

Как видно, ввозить свежее и охлажденное мясо не особо выгодно в Россию, да и за его качество ручаться не стоит. Срок хранения свежего и охлажденного мяса составляет около двух недель, а вот сроки хранения замороженного мяса при правильных условиях хранения могут исчисляться месяцами.

Рассмотрим подробно структуру внешнеторгового рынка замороженного мяса по видам. Практически 40% импортного замороженного мяса (в натуральном

Диаграмма 1.
Распределение импортного мяса по видам



выражении) представляет собой свинину, не менее популярно мясо крупного рогатого скота, на которое приходится порядка 35% импортных поставок. Мясо птицы занимает долю в 24% (диаграмма 2).

Итак наиболее популярен импорт в Россию именно замороженной свинины. Да и какой русский не любит свиной шашлык, а уж тем более не откажется он от варено-копченых деликатесов из свинины. Посмотрим, откуда поставляют в Россию замороженную свинину.

Общий объем импорта замороженной свинины в 2011 году составил 571,4 тыс. тонн на сумму 1847,3 млн долларов. Как видно из общих данных динамики, в натуральном выражении за последние три года наблюдается рост импорта свинины в Россию. Так, в 2011 году импорт по отношению к предыдущему году вырос на 10%! Несмотря на благоприятные прогнозы Национальной Мясной Ассоциации об увеличении объемов национального производства свинины и уменьшении квоты на ее импорт, спрос на иностранную свинину не падает, а наоборот – набирает обороты. Общая динамика поставок в течение трех лет мало менялась и довольно предсказуема. Основной пик импортных продаж по-прежнему приходится на II квартал. В начале года и августе-октябре наблюдается спад импортных поставок, но к концу года рынок стабилизируется и держится на среднем уровне (диаграмма 3).

Откуда же везут к нам столь востребованную замороженную свинину? Удивительно, но лидером среди стран-импортеров в 2011 году по объемам продаж в натуральном выражении стала далекая латиноамериканская страна – Бразилия, завоевав 20% рынка, следом расположилась еще одна страна с американского континента – Канада с долей в 18%. Замыкает тройку лидеров Германия (14%).

Итак, Бразилия по-прежнему остается в лидерах, несмотря на усилия российских ведомств ограничить или запретить поставки мяса из этой страны, ссылаясь на несоответствующее качество импортируемой продукции. Но стоит отметить, что по сравнению с 2010 годом Бразилия снизила свою долю на рынке на 12%, а чего ожидать в 2012 году пока не понятно. Зато канадские поставщики преуспели, увеличив свою долю на рынке на 6%. Хотелось бы сказать, что ближайшие соседи (бывшие союзные республики) не вошли по объемам импорта даже в десятку. Так, Украина в импорте замороженной свинины занимает лишь 19 строчку в общем рейтинге стран отправления (диаграмма 4).

География импортных потоков тоже достаточно проста. Основная масса замороженной свинины оседает в крупных городах федерального значения – Москве и Санкт-Петербурге. Причем более 40% всей ввозимой импортной продукции приходится именно на Москву, и 24% – на Петербург. Около 17% приняла Калининградская область. Не стоит расстраиваться: другие регионы не сильно пострадают, так как в таких больших городах располагаются крупные оптовые компании, которые и занимаются в дальнейшем распределением иностранной свинины по всей России. Так, за последние три года в тройке лидеров среди компаний-импортеров с российской стороны оказались три крупные оптовые компании – ООО «ПродИмпорт» (Санкт-Петербург), ООО «Агерратум» (Москва) и ООО «Радинко» (Москва).

Анализ среднеконтрактных цен на замороженную продукцию показывает, что самая дорогая свинина, и в данном случае это передняя часть лопатки, поступает к нам из Испании и составляет 11 долл./кг, ну а самая дешевая свинина из Германии поступает в Россию в виде фарша и обходится в 0,36 долл./кг.

Не менее популярно в России и замороженное мясо крупного рогатого скота. С небольшим отставанием в 4% от лидера про-

Диаграмма 2.
Распределение импортного замороженного мяса по видам

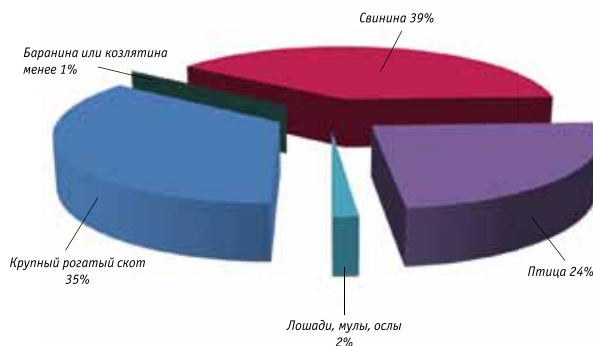


Диаграмма 3.
Поквартальная динамика импорта замороженной свинины

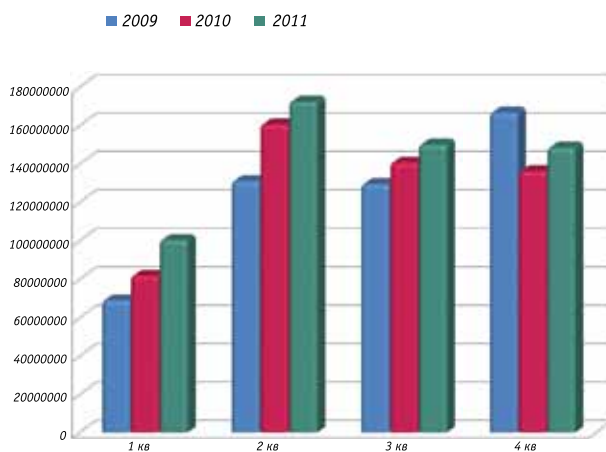
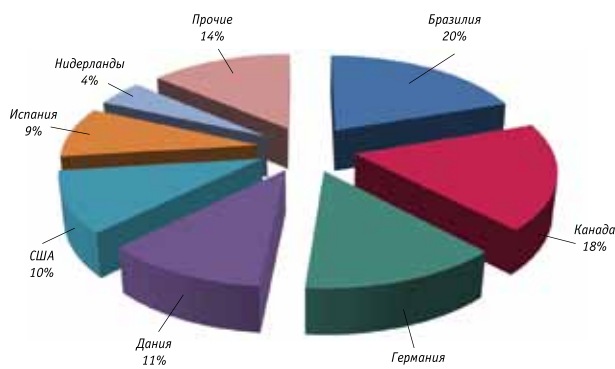


Диаграмма 4.
Доли стран торговых партнеров (тонны), 2011 год



даж свинины расположился импорт говядины. На данном рынке ситуация несколько отличается. За 2011 год замороженного мяса говядины было ввезено в страну 574,7 тыс. тонн на сумму 2249,5 млн долларов. По сравнению с данными прошлого года импорт снизился на 4%. Если в 2009-2010 годах прослеживалась общая тенденция роста импортных потоков, то в 2011 году ситуация изменилась и пик продаж пришелся на II квартал, а не на конец года (диаграмма 5).

Импортом замороженной говядины в Россию занимались около 30 стран. Лидером продаж стала все та же Бразилия, которая импортировала более 22 тыс. тонн говядины, обеспечив себе тем самым долю в 40% на российском рынке. На втором месте расположился Уругвай – с долей в 13%. И с небольшим отставанием Австралия (11%). Интересен тот факт, что первая семерка стран-поставщиков состоит из таких государств, которые располагаются на других континентах по отношению к России, а особым спросом пользуется замороженная говядина из латиноамериканских стран (диаграмма 6).

Основным регионом, куда поступает заграничное мясо, является Москва. В 2011 году столица приняла более 50% всего импортируемого мяса говядины. Следом идет Петербург (29%) и Калининградская область (6%). Как и в случае со свининой, основной поток импорта идет в крупные города, а российские компании-получатели – это оптовые компании. Среднеконтрактные цены на поставляемую говядину колеблются в пределах 0,8-12,9 долл./кг. Лидером поставок является Бразилия. Похоже, эта страна прочно закрепилась на российском рынке, имея такую большую долю в импорте – осталось только выяснить надолго ли? Хотя все не так хорошо, с 2009 года отмечается постепенное снижение доли этой страны на данном рынке. Так, по сравнению с прошлым годом в 2011 году Бразилия снизила свои позиции на 7%, а в 2009 году она имела долю в 53%.

В отличие от многих мусульманских стран, где не принято употреблять в пищу свинину, в России этот продукт пользуется большей популярностью, чем мясо говядины и птицы. Странная картина получается, но к нам, в Россию, ввозят замороженное мясо из таких далеких стран с американского континента, и Бразилия занимает не малую долю в объеме импорта замороженной свинины и говядины. Так что иностранное мясо, прежде чем попасть к дорогим и любимым потребителям, осуществляет немалые перелеты с одного континента на другой.

По данным Минэкономразвития, производство мяса в России в 2014 году может увеличиться на 19,5% по сравнению с показателями 2010 года – до 8,6 млн тонн, а импорт, наоборот, сократится почти на 30%. Планируются дальнейшие инвестиции в развитие отрасли: с этой целью из федерального бюджета на реализацию мероприятий госпрограммы поддержки животноводства в 2011 году была выделена сумма в 118 млрд рублей, и еще 12,5 млрд рублей планируется выделить дополнительно.

При этом, несмотря на восстановление платежеспособного спроса и значительную государственную поддержку, прогнозируется сокращение производства мяса крупного рогатого скота в 2014 году к уровню 2010 года на 2,3%. В связи с этим в структуре реализации скота и птицы на убой ожидается перераспределение доли крупного рогатого скота в пользу свиней и птицы.

Согласно прогнозу министерства, растущая себестоимость зерна отразится на производственных затратах на выращивание птицы и свинины (прежде всего, это касается технологически слабых предприятий и личных подсобных хозяйств), цены на которые будут ограничены потребительским спросом и предложением импортной продукции. В арсенале мер государственной политики в среднесрочной перспективе со-

Диаграмма 5.
Поквартальная динамика импорта замороженного мяса крупного рогатого скота

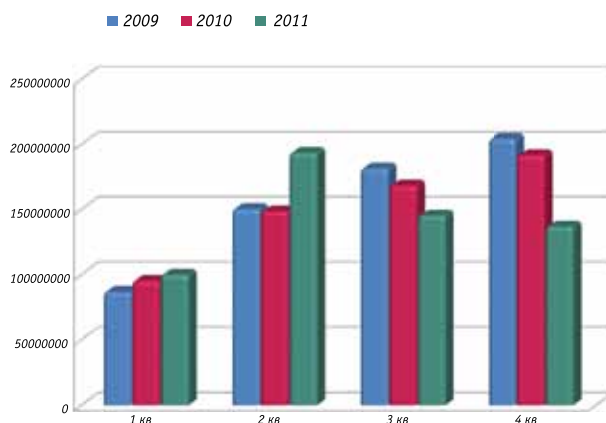
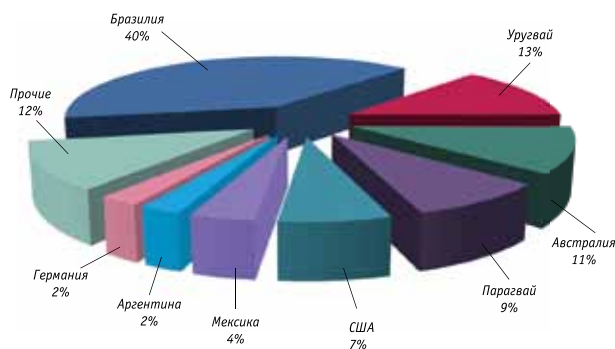


Диаграмма 6.
Доли стран торговых партнеров



хранится механизм квотирования мяса, который позволит сузить возможности для импортеров продукции. Доля импорта свинины в его ресурсах в 2014 году составит 17,3% против 25% в 2010 году, птицы – 8,3% против 18,2%.

Так, импорт мяса и мясных продуктов в 2013 году может снизиться на 29,6% по сравнению с 2010 годом – до 1,9 млн тонн, в 2012 году его объем может составить 2,1 млн тонн. В 2014 году объем импорта, как и в 2013 году, составит 1,9 млн тонн.

Основными тенденциями российского рынка мяса, которые продолжатся в ближайшие годы, являются: развитие отечественного производства, государственная поддержка отрасли и, как следствие, постепенное импортозамещение.

Остается надеяться и верить, что в скором времени российский потребитель будет полностью уверен в качестве мяса, производимого на территории России, а не ввозимого из далеких латиноамериканских стран. Да и правительственные меры помогут отечественным фермерам вытеснить импортное мясо. **mc**

Автор:



Анастасия Жигалкина,
специалист компании
«Маркет Аналитика»

Мясные продукты – «локомотивы» рынка ЗПФ



«Локомотивами» рынка, по которым во многом определяются темпы его роста, являются сегменты мясных полуфабрикатов ипельменной продукции, доля которых составляет более 70% в натуральном выражении.

Рынок замороженных полуфабрикатов сложно оценить, так как в настоящее время единого классификатора для него не существует. Это происходит, потому что оценка объемов рынка в натуральном и денежном выражениях, рассчитанная участниками и аналитиками, может существенно отличаться.

По данным таблицы можно увидеть, что с каждым годом объем рынка замороженных полуфабрикатов (PGA) увеличивается. Главным образом это связано с повышением занятости людей и сокращением времени на приготовление пищи.

Несмотря на различные оценки объемов рынка, аналитики отмечают продолжающуюся положительную динамику. Ситуация складывалась стабильно даже в период кризиса, когда доходы населения сократились.

Так, сегодня оценка рынка в денежном выражении составляет от 3,6 до 3,8 млрд долларов, а емкость в натуральном выражении – порядка 1,8 млн тонн в годовом исчислении. По прогно-

зам, рост его объемов в 2012 году в денежном выражении превысит 5% в год.

Вы можете встретить некоторые расхождения в цифрах, описывающих емкость и другие характеристики рынка ЗПФ. Это вызвано особенностями учета ряда товарных категорий, составляющих рынок замороженных продуктов.

По данным открытых источников, доходы россиян являются основным фактором, который оказывает влияние на развитие рынка ЗПФ. Поскольку, несмотря на то что зарплаты госслужащих и пенсии ежегодно индексируются, ситуация с доходами населения остается неоднозначной, одними из успешных сегментов на рынке ЗПФ являются качественная продукция в це-

новой нише «средний +» и небрендируемая продукция (нефасованная). Спрос на них стабильно растет. А вместе с ним растет и предложение. Так производители увеличили продажи охлажденной продукции. Общей тенденцией 2011 и начала 2012 годов стало появление на рынке новинок.

Кроме того, в 2011 году отмечается постепенное восстановление сегмента продукции с высокой добавленной стоимостью, которое произошло благодаря изменению в позиционировании товара. Теперь он более качественный, приближен к продуктам домашнего приготовления, более здоровый и натуральный.

Основными «локомотивами» рынка, по которым во многом определяются темпы его роста, являются сегменты мясных полуфабрикатов ипельменной продукции, доля которых в натуральном выражении составляет более 70%. Объем производства мясных (мясосодержащих) подмороженных и замороженных полуфабрикатов в 2011 году достиг 993,605 млн тонн. Повлиять на дальнейшее развитие рынка может резкий рост цен на мясное сырье или изменение доходов населения.

Сегодня на рынке замороженной продукции работают более двухсот компаний разного масштаба. Однако, по прогнозам аналитиков, в ближайшее время останется только около сотни крупных игроков.

Одной из особенностей рынка является его региональная направленность. Так, в московском регионе с осязательным преимуществом лидерство удерживает компания «МЛМ-Фуд». Одним из лидеров рынка последних нескольких лет в сегменте производства полуфабрика-

тов из мяса птицы является калининградская компания «Продукты питания».

Крупными региональными производителями также являются компании «Равиоли» и «Дарья» (Санкт-Петербург), Екатеринбургский мясокомбинат, «Сибирский Гурман» (Новосибирск), «Сибирский деликатес» (Омск).

По данным РБК, первое место среди российских производителей пельменей занимает ООО «Инвест Альянс», который выпускает 9% всех пельменей, производимых в России. На втором месте находится ЗАО «Поком», на третьем – ООО «Шельф-2000».

Крупнейшими производителями котлет являются ООО «Инвест Альянс», ООО «Котлетная компания» и ООО «Кудиновский мясной комплекс».

Большая часть производства замороженных и подмороженных полуфабрикатов приходится на Центральный федеральный округ – почти 40%.

На долю пяти крупнейших получателей продукции приходится порядка 90% всего импорта. Среди этих компаний можно выделить ЗАО «Каргилл» и ООО «Март Руссия».

Основными поставщиками замороженных мясных полуфабрикатов в Россию в стоимостном выражении являются Франция – 50,4%, Литва – 19,4% и Бразилия – 13,6%.

Если говорить о потребителях данной продукции, то это, прежде всего, жители Москвы и Санкт-Петербурга, а также других крупных городов. В каждом городе за каждого покупателя ведется острая борьба западных и российских производителей.

Однако потребители большинства городов России все же отдают предпочтение продукции местного производства: она часто оказывается дешевле аналогов, а цена является одной из важнейших составляющих при совершении покупки. Хотя надо отметить, что данная тенденция в большей степени характерна для регионов. В крупных мегаполисах потребители обращают внимание скорее на качество продукции, быстроту приготовления и низкое содержание калорий. Еще одной тенденцией можно считать смещение спроса от замороженной продукции к охлажденной.

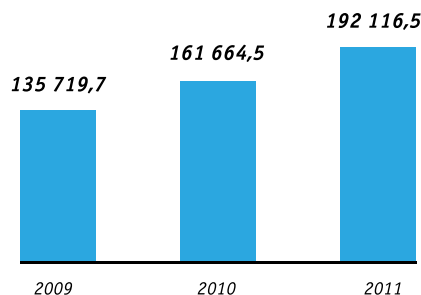
Помимо того что в крупных городах потребители все чаще переходят от приготовления пищи к использованию полуфабрикатов благодаря повышению уровня занятости населения, а также увеличению количества работающих женщин, аналитики от-

Объем российского рынка замороженной переработанной продукции в 2009-2011 гг., динамика, млн руб.

	2009 г.	2010 г.	2011 г.
Замороженная переработанная продукция	135 719,7	161 664,5	192 116,5
Красное мясо	44 232,2	53 411,2	64 288,7
Птица	931,3	1135,3	1354,7
Рыба/морепродукты	23 641,5	30 425,5	39 043,5
Овощи	10 597,1	11 777,7	13 068,7
Картофель	797	972,1	1199,8
Десерты	253,5	288,9	327,3
Готовые блюда	46 815,8	53 794,4	61 449,1
Пицца	4016,4	4632,5	5302,2
Другие продукты	4434,8	5226,9	6082,5

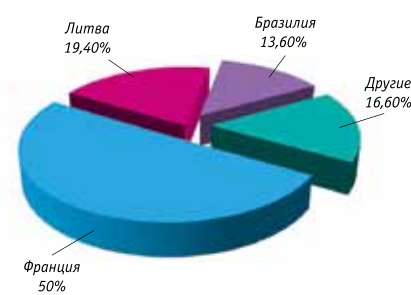
Источник: Euromonitor International

Объем и темпы роста российского рынка замороженной переработанной продукции, 2009-2011 гг., млн руб.



Источник: «Маркет Аналитика» (2011 г.)

Импорт замороженных мясных полуфабрикатов в стоимостном выражении, 2011 г.



Источник: ФТС РФ

мечают переключение спроса с популярного сегмента пельменей на более новые блюда.

Кроме того, на данный момент рост наблюдается в сегменте готовых блюд: он составляет 20-25% в год.

Для конечного потребителя замороженные полуфабрикаты являются очень привлекательным товаром, так как они обладают длительным сроком годности, не содержат консервантов и других химических веществ, при этом сохраняя все полезные свойства. Производителям и дистрибьюторам удобно работать с полуфабрикатами и замороженными готовыми продуктами. Ведь, с точки зрения логистики, их легко перевозить, фасовать и хранить. Кроме того, поскольку продукт нескоропортящийся, проблемы с заказом и возвратами сводятся к минимуму.

В 2012 году сохранится положительная динамика роста рынка полуфабрикатов, как в натуральном, так и денежном выражении. Ожидаемые темпы роста рынка ЗПФ на сегодняшний день

в натуральном выражении составляют порядка 2-3% в годовом исчислении на период 2012-2013 годов. Рост в денежном выражении будет выше из-за высоких темпов инфляции на продукты питания, динамики обменного курса рубля и роста предложения полуфабрикатов в высоком ценовом сегменте.

Вероятно, нас ждет опережающий рост спроса на овощную продукцию и ЗПФ, приготовленные с использованием замороженных овощей и смесей. Хорошим потенциалом обладает сегмент полуфабрикатов из рыбы и морепродуктов, который в последнее время стал активно развиваться. Но здесь производителям придется хорошо поработать над лояльностью потребителей, так как уже сложилось устойчивое мнение, что такие полуфабрикаты обычно низкого качества.

В ближайшем будущем наибольшим спросом продолжат пользоваться ЗПФ, приготовленные из мяса птицы, свинины или субпродуктов, как наиболее доступные для производителей. **МС**



В 2011 году
объемы продаж
консервиро-
ванного мяса
и мясной
продукции
выросли лишь
на 2%.



Автор:

**Франциско
Редруэлло,**
старший аналитик
в сфере продуктов
питания Euromonitor
International

Author:

**Francisco
Redruello,**
Euromonitor International's
Senior Foods Analyst

*Preserved
meat
and meat
products
grew by just
2% in retail
volume
terms in
2011.*

Мясные консервы теряют позиции

Постепенное восстановление российской экономики, наблюдавшееся в 2011 году, позитивно сказалось на уровне спроса на мясные консервы.

Однако в ближайшем будущем ситуация вновь может измениться. Среди ключевых проблем, с которыми предстоит столкнуться рынку мясной консервации в среднесрочной перспекти-

Preserved meat is loosing its positions

Gradual reconstruction of the Russian economy, seen in 2011, influenced positively on canned meat.

However, in the nearest future the situation can change again. The key problems the canned meat market is to face in the middle-term are absence of innovations; change of demand structure towards



ве, – отсутствие инноваций, изменение структуры спроса в сторону продукции малой степени обработки, например замороженного мяса, усиление конкуренции со стороны готовых блюд, а также рыбных и овощных консервов как категории, в большей степени соответствующей здоровому питанию, потеря доверия потребителей к качеству мясных консервов.

Восстановление продаж консервированной продукции

Большая часть российских заводов, производящих консервы, серьезно пострадала во время экономического кризиса и последующего восстановления экономики, которое началось в 2010 году и продолжилось в 2011-м. В соответствии с данными исследования Countries & Consumers (Страны & Потребители) компании Euromonitor International, в 2009 году ВВП страны сократился на 8%, но уже в 2010 и 2011 годах вырос на 4% и 3% соответственно.

В России продажи консервированной продукции в розничном товарообороте в 2011 году выросли на 3%, а объем розничной торговли достиг 5 млрд долларов.

При этом нужно отметить, что показатели развития консервного рынка прошлого года существенно различаются в зависимости от категорий продукции. Так, если наибольший рост продемонстрировала категория консервированного мяса и мясной продукции, то продажи овощных консервов выросли незначительно.

В течение последних пяти лет производители наращивали выпуск за счет расширения ассортимента, в частности консервированных деликатесов и готовых блюд. Этому в значительной степени способствовало увеличение интереса к новинкам со стороны потребителей, что в свою очередь привело к росту цен на консервы.

Поскольку уровень доходов населения России продолжает расти, это положительно сказывается на промышленном производстве консервов как альтернативе домашнему консервированию. Однако домашнее консервирование все еще остается крайне популярным: глубоко устоявшаяся, широко распространенная традиция заготовки пищи не сдает свои позиции, особенно в сельскохозяйственных районах страны.

Мясные консервы – нездоровая пища

В 2011 году объемы продаж мясных консервов выросли лишь на 2%. Они все еще значительно уступают позиции замороженному или охлажденному сырому мясу. Это происходит потому, что мясные консервы воспринимаются как неактуальный продукт, употребляемый в пищу исключительно студентами, малоимущими и отдаленными в удаленных сельскохозяйственных районах. А замороженное или охлажденное мясо, напротив, воспринимается большинством

low-processed meat, for example, frozen meat; growth of competition from ready-made products as well as canned fish and vegetables as a category more corresponding to healthy diet; loss of consumers' trust to quality of canned meat.

Preserved food sales pick up

The majority of Russia's canned/preserved food manufacturers suffered during the economic crisis, and the recovery which began in 2010 continued in 2011. Typically, increased economic activity results in a higher number of employed consumers, who in turn underpin demand for convenience. According to Euromonitor International's Countries & Consumers data, GDP, having declined by 8% in real terms in 2009, grew by 4% and 3.9%, respectively, in 2010 and 2011.

Sales of preserved food in Russia rose by 3% in retail volume terms in 2011, with retail value sales reaching US\$5 billion.

However, there was some variation in the growth recorded in each of the different categories in preserved food in 2011, with much of the variation stemming from the relative maturity of categories such as preserved meat and meat products and the low level of saturation in other categories such as preserved vegetables and preserved tomatoes.

The wide assortment of preserved food in Russia encompasses both locally produced and imported products. The variety of products available in the category has increased over the last five years as the rather conservative attitude to preserved food is giving way to greater interest in different types of food, which is leading to higher value sales. Moreover, as the disposable incomes of Russian consumers continue to rise, increasing numbers are shifting towards industrially produced preserved food as an alternative to home preserving. However, home preserving remains a very popular activity in Russia and the deep and well-developed tradition of canning and preserving food is set to remain strong, especially in rural areas.



Preserved meat and meat products face strong competition from different types of ready meals, particularly frozen ready meals, which account for the majority of ready meal value sales.

Консервированное мясо и мясная продукция конкурируют с различными блюдами, готовыми к употреблению, особенно готовыми замороженными продуктами.

российских потребителей как более здоровая и свежая пища без консервантов.

Кроме того, серьезную конкуренцию консервированному мясу и мясной продукции составляют различные блюда, готовые к употреблению, особенно готовые замороженные продукты, которые составляют большую часть этого рынка. Так, популярные в России пельмени содержат мясо, их легко приготовить, и они более доступны, чем мясные консервы.

Качество и цена стимулируют спрос

Уровень конкуренции на российском рынке консервов существенно варьируется в зависимости от категории продукции. Здесь присутствует большое количество производителей, занимающих значительную долю рынка. Также в последние годы появилось множество мелких игроков, доли которых не превышают 1%.

Местные заводы укрепили свои позиции во всех категориях консервированной продукции. Если говорить о рынке в целом, то тройка лидеров здесь представлена именно отечественными производителями. Первое место принадлежит ЗАО «Главпродукт», поставляющему консервированное мясо и мясную продукцию. Второе место занимает ООО «Вега Продукт» – производитель фруктовых консервов. На третьем месте – ТД «Дальпромрыба», специализирующийся на производстве консервированной рыбы и морепродуктов.

ООО «Бондюэль-Кубань» и ООО «Cie General De Konserv», два крупнейших производителя овощных консервов, являются филиалами международных компаний, однако имеют собственное производство в России. При этом производители в значительной степени зависят от импортного сырья. Вопрос с обеспечением сырьем, напрямую влияющий на объем производства, наиболее актуален для производителей консервов из свинины и говядины, хотя говядина в ближайшие годы останется самым крупным сегментом рынка мясных консервов.

Одним из наиболее динамично развивающихся российских предприятий сегодня является «Микояновский мясокомбинат». В прошлом году доля его розничных продаж увеличилась на 1,2% по отношению к 2010 году и достигла 12%.

«Микояновский мясокомбинат» широко известен среди россиян как производитель высококачественной продукции под брендом «Микоян» за умеренную цену. Так как российские потребители становятся более требовательными к качеству продуктов и все чаще обращают внимание на их стоимость, консервы под известными брендами продолжают пользоваться повышенным спросом.

Отметим, что в этом году тушеная свинина «Микояновского мясокомбината» признана лучшей по результатам исследования, проведенного популярной телевизионной программой «Контрольная закупка». Продукция оценивалась случайно выбранными посетителями супермар-



The leading players in preserved food are also expected to develop well-established distribution networks across the Russia, a particularly important concern for companies interested in achieving success across the entire country.

Preserved meat still regarded as unhealthy

Preserved meat and meat products grew by just 2% in retail volume terms in 2011. These products continue to be much less popular than frozen processed red meat. This is because preserved meat is perceived as being an old-fashioned product which is only suitable for students, poor people and those on holiday in remote rural areas.

Frozen processed meat, in contrast, is perceived by most Russian consumers as healthier, fresher and free from preservatives. Moreover, preserved meat and meat products face strong competition from different types of ready meals, particularly frozen ready meals, which account for the majority of ready meal value sales. The popular Russian dumplings pelmeni contain meat and are easier to prepare and more widely available than preserved meat and meat products.

Quality and price drive demand

The competitive landscape in preserved food in Russia is highly fragmented. There are many manufacturers present, with 'others' accounting for a very high value share. Local producers have a strong presence in all categories of preserved food in Russia. The three leading companies in preserved food are all domestic players. Overall leader Glavproduct ZAO leads preserved meat and meat products, while second-ranked Vega Product ООО leads preserved fruit and third-placed Dalpromryba TD leads preserved fish/seafood. Bonduelle-Kuban ООО and Cie General De Konserv ООО, the two leading players in preserved vegetables, are



Конкуренция на рынке мясных консервов продолжит расти. Его лидирующие игроки сосредоточены на региональной экспансии.

кетов, а затем проходила тестирование в независимых лабораториях. В этот раз мнения покупателей и экспертов полностью совпали, что случается не часто. «Микоян» стал лидером по результатам народного голосования, проведенного после дегустации, а эксперты установили, что в консервах предприятия содержится наибольшее количество мяса.

Вместе с продукцией от «Микоян» вниманию покупателей и экспертов были представлены консервы под торговыми марками: «Главпродукт», «Елинский пищевой комбинат», «Любимый дом», «Ова», «Семейный бюджет».

А три калининградских предприятия, входящие в состав агропромышленного холдинга «Ова», завоевали высшие награды на I Всероссийском конкурсе производителей мясных консервов, который проходил 13-16 марта в рамках выставки «Молочная и Мясная продукция». Конкурс организован Всероссийским научно-исследовательским институтом мясной промышленности им. В. М. Горбатова Россельхозакадемии. Гран-при конкурса за высокое качество продукции и соблюдение традиций присуждено ООО КМПЗ «Балтпроммясо» за мясные консервы «Свинина тушеная» и «Свинина тушеная высший сорт» торговых марок «ОВА», «Русский изыск», «Любимый Дом». Золотые медали получили ОАО «КМПЗ «Дейма» и ООО «Соверен» за мясные консервы «Свинина тушеная высший сорт» торговых марок «ОВА» и «Гурмясо».

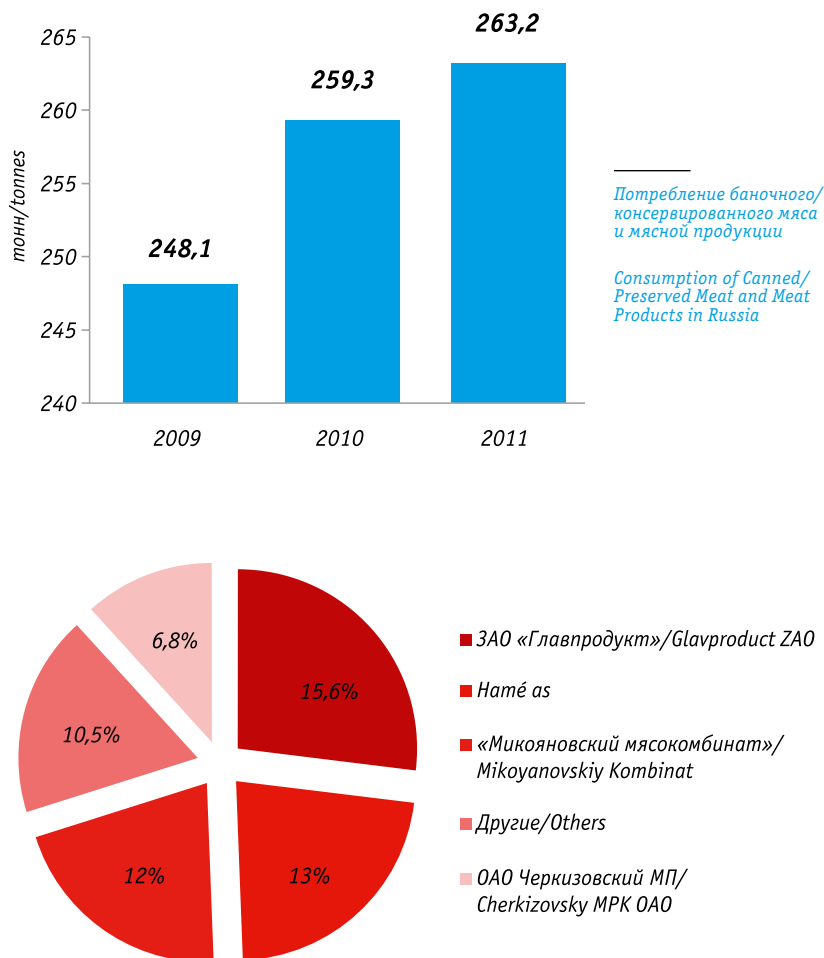
Помимо качества, важным критерием выбора российских потребителей по-прежнему остается цена мясных консервов.

Так, в течение 2010-2011 годов холдинг «Ова» провел широкомасштабную рекламную кампанию тушенки собственного производства. По телевидению тушенку рекламировали различные люди из нашей повседневной жизни, такие как солдаты в армии, студенты в общежитии, семьи в магазинах, домохозяйки и рыбаки. Идея рекламы заключалась в том, чтобы вызвать у потребителей ассоциации с качественной едой, приготовленной в домашних условиях. Благодаря запоминающемуся четверостишию, которое обещало низкую цену на тушенку марки «Ова», повысилась узнаваемость бренда. Проведенные мероприятия привели к значительному увеличению доли холдинга на рынке мясной консервации и лояльности конечного покупателя.

Прогнозы на будущее

По данным исследования Euromonitor International, в период 2011-2016 годов розничные продажи консервов вырастут на 17%.

Активная урбанизация, увеличение числа людей, которым не хватает времени на приготовление и полноценный прием пищи, обернется поиском быстрого и сытного питания, и в этой ситуации консервированная продукция станет идеальным вариантом. Ведущие производители



subsidiaries of international companies but have their own production facilities in Russia. However, the bulk of the raw agricultural products, such as vegetables and fruit, used by the companies is imported from other countries.

Mikoyanovskiy Kombinat is one of the Russian companies within the preserved meat category which is expanding more rapidly. Its retail value share increased by 1.2 percentage points in 2010 to reach 12%.

The company's Mikoyan brand is very well recognised among Russians and is generally perceived as offering a guarantee of high quality at a reasonable price. As such, as Russian consumers become more demanding in terms of quality and are more conscious of the price/value ratio, sales of preserved food sold under well-known brands continue to grow. For example, Mikoyanovskiy Kombinat's preserved meat and meat products came out on top in a survey conducted by the popular television programme Kontrolnaya Zakupka (Control Purchase), which examines the quality of various packaged food products. Product quality is assessed by randomly selected supermarket shoppers engaging in blind taste tests as well as expert testing in independent laboratories.

Доля продаж 2010 г., %.
Ведущие компании
по производству
мясных консервов

Retail value 2010, %.
Top companies in Canned/
Preserved Meat Industry

Источник/Source:
Euromonitor International

«Микояновский мясокомбинат» является одним из наиболее динамично развивающихся российских предприятий. В прошлом году доля его розничных продаж увеличилась на 1,2% по отношению к 2010 году и достигла 12%.

ли смогут увеличить продажи благодаря акценту на пользе, питательности и натуральности продукции, улучшению ее качества. Лидирующие игроки консервного рынка, заинтересованные в успешной работе, сосредоточатся на региональной экспансии, начнут активно развивать сбытовые подразделения и собственную дистрибьюторскую сеть на территории России.

При этом, по прогнозам Euromonitor International, объем розничных продаж мясных консервов в 2011-2016 годах снизится на 3%. Консервированное мясо уступит место рыбе и овощам как более полезным для здоровья, но, как ожидается, выиграет благодаря активному внедрению инноваций в будущем.

В среднесрочной перспективе конкуренция на рынке мясных консервов продолжит расти, а лидирующие производители, торговые компании и розничные предприятия будут поддерживать низкие цены на продукцию ради увеличения объемов розничных продаж.

Согласно данным Euromonitor International, основная потенциальная угроза для рынка консервов в России, которая может повлиять на его развитие, заключается в возможном снижении уровня доходов населения, а также увеличении интереса к полезным для здоровья продуктам питания, ведущим к переориентации спроса. Другая опасность – резкое увеличение стоимости сырья. Если это произойдет, средняя цена на консервы станет слишком высокой для российских потребителей, и от покупки промышленно произведенной продукции они вернуться к домашнему консервированию, что приведет к снижению объемов продаж. **МС**

Alongside quality, price has been a recurrent theme in the expansion strategies of leading Russian canned meat manufacturers. During 2010, local Russian producer Firma Ova AOZT ran a television advertising campaign to promote its Ova brand of canned meat stew. Spots featured several different everyday characters such as soldiers in the army, students living in dormitories, a family out shopping, a housewife and a fisherman, among others. The easy-to-remember four-line verse which accompanies these spots emphasises the low price of Ova meat stew and attempts to associate the product with the qualities normally associated with a home-made dish. The very simple verse is extremely memorable, greatly boosting recognition of the Ova brand in Russia in 2010.

Forecasts

Preserved food in Russia is expected to continue to perform well over the medium term. According to Euromonitor International's projections, retail volume sales will grow by 17% over the 2011-2016 period. As urbanisation increases in Russia, greater numbers of time-pressed consumers will seek quick and nutritional meal solutions, with preserved food being an ideal option. Leading manufacturers will therefore be able to boost sales by focusing on the healthy and natural properties and reasonable quality of their products. The leading players in preserved food are also expected to develop well-established distribution networks across the Russian Federation, a particularly important concern for companies interested in achieving success across the entire country.

Preserved meat and meat products is projected to underperform the wider category. According to Euromonitor International's projections, retail volume sales will decline by 3% over the 2011-2016 period. Canned meat formats will lose ground to fish and vegetables, regarded as healthier and expected to benefit from more aggressive innovation in the coming years.

Within preserved meat and meat products, competition in the category is expected to become even fiercer, leading producers, distributors and retailers to maintain lower prices in a bid to bolster volume sales. According to Euromonitor International's findings, the major potential threat to the development of preserved food in Russia over the coming years is the possibility of declining disposable income levels, which might increase the appeal of fresh food formats. Another potential threat is rapid growth in the prices of raw materials such as meat, fish and vegetables. Should this scenario come about, the average unit price of preserved food would become too high for many Russian consumers, leading to lower volume sales and a widespread shift towards home preserving instead of purchasing industrially produced preserved food. **МС**



Mikoyanovskiy Kombinat is one of the Russian companies within the preserved meat category which is expanding more rapidly. Its retail value share increased by 1.2 percentage points in 2010 to reach 12%.

**Холод европейского качества
от GEA Grasso – ничего, кроме идеальных
условий для Вашего производства!**



GEA Refrigeration Technologies

Москва:

105094, ул. Семеновский Вал, 6А
Тел.: (495) 787-20-11; факс: (495) 783-20-12

Екатеринбург:

620014, ул. Радищева, 12/23, офис 405
Тел.: (343) 356-03-11; факс: (343) 356-03-13

Санкт-Петербург:

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

Владивосток:

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



Сельское хозяйство: итоги развития за три года



Министр сельского хозяйства России Елена Скрынник представила итоги развития отрасли за три года в рамках расширенного заседания коллегии Министерства 27 марта.

В выступлении министр отметила, что качественные изменения в отрасли, ставшие возможными благодаря поддержке Президента и Председателя Правительства, позволили обеспечить устойчивый рост производства по основным видам сельскохозяйственной продукции, развивать экспорт, повысить доступность финансовых ресурсов для производителей и инвестиционную привлекательность, улучшить социальную ситуацию в сельской местности.

В числе важных результатов работы глава федерального ведомства назвала повышение результативности использования средств. За три года из федерального бюджета на мероприятия Госпрограммы было выделено 307 млрд рублей. Рост сельхозпроизводства за этот период составил 9,8%, производительность труда выросла на 15,6%, показатель рентабельности увеличился с 9,4% в 2009 году до 13,5% в 2011-м.

По словам Елены Скрынник, в основу управления отраслью положен принцип

эффективности, прозрачности и адресности государственной поддержки. Ежегодно с каждым из субъектов заключается соглашение о предоставлении субсидий, осуществляется строгий мониторинг доведения средств. С 2010 года ведутся реестры бюджетополучателей (сейчас – более 500 тыс. хозяйств), а также крупных инвестиционных проектов по модернизации отраслей животноводства и растениеводства (почти 1600 проектов на сумму 400 млрд рублей).

В докладе министр подробно остановилась на ключевых стратегических инициативах, реализованных в основных отраслях сельского хозяйства.

Животноводство: поддержка принесла результаты

Животноводство является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей сельского хозяйства. С 2008 года индекс производства продукции здесь увеличился на 12,4%. Производство скота и птицы на убой в живом весе выросло на 25% – до 11 млн тонн, в том числе свиней – на 612 тыс. тонн, или на 24%, птицы – на 1,7 млн тонн, или на 63%. Производство мяса КРС стабилизировалось на уровне 2 млн 900 тыс. тонн.

За три года в животноводство было привлечено 576 млрд рублей инвестиций. Построено и модернизировано свыше 3,5 тыс. животноводческих объектов, в том числе 340 – в мясном скотоводстве и более 2 тысяч – в молочном.

С 2009 года отобрано 49 экономически значимых региональных программ по развитию мясного скотоводства и 68 – по увеличению производства молока. За последние три года на развитие племенного животноводства было выделено 15 млрд рублей. Среди новых направлений поддержки, реализованных в 2011 году, – дотации на поддержку свиноводства (3 млрд рублей), мясного и яичного птицеводства (6 млрд), субсидии на сохранение поголовья КРС (5 млрд).

Все перечисленные меры уже принесли результаты. В частности, рост производства свиней на убой в живом весе составил 9,1% к уровню 2010 года, птицы – 12,9%, яиц – 1,6%. Впервые за 20 лет поголовье крупного рогатого скота увеличилось на 0,5%, или 99,4 тыс. голов к уровню 2010 года.

Знаковый год для растениеводства

Особое внимание в докладе было уделено растениеводству как ключевой отрасли сельского хозяйства, влияющей на межотраслевой ценовой баланс.

Прошлый год стал знаковым для растениеводства. Благодаря беспрецедентным мерам государственной поддержки преодолены последствия аномальной засухи 2010 года, имевшей место в 43 регионах страны.

Напомним, что в 2010 году на поддержку сельхозтоваропроизводителей было выделено 35 млрд рублей из федерального бюджета и 11 млрд рублей из бюджетов субъектов.

В качестве дополнительной меры поддержки решены вопросы о пролонгации банковских кредитов и лизинговых платежей, организованы региональные штабы с планами работ и мероприятиями по оказанию помо-

щи сельскохозяйственным предприятиям, оказана помощь производителям в получении 5-летних кредитов с субсидированием процентной ставки на выкуп зерна из интервенционного фонда сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия.

Важнейшим достижением является выполнение показателей Доктрины продовольственной безопасности по основным видам растениеводческой продукции.

Собран хороший урожай зерновых – более 94 млн тонн в зачетном весе. Восстановлен экспортный потенциал – поставки на мировой рынок прогнозируются в текущем сельскохозяйственном году на уровне 27 млн тонн (по состоянию на 27 марта – 22 млн тонн).

В 2011 году собраны рекордные урожаи подсолнечника, сахарной свеклы, сои, рапса. Обеспечены внутренние потребности в ячмене, гречихе, кормах.

Развитие пищевой и перерабатывающей промышленности

Развитие пищевой и перерабатывающей промышленности – приоритетная задача с точки зрения обеспечения устойчивости и рентабельности агропромышленного комплекса.

Основным направлением поддержки стало субсидирование процентных ставок по инвестиционным кредитам. В 2010-2011 годах субсидирование получил 161 инвестиционный проект с общим объемом кредитования 22,2 млрд рублей.

В 2011-2012 годах отобрано 76 региональных программ, предусматривающих создание и модернизацию мощностей по переработке сельскохозяйственной продукции. Общий объем финансирования из федерального бюджета составил 4,5 млрд рублей, из региональных – 12,6 млрд рублей. Прирост выручки предприятий в прошлом году составил 81,6 млрд рублей. Согласно прогнозу на 2012 год этот показатель увеличится до 82,4 млрд рублей.

Минсельхозом разработана стратегия развития пищевой и перерабатывающей промышленности до 2020 года. Ее реализация должна привести к увеличению объемов производства, модернизации и наращиванию мощностей предприятий, повышению конкурентоспособности продукции, созданию условий для обеспечения импортозамещения и наращивания экспортного потенциала.

Общий объем инвестиций за 2013-2020 годы составит 778 млрд рублей. Индекс физического объема инвестиций к 2020 году возрастет по отношению к 2010 году в 1,2 раза. Индекс про-

изводства пищевых продуктов в 2020 году вырастет по отношению к 2010 году в 1,4 раза.

Разработаны и приняты следующие технические регламенты Таможенного союза: «На соковую продукцию из фруктов и овощей», «На масложировую продукцию», а также техрегламент «О безопасности зерна».

В настоящее время в стадии разработки находятся следующие технические регламенты: «На молоко и молочную продукцию», «На табачную продукцию», «О безопасности мяса и мясной продукции», «О безопасности кормов и кормовых добавок».

Регулирование рынков и инфраструктура

Министерством разработана и успешно реализуется целевая программа ведомства «Развитие инфраструктуры и логистического обеспечения агропродовольственного рынка на 2010-2012 гг.». Эффективным инструментом модернизации объектов инфраструктуры стали соответствующие региональные экономически значимые программы в Астраханской области (строительство десяти оптово-распределительных центров, два из которых уже действуют), Республике Татарстан (15 элеваторов и зерноскладов), Алтайском крае (субсидирование перевозок муки и сыра, поддержка продвижения продукции) и других субъектах РФ.

В числе оперативных мер по логистическому обеспечению внутреннего рынка – заключение соглашения с «РЖД» по развитию инфраструктуры и маршрутных перевозок в октябре прошлого года, установление льготных тарифов на перевозки по железной дороге (зерно, продукты переработки, сои).

Два законопроекта находятся в разработке: «О зерновых товарных складах общего пользования» и «О зерне и продуктах его переработки».

Кроме того, Елена Скрынник отметила эффективность созданной системы продовольственных балансов, а также успешное взаимодействие с торговыми компаниями в рамках работы по обеспечению прямого доступа продукции отечественных производителей в розничные сети.

За три года в животноводство было привлечено 576 млрд рублей инвестиций. Построено и модернизировано свыше 3,5 тыс. животноводческих объектов, в том числе 340 – в мясном скотоводстве.

Поддержка фермеров

Одним из приоритетных направлений работы стала поддержка фермеров и развитие малого предпринимательства на селе. Так, в рамках реализации отраслевой целевой программы «Развитие пилотных семейных животноводческих ферм на базе крестьянских хозяйств на 2009-2011 гг.» было построено и реконструировано 470 объектов. На строительство затрачено 2795,57 млн рублей из всех источников финансирования.

В рамках реализации ведомственной целевой программы «Развитие семейных животноводческих ферм на базе крестьянских (фермерских) хозяйств на 2012-2014 гг.» планируется построить 450 семейных ферм, создать 1500 дополнительных рабочих мест. На эти цели из федерального бюджета будет выделено 1,5 млрд рублей.

Начинающие фермеры в 2012-2014 годах могут рассчитывать на поддержку в объеме 2 млрд рублей в рамках соответствующей целевой программы.

Решения в области ветеринарии

Министерством ежегодно организуется закупка за счет средств федерального бюджета и поставка в субъекты РФ лекарственных средств и препаратов для ветеринарного применения. Объемы финансирования этих мероприятий в 2009 году составили 1 872 605 тыс. рублей, в 2010-м – 1 650 000, в 2011-м – 1 993 000. В этом году планируется выделить 2 821 938 рублей.

В результате предпринятых мер удалось стабилизировать эпизоотическую ситуацию по ящуру и классической чуме свиней; добиться улучшения ситуации по таким особо опасным болезням, как бруцеллез мелкого рогатого скота и лейкоз КРС; обеспечить благополучие территории России по высокопатогенному гриппу А птиц H5N1. За последние несколько лет в России существенно улучшилась эпизоотическая ситуация по таким особо опасным болезням животных, как бешенство, туберкулез КРС, сибирская язва, лептоспироз крупного и мелкого рогатого скота и свиней, болезнь Ньюкасла.

В целях повышения статуса принимаемых решений в области ветеринарии 1 ноября 2011 года создана Комиссия Минсельхоза России по борьбе с заразными болезнями животных.

В числе новых практик министр выделила создание в Министерстве Комиссии по рассмотрению и согласованию кандидатур руководителей государственной ветеринарной службы субъектов.

Также в Министерстве работает Межведомственная комиссия по предотвращению распространения африканской чумы свиней на территории России. В ее состав включены руководители высших исполнительных органов государственной власти субъектов РФ, входящих в Южный и Северо-Кавказский федеральные округа, а также ответственные представители Минобороны, МВД, ФСБ, МЧС, Минрегиона, Минприроды и Россельхознадзора. Комиссия оперативно выявляет проблемные вопросы в проведении комплекса мероприятий по борьбе с распространением африканской чумы свиней, решает нестандартные задачи, возникающие вследствие специфики конкретного региона, где выявляются очаги АЧС или возникла угроза заноса возбудителя этой инфекции.

Для решения вопросов оперативного взаимодействия региональных ветеринарных служб с МВД, Минобороны, ФСБ, ФСО и ФСИН при выявлении и ликвидации очагов АЧС на территориях режимных объектов в Минсельхозе России создана рабочая группа по организации проведения про-

Стратегические инициативы в животноводстве, реализованные за три года

	Инициатива	Результат
1.	Модернизация животноводства	• Привлечено инвестиций 576 млрд рублей. • Выплачено субсидий 120 млрд рублей. • Построено и модернизировано свыше 3,5 тыс. объектов, в том числе в свиноводстве 796 объектов, в птицеводстве – 444 объекта, в мясном скотоводстве – 340 объектов, в молочном скотоводстве – более 2 тыс. объектов. • В результате дополнительно произведено: скота и птицы на убой – 2,2 млн тонн, молока – 1,3 млн тонн.
2.	Реализация 8 отраслевых целевых программ	• Мясное скотоводство – финансирование из ФБ – 7 млрд рублей. Прирост поголовья мясного и помесного скота 1 млн 330 тыс. голов и производства мяса от специализированных пород 60 тыс. тонн. • Молочное скотоводство – финансирование из ФБ – 7,3 млрд рублей. Прирост производства молока 979 тыс. тонн. • Реализация программ по птицеводству и свиноводству. • Овцеводство и козоводство, племенное коневодство, производство комбикормов, первичная переработка скота – развитие производств, имеющих существенное значение для социально-экономического развития субъекта, и создание дополнительных рабочих мест.
3.	Реализация экономически значимых региональных программ	• С 2009 года было отобрано 49 региональных программ по развитию мясного скотоводства и 68 – по увеличению производства молока. • За 3 года на реализацию «мясных» программ выделено 11 млрд 5 млн рублей, в том числе из ФБ – 6 млрд 867 млн рублей, из РБ – 4 млрд 138 млн рублей. • На молочные программы выделено 25 млрд 117 млн рублей, в том числе 7 млрд 295 млн рублей из ФБ и 17 млрд 822 млн рублей – из РБ. Прирост производства молока составил 979 тыс. тонн. • В 2012 году финансирование региональных программ будет продолжено.
4.	Совершенствование племенной базы	• За последние 3 года на поддержку племенного животноводства выделено 15 млрд рублей. • Создано дополнительно свыше 200 новых хозяйств, что позволило увеличить удельный вес племенного скота с 7 до 12%. Прирост реализации племенного молодняка увеличился с 47 до 110 тыс. голов. • С 2012 года введен новый вид поддержки на закупку племенного скота с объемом финансирования 1,0 млрд рублей. • Покупка племенного скота по импорту освобождена от уплаты налога на добавленную стоимость.

5. Новые направления поддержки животноводства в 2011 году

Направление	Объем финансирования из ФБ, млн рублей	Результат
1. Дотации на поддержку свиноводства	3000	Рост производства свиней на убой в живом весе в СХО и КФХ составил 9,1% , или 155,7 тыс. тонн , к уровню 2010 года.
2. Дотации на поддержку мясного и яичного птицеводства	6000	Рост производства в СХО и КФХ к уровню 2010 года: • птицы на убой (в живом весе) на 12,9%, или на 449,7 тыс. тонн. • производства яиц на 1,6%, или 520,8 млн штук.
3. Субсидии на сохранение поголовья крупного рогатого скота	5000	Впервые за 20 лет поголовье крупного рогатого скота увеличилось на 0,5% , или 99,4 тыс. голов к уровню 2010 года.
4. Возобновились субсидии на поддержку овцеводства и козоводства	770	Рост поголовья овец и коз в 2011 году к уровню 2010 года составил 2,7% , или 580,9 тыс. голов .

	Инициатива	Результат
6.	Дополнительные меры государственной поддержки животноводства	• Соглашение о ценах на молочную продукцию между производителями и переработчиками молока. Соглашение предусматривает ежегодный «коридор» закупочных цен на молоко, благодаря чему средняя цена на сырое молоко в 2011 году выросла на 22,6%. Министерство осуществляет постоянный мониторинг соблюдения условий Соглашения. • Прогнозные балансы с Республикой Беларусь. Методика прогнозных балансов позволяет управлять объемами поставок белорусского молока на российский рынок и его ценообразованием. • Меры таможенно-тарифного регулирования – квоты на импорт мяса всех видов.

верок объектов ветеринарного надзора, подведомственных силовым структурам. Рабочей группой отработана схема оперативного межведомственного взаимодействия по этим вопросам в Московской области. Схема размещена на официальном сайте Минсельхоза для отработки аналогичных вопросов в других регионах.

В Госпрограмме развития сельского хозяйства на 2013-2020 годы отдельной строкой предусмотрены меры по предотвращению распространения и ликвидации АЧС на территории России (субсидии на перепрофилирование личных подсобных хозяйств на альтернативные свиноводству направления животноводства в неблагополучных по АЧС регионах, развитие лабораторно-диагностической базы в субъектах РФ, осуществление постоянного мониторинга эпизоотической ситуации по АЧС среди домашних и диких животных, строительство и реконструкция утилизационных заводов и др.).

В целях организации указанных мероприятий до введения в действие Госпрограммы Минсельхоз координирует с органами исполнительной власти субъектов работу по скорейшему введению в действие региональных экономически значимых программ по борьбе с африканской чумой свиней. При этом Министерством предусматривается доля софинансирования из федерального бюджета таких программ. Свои программы и проекты в Минсельхоз уже представили 23 региона. Более того: такая программа принята и реализуется в Белгородской области. А программы семи субъектов (Краснодарский и Ставропольский края, Курская область, Ростовская область, Республика Татарстан, Республика Мордовия, Астраханская область) прошли согласование в Министерстве и в 2012 году будут софинансироваться из федерального бюджета.

Вопросы, требующие законодательного урегулирования, решаются путем включения соответствующих положений в новую редакцию проекта Федерального закона «О ветеринарии». Законопроект направлен на согласование в федеральные органы исполнительной власти, в настоящее время рассматриваются поступившие от заинтересованных министерств и ведомств замечания и предложения по его редакции.

Предприняты и другие меры воздействия на эпизоотическую ситуацию по разным, в том числе особо опасным болезням животных.

Наиболее ценные материалы, касающиеся разработки региональных программ по борьбе с распространением АЧС, нормативных правовых актов, позволяющих опера-

7. Законопроектные инициативы

Направление	Принимаемые меры	Результат
Реализация полномочий в области племенного животноводства	1. Внесен в Правительство Российской Федерации проект Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О племенном животноводстве»	- Разграничение полномочий органов государственной власти РФ и органов государственной власти субъектов РФ в области племенного животноводства. - Гармонизация положений Закона с международными нормативными правовыми актами в области племенного животноводства.
	2. Принят административный регламент Министерства по предоставлению государственной услуги по государственной регистрации племенных стад и ведению государственного племенного регистра.	Регистрация племенных стад и ведение государственного племенного регистра.
	3. Принят административный регламент Министерства по предоставлению государственной услуги по определению видов организаций, осуществляющих деятельность в области племенного животноводства.	Определение видов организаций, осуществляющих деятельность в области племенного животноводства.

8. Управленческие инициативы в животноводстве

Инициатива	Результат
Формирование реестров по направлениям животноводства.	- Реестр производителей молока. - Реестры производителей мяса свинины, говядины и птицы.
Создание Национальной системы управления полным циклом производства и сбыта животноводческой продукции на основе радиочастотной идентификации.	Мониторинг движения поголовья сельскохозяйственных животных и продукции животноводства.
Разработка технических регламентов на продукцию животноводства.	Утверждены технические регламенты на молоко и молочную продукцию, говядину и свинину.

тивно решать вопросы в области ветеринарии, и сведения об изменениях эпизоотической ситуации по особо опасным болезням животных размещаются на официальном сайте Министерства.

Научно-техническая политика

Благодаря решениям Владимира Путина о выделении льготных ГСМ, в 2009-2011 годах экономия денежных средств у сельхозтоваропроизводителей составила 27 млрд рублей. Ожидаемая экономия за март-июнь 2012 года – 12 млрд рублей. Реестр получателей насчитывает более 45 тыс. организаций.

Высокими темпами идет обновление парка техники в АПК. В 2011 году приобретено 29,9 тыс. единиц, причем доля новой техники увеличилась. Показатель энергообеспеченности составил 148 л. с. на 100 га.

Разработан проект Стратегии инновационного развития агропромышленного комплекса РФ на период до 2020 года. Ее целью является перевод АПК на инновационный путь развития и, как следствие, повышение темпов роста производства, экономической эффективности и конкурентоспособности производителей, способных обеспечить продовольственную безопасность страны.

Темами доклада министра также стали вопросы международного сотрудничества, модернизация мелиоративного подкомплекса, результаты работы по регулированию рынков, устойчивое развитие сельских территорий, земельные и имущественные отношения (совершенствование оборота земель сельскохозяйственного назначения, вовлечение в сельскохозяйственный оборот неиспользуемых федеральных земель, государственная поддержка фермеров при оформлении используемых участков в собственность и др.).

В завершении выступления Елена Скрынник подчеркнула, что «принятые системные меры обеспечили прочную основу для развития сельского хозяйства и дают основания с оптимизмом смотреть в будущее». **МС**



Diversey становится частью «Силд Эйр»

В конце прошлого года Sealed Air приобрела компанию Diversey, поставщика лидирующих решений на мировом рынке клининга и санитарии.

По словам представителей компании, объединение Cryovac® и Diversey™ позволяет предлагать клиентам комплексные решения от самого начала производственного процесса и до заключительного этапа – получения конечного продукта с дополнительными преимуществами. Теперь Sealed Air располагает всеми возможностями, позволяющими обслуживать производителей «от фермы до обеденного стола» на таких этапах, как гигиена сельскохозяйственных животных, процессы уборки и санитарной обработки производственных помещений, эффективная упаковка отрубов мяса для повышения эффективности и дифференциации бренда, доставка продукции в упаковках, размеры которых оптимизированы для транспортировки, эффективное продвижение продукции в розничной торговле или, возможно, деление на порции в сфере общественного питания и, наконец, внимание к пожеланиям потребителей, ценящих надежно упакованные, свежие продукты, которые легче готовить, употреблять и хранить. **Р**

www.sealedair.com

В одном ряду с Apple и Nike

Известный деловой журнал «Fortune» в 2011 году включил «Силд Эйр» в число десяти самых известных мировых компаний, наряду с Apple и Nike.

Best & worst in: Innovation	
Rank	Company
1	Apple
2	Google
3	IBM
4	Microsoft
5	Amazon
6	Facebook
7	Twitter
8	LinkedIn
9	YouTube
10	Netflix

Согласно исследованию «Самые успешные компании мира», которое ежегодно проводит Fortune, «Силд Эйр Cryovac», наряду с компаниями Apple и Nike, является лучшей по таким параметрам, как инновационность деятельности и социальная ответственность, а также ведущей в своей отрасли.

Отметим, что рейтинг для журнала «Fortune» традиционно составляется международной консалтинговой компанией The Hay Group. В исследование включено около 15 тысяч руководителей высшего звена, директоров и финансовых аналитиков по всему миру для определения компаний с самой высокой репутацией по нескольким выделенным критериям ведения бизнеса. **Р**

По сообщению компании



taste the quality

Новый сайт REICH

Фирма REICH рада представить новый интернет-сайт компании: www.reich-germany.de.

После долгой и кропотливой работы компания наконец-то раскрыла свой истинный потенциал на просторах интернета. На новом сайте представлена исчерпывающая информация обо всех сферах деятельности компании, разделены ее основные направления, такие как мясопереработка, сыропереработка и рыбопереработка. Представлены все основные модификации оборудования, комплектующих и управлений. Также рассказана история фирмы, которая ведет свое начало еще с позапрошлого века.

Гости сайта могут просмотреть в каждой сфере деятельности не только особенные формы исполнения термокамер REICH, но и референт-лист фирм, у которых эти термокамеры установлены.

Кроме сайта, компания рада представить главу подразделения в Москве – Черкасова Алексея Владимировича, который будет отвечать за продвижение марки в Центральной и Южной частях России, а также будет ответственным за сервисную поддержку клиентов в Москве и в близлежащих областях. **Р**

Телефон для связи с представителем: +7 905-752-61-28



«Мираторг» внедряет новую модель бизнеса

«Мираторг» попытается внедрить популярную у международных компаний модель бизнеса: телат для предприятий агрохолдинга по контракту вырастят независимые фермеры.

Агрохолдинг совместно с Росельхозбанком разрабатывает проект готового бизнес-решения для небольших фермерских хозяйств

по разведению мясных пород крупного рогатого скота, сообщил президент «Мираторга» Виктор Линник.

До конца года планируется запустить один-два пилотных проекта, в перспективе речь может идти о сотнях фермерских хозяйств, в каждом из которых было бы 600 и более голов. Фермеры возьмут на себя вопросы рождения и откорма телят до 8-12-месячного возраста, «Мираторг» – поставку племенных животных, ветеринарное и техническое сопровождение, осеменение коров и обучение персонала. После того как телята вырастут до 240-250 кг, фермеры смогут продать их холдингу по заранее оговоренной цене. «Фермеры, чтобы реализовать один такой проект, потребуются инвестиции как минимум в 100 млн рублей», – говорит Линник.

По словам гендиректора «Мираторга» Александра Никитина, первая часть процесса (покупка материнского стада, производство и откорм телят) требует 2/3 всех инвестиций в проекте. У «Мираторга» есть собственный крупный проект по разведению мясных коров в Брянской области, предполагающий строительство комплекса из 33 ферм (уже в этом году их будет 24 на 130 тыс. голов) и предприятия по убою и первичной переработке говядины мощностью 400 тыс. голов в год. «Собственное стадо холдинга может загрузить только четверть убойных мощностей, еще 25-40% предполагается занять за счет покупки телят у других производителей, а оставшиеся мощности загрузить как раз за счет небольших фермерских хозяйств», – объясняет Линник.



Отдавая рождение и выращивание телят на аутсорсинг, производитель экономит на издержках. Такая модель широко применяется в США, говорит руководитель Центра аграрных проблем Института США и Канады РАН Борис Черныков: «Мелкие фермеры берут на себя наименее выгодную часть по получению телят и выращиванию их до 230-240 кг, затем эти телята поступают в так называемые feedlot крупных производителей, где их вес доводят уже до 500-550 кг, а потом отправляются на убой».

meatinfo.ru

Геннадий Бобрицкий построит свинокомплексы

Белгородский бизнесмен Геннадий Бобрицкий, основ-

ной владелец крупнейшего в России птицеводческого холдинга «Приосколье», рассматривает возможность строительства в Тамбовской области пяти свинокомплексов общей мощностью 33 тыс. тонн мяса в год, сообщили в областной администрации.

Объем вложений может составить 4,2 млрд рублей. Областное управление экономической политики включило проект в перечень планируемых к реализации в 2012-2013 годах.

Отметим, что в ноябре прошлого года аффилированное с «Приосколье» ЗАО «Инжавинская птицефабрика» запустило в Тамбовской области предприятие по производству до 100 тыс. тонн мяса птицы в год. Объем вложений в проект составил 8,5 млрд рублей. Птицефабрика считается одной из самых крупных в Черноземье.



Эксперты отмечают, что бизнесмен начинает свиноводческие проекты в тех регионах, где у него уже есть птицефабрика. Президент ЗАО «Агрифуд стретеджис» Альберт Давлеев пояснил, что такое развитие агробизнеса является обычной мировой практикой. «Вертикально интегрированные холдинги стараются сочетать производство свинины и куриного мяса. Так делают «Черкизово», «Белгранкорм» и другие участники рынка», – пояснил эксперт.

Угрозой для нового предприятия господин Давлеев считает нерешенную до сих пор проблему отрасли – африканскую чуму свиней, а также туманное будущее российского рынка мяса при вступлении в ВТО. Руководитель Национальной мясной ассоциации Сергей Юшин также отметил риски, связанные со вступлением в ВТО (существенное снижение господдержки свиноводства, в том числе в части смягчения режима пошлин на ввоз мяса в страну), но предположил, что Геннадий Бобрицкий уверен в эффективности своих проектов и конкурентоспособности производимой продукции.

Коммерсант

Как у X5 и «Дикси»

Агропромышленный холдинг «Мираторг» создает в Москве сеть собственных супермаркетов, похожую по формату на магазины крупнейших российских продуктовых ритейлеров: X5 Retail Group и «Дикси». «Мираторг» рассчитывает сделать сеть федеральной.

Пилотный супермаркет «Мираторг» открылся около полугода назад недалеко от дистрибьюторского центра компании в Домодедовском районе Московской области, рассказали в компании. Работа тестового объекта оказалась удовлетворительной, и было решено развивать сеть: в декабре был открыт второй магазин, еще три супермаркета открылись в марте.



Средняя торговая площадь магазинов составляет 450 м², общая – 750 м². Сам «Мираторг» называет свои магазины супермаркетами, работающими в среднем ценовом сегменте. В магазинах представлен полный ассортимент продовольственных товаров: овощи, фрукты, напитки, алкоголь и т. д. В мясной категории большую представленность имеет продукция холдинга.

В этом году планируется запустить несколько десятков магазинов в Москве и Московской области. В дальнейшем «Мираторг» собирается открывать магазины в городах-миллионниках, где работают его дистрибьюторские центры – это Санкт-Петербург, Самара, Ростов-на-Дону, Екатеринбург, Челябинск, Новосибирск и др.

foodmonitor.ru

Дело о банкротстве «Русская свинина. Миллерово»

Арбитражный суд Ростовской области отказал в удовлетворении иска ООО «Волжская подрядная компания» о признании банкротом филиала крупного агрохолдинга «Русская свинина» в Миллерово и прекратил производство по делу, сообщается на сайте суда.

Согласно решению, на момент судебного разбирательства задолженность ООО «Русская свинина. Миллерово» перед ООО «Волжская подрядная компания» отсутствовала, что было подтверждено документами. «Поскольку требование общества с ООО «Волжская подрядная компания» на дату судебного заседания удовлетворено, иные заявления о признании должника несостоятельным (банкротом) отсутствуют, производство по делу подлежит прекращению», – говорится в документе.

Ранее адвокат, представляющий интересы ООО «Волжская подрядная компания» в данном судеб-

ном разбирательстве, Егор Ищенко сообщил, что за последние два года компания уже пять раз обращалась в суд по вопросам взыскания задолженности с ООО «Русская свинина. Миллерово». Он уточнил, что компания участвовала в строительстве второго свиноплеменника в Миллерово, после чего «Русская свинина» осталась должна около 10 млн рублей. Компания подала на них в суд, и в конце сентября 2010 года 15-й арбитражный апелляционный суд постановил взыскать в пользу волжской компании 9,5 млн рублей.

По словам Иващенко, деньги не выплачивались, поэтому ими был подан иск о банкротстве компании, после чего в феврале 2011 года они погасили задолженность. Он отметил, что поскольку судебным решением были рассмотрены не все претензии, в 2011 году они подали еще два иска о взыскании с компании 110 тыс. рублей судебных расходов и 650 тыс. рублей штрафных санкций за неисполнение обязательств.

В августе и октябре 2011 года арбитражный суд Ростовской области постановил взыскать с «Русской свинины» более 700 тыс. рублей в пользу «Волжской подрядной компании», отметил Ищенко. Поскольку деньги не выплачивались, компания подала новый иск о признании «Русской свинины» банкротом.



В то же время, по данным ООО «Русская свинина. Миллерово», задолженность перед ООО «Волжская подрядная компания» была оплачена в январе 2012 года, но денежные средства вернулись из банка с пометкой: «возврат средств по причине закрытия счета ООО «Волжская подрядная компания»».

Как сказали в компании, позднее к ним поступило постановление судебного пристава-исполнителя УФССП России по Волгоградской области о том, что в отношении «Волжской подрядной компании» возбуждено исполнительное производство, поскольку компания уклоняется от добровольного исполнения судебных решений.

Данным постановлением судебный пристав-исполнитель обязал компанию «Русская свинина. Миллерово» перечислить сумму задолженности перед «Волжской подрядной компанией» на депозитный счет УФССП России по Волгоградской области, что и было исполнено, говорится в сообщении. В связи с этим, по информации компании, после поступления денежных средств на депозитный счет приставов обязательства «Русской свинины» считаются исполненными.

rapsinews.ru

ПРЕССЫ

механической обвалки
и дообвалки (ММО/ММД)

- Производительность 200—15000 кг/ч, птица, свинина и т.п.
- Высококачественное ММО/ММД, высокий выход, низкий награв
- Отдел сервисного обслуживания + склад запчастей в Москве
- 40 лет опыта в данной области, 500 прессов по всему миру

«АГРО-3»
 Франция: yves.mouden@am2c.com
 Москва: (495) 721 20 77, meat@agro3.ru
 Санкт-Петербург: (812) 337 15 08, agro3@agroneva.ru
 Екатеринбург: (343) 375 75 47, agroual@bk.ru
 Краснодар: (861) 275 70 88, apt-top@mail.ru
 Красноярск: (391) 264 01 82, apt@krasmail.ru
 Новосибирск: (383) 362 02 52, nsk@agro3.org
 Ростов-на-Дону: (8632) 95 40 94, ait@aanet.ru
 Саратов: (8452) 48 61 77, agro@renet.ru
 Алматы: (727) 323 65 27, office@agro3.kz

Воронежская область: новые инвестпроекты

На заседании Воронежской областной Думы в «Программу социально-экономического развития Воронежской области на 2010-2014 годы» были вынесены четыре новых инвестпроекта.

Все проекты – животноводческие, предполагающие строительство свиноплеменников, комбикормовых заводов и животноводческого племенного хозяйства по разведению КРС.

Три из них реализует ГК «Агроэко». Проекты общей стоимостью 18,5 млрд рублей предполагают строительство семи свиноплеменников и двух комбикормовых заводов с зернохранилищами. Совокупная планируемая производственная мощность объектов составит 98 тыс. тонн свинины и позволит обеспечить дополнительный объем реализации продукции в сумме 7,8 млрд рублей в год. Производственная мощность каждого из комбикормовых заводов составит 230 тыс. тонн в год, зернохранилища будут рассчитаны на одновременное содержание 90 тыс. тонн. Напомним, что ранее «Агроэко» вошло в областную программу с проектом по строительству трех свиноплеменников совокупной мощностью 42 тыс. тонн свинины в живом весе. Затем компания пересмотрела свои планы.

Четвертый проект стоимостью около 450 млн рублей реализует ООО «Племенные продажи». Компания намерена создать в Каширском районе животноводческое племенное хозяйство по разведению КРС мясной абердинской породы на 1008 голов основного стада с последующей продажей племенного молодняка.

Интергум



Открытие завода в Воронежской области

Новый мясоперерабатывающий комплекс откроется в Верхнехавском районе Воронежской области 28 июня. Об этом сообщил на встрече с главой региона Алексеем Гордеевым председатель совета директоров группы компаний «Талекс» Алексей Тотунов.

Как сообщили в пресс-службе области, это будет первый в регионе завод по переработке свинины,

мяса крупного рогатого скота и баранины с выходом на охлажденную продукцию. Проект оценивается в 1,4 млрд рублей. Производительность линии по переработке свинины составит 120 голов в час, по крупному рогатому скоту – 20 голов в час, по овцам – 50 голов в час. Условия труда, санитарии и гигиены на предприятии будут соответствовать европейскому уровню. Предусмотрены полная автономность предприятия в плане электроснабжения и обеспечение экологической безопасности за счет использования очистных сооружений замкнутого цикла.

ГК «Талекс» планирует в ближайшие три-четыре года сформировать собственную откормочную базу – три свиноводческих комплекса на 5 тыс. голов каждый и стадо на 20-30 тыс. голов крупного рогатого скота. Завозить животных планируется из Австралии или Канады.

Агентство «АгроФакт»



«Алтаймясопром» строит свинокомплекс

В Тальменском районе Алтайского края идет строительство крупного свиноводческого комплекса: проект предполагает строительство комплекса мощностью 300 тыс. голов с полным циклом репродукции, выращивания, дорастивания и откорма свиней с производством мяса свинины в живом весе 35 тыс. тонн в год.

Проект реализует ООО «Алтаймясопром». Его стоимость – 6,7 млрд рублей. Сейчас в с. Лушино осуществляется возведение репродуктора на 100 тыс. голов. В июле планируется приступить к строительству второго репродуктора. Также ведется подготовительная работа к строительству комбикормового завода.

В начале марта на предприятии начался опорос свиноматок, завезенных из Ирландии. В данный момент поступила очередная партия ирландского скота – более 1000 голов свиней. В течение 30 дней животные будут находиться на карантине. Затем свиноматок переместят на репродуктор, где начнется работа по воспроизводству стада.

Как рассказал **руководитель ООО «Алтаймясопром» Борис Панов**, запуск объекта мощностью свыше 100 голов в сутки намечен также на текущий год.

meatinfo.ru



Закрывается крупный мясокомбинат

В Саратове больше не будут продаваться «Камышинские колбасы Соловьева». Это предприятие объявлено банкротом, рассказала **пресс-секретарь Камышинского городского суда Ольга Горюченко**.

«Это крупное предприятие работало на нашем рынке 15 лет. И, честно говоря, славилось своей продукцией. У них были неплохие колбасы – начиная от вареной и заканчивая копченостями. Предприятие признано банкротом, – отметила она. – В некоторых торговых точках еще можно найти продукцию этого предприятия. Но это уже остатки. Какие-то технологические процессы в цехах еще происходят, но выпуск продукции полностью прекращен».

СаратовИнформ

Компания «ТАВР» выпустила мясные чипсы

На рынке мясопродуктов в начале марта появится снек, употреблять который можно без всяких опасений за фигуру и здоровье – мясные чипсы «TAVR SNACKS». Это суббренд для активных и современных людей.



«TAVR SNACKS» представляет собой тонко нарезанные ломтики (толщиной до 2 мм) из натуральной говядины, свинины или куриного филе, с добавлением специй, приготовленные по особой технологии Dry Meat. Такой способ позволяет создавать снековый продукт без вредной обжарки в масле. При этом в сухих мясных ломтиках, несмотря на легкий вес, сохраняется питательная ценность целого куска свежего мяса.

Другой отличительной чертой продукта является его полная экологичность. Чипсы приготовлены без консервантов, соли и вредных добавок, с использованием охлажденного отборного мяса высшего сорта. Это чистый продукт, в состав которого не входят так называемые вкусовые заменители. Фактически в тавровском снеке

вместо «химических вкусов» бекона, икры, сыра, сметаны, лука и др. используются натуральные специи и душистые пряности.

На прилавках продукт появится в 3-х вариантах: TAVR SNACKS «КОПЧЕНЫЙ БЕКОН» (чипсы из свинины), TAVR SNACKS «ПОМЕКСИКАНСКИЙ» (чипсы из курицы) и TAVR SNACKS «ПРЯНЫЕ ТРАВЫ» (чипсы из говядины).

Уникальная технология производства, особый вид фасовки и пленка с высокими барьерными свойствами позволяют гарантировать длительный срок хранения продукта без добавления консервантов.

Unipack.Ru



Иваныч, ты банкрот

В 12-м арбитражном апелляционном суде завершилось рассмотрение дела о банкротстве ООО «Иваныч. Баронские колбасы» (с. Павловка Марковского р-на Саратовской обл.).

Апелляционная инстанция оставила в силе решение Арбитражного суда, которым компания признана банкротом.

В 2011 году ООО «АМТ Банк», ссылаясь на неисполнение ООО «Иваныч. Баронские колбасы» денежных обязательств в сумме 8,2 млн рублей более трех месяцев, обратилось в Арбитраж с заявлением о признании общества несостоятельным.

Позже выяснилось, что должник находится на стадии ликвидации в добровольном порядке. В отношении комбината открыто конкурсное производство сроком на 6 месяцев.

СаратовИнформ



Сила социальных сетей

Американский мясопереработчик AFA Foods заявил о банкротстве. Компания винит в этом шумиху, поднятую вокруг дешевой добавки для фарша, так называемой розовой слизи, получаемой из отходов переработки. Упавший спрос на такую продукцию не позволил компании взять кредит, чтобы расплатиться с партнерами.

В последнее время ряд школ и торговых сетей отказались от продуктов с содержанием «розовой слизи». Продукт, на который ополчились потребители, получают из отходов мясопереработки. Отходы помещаются в центрифугу и нагреваются. Это позволяет отделить жир от мяса. При этом получившееся вещество обрабатывают аммиаком, чтобы убить вредные бактерии.

«Розовую слизь» использовали в течение многих лет, но причиной массового отказа от ее использования послужила недавняя кампания в соцмедиа (социальные сети, блоги и т. д.). Она была развернута после того, как американские власти разрешили школам давать детям в столовых гамбургеры из дешевого фарша.

В AFA Foods говорят, что кампания против использования добавки к фаршу была развернута в самый неподходящий момент. На весну приходится сезонный рост продаж. AFA Foods поставляет продукцию крупным сетям, включая Safeway, Wal-Mart Stores, Burger King, Jack in the Box, Carl's Jr. и Wendy's.

По словам экспертов, мясопереработчики утратили контроль над медийным пространством. Восприятие – это все, говорят они. Если достаточное количество людей считает что-то неправильным, оно останется неправильным. И никакие доводы от групп, которым теперь не доверяют, не помогут, указывает The Los Angeles Times.

Foodmonitor.ru



ГК «Русагро» поменяла планы

ГК «Русагро» отказалась от планов строительства на Южном Урале крупного свинокомплекса.

Свинокомплекс был рассчитан на производство 90 тыс. тонн мяса в год. Бизнесмены из Белгородской области собирались разместить в Чечаркульском и Уйском районах Челябинской области три десятка откормочных площадок общей стоимостью 13 млрд рублей, но свернули проект из-за его низкой рентабельности.

Сегодня регион ежегодно производит порядка 60 тыс. тонн свинины, однако в ближайшей перспективе намерен более чем вдвое нарастить объемы. После отказа иностранных инвесторов делать это придется своими силами: мясное животноводство активно развивают такие местные холдинги, как «Ромкор», «Ариант», «Уралбройлер».

Mediazavod.ru

В Белгородской области запущен биогазовый завод



На крупнейшем в стране объекте по выработке альтернативной энергии запущен производственный процесс. Сырьем для пробного пуска стали продукты жизнедеятельности крупного рогатого скота.

Реализация проекта

Холдинг «Агро-Белогорье» и компания «АльтЭнерго» продолжают реализацию проекта по строительству биогазовой установки. В конце марта в ее производственные узлы были закачаны 2600 тонн навоза КРС. Именно это сырье традиционно применяется для «разогрева» подобных объектов. Оно способствует созданию биологически активной среды, необходимой для дальнейшей выработки биогаза. Свиноводческие стоки начнут использовать в технологическом процессе в конце апреля.

Пробным запуском руководят немецкие специалисты. Через приемные резервуары и резервуар-смеситель жидкий навоз КРС был подан в фермен-

татор. Здесь он будет нагрет до температуры 37-38 °С. Сюда же через восемь недель поступят предварительно измельченные и увлажненные силосные массы, отходы мясоперерабатывающего завода и свиноводческие стоки. В процессе ферментации будет получен долгожданный биогаз. Первую же альтернативную электроэнергию планируют выработать через 13 недель.

После выхода на проектную мощность станция будет ежегодно перерабатывать 14 600 тонн отходов мясоперерабатывающего завода, 26 тыс. тонн свиноводческих стоков, 1800 тонн канализационных отходов в виде шлама, 26 тыс. тонн силоса. Все компоненты для производства биогаза будут по-

ставлять предприятия Группы компаний «Агро-Белогорье».

Годовой объем выработки на биогазовой станции составит 19,6 млн кВт/ч электроэнергии, 18,2 тыс. Гкал тепловой энергии и 66,8 тыс. тонн органических удобрений.

Принцип работы станции

Все компоненты сырья поступают в приемные резервуары. Отходы МПЗ поставляются автотранспортом, а жидкий навоз – по трубопроводу напрямую от расположенного неподалеку селекционно-генетического центра. Силосные массы заготавливаются в траншеях, построенных на территории объекта.

После смешивания всех компонентов в резервуаре-смесителе сырье подается в ферментаторы через теплообменники, находящиеся в насосной станции. Далее полученная масса нагревается до температуры 37-38 °С. Под воздействием бактерий и микробов происходит процесс ферментации, в результате которого вырабатывается биогаз. По трубопроводам он подается в резервуары дображивания, где завершается ферментация. Затем газ, состоящий из метана и CO₂, через систему охлаждения и очистки поступает в блочную ТЭЦ. Здесь он будет сгорать, вырабатывая электроэнергию и тепло. Еще один продукт ферментации – биологическое удобрение – будет собираться в специализированных хранилищах. **mc**

Компания: «Атриа Россия»

Новая категория продуктов на рынке Москвы: сделано по-европейски



В ходе форума «Российская розничная торговля», который проходил в конце марта в Москве, компания «Атриа Россия» представила новую линейку продуктов Convenience Food (готовые к употреблению охлажденные мясные продукты) под брендом «КампоМос».

В апреле 2012 года компания «Атриа Россия» начинает выпуск линейки готовых мясных продуктов под брендом «КампоМос». Ассортимент продукции включает в себя кебабы «Восточные», бифштексы «Рубленые» и фрикадельки «Мясные». Эти продукты, как ожидается, составят серьезную конкуренцию замороженным продуктам, и «Атриа Россия» рассчитывает создать новую



«В Европе Convenience Food – мегатренд. Наша задача в России – повысить осведомленность покупателей и вызвать их интерес к новой линейке продукции».

категорию Convenience Food на рынке Москвы и стать в ней лидером. Запуск линейки будет сопровождаться рекламной кампанией, главная цель которой – привлечение современного покупателя, предпочитающего свежую пищу, но не имеющего достаточно свободного времени для ее приготовления.

По мнению представителей «Атриа Россия», основное конкурентное преимущество охлажденных продуктов – высокое качество и скорость приготовления, поскольку эти продукты не нуждаются в размораживании и могут быть употреблены в пищу даже в неразогретом виде. Готовые мясные продукты от «КампоМос» станут продолжением ассортиментного ряда Convenience Food, представленного популярной

в Москве единственной брендованной охлажденной пиццей Fresca. Отметим, что в 2011 году пицца Fresca стала брендом №2 в Москве с долей 13%.

Охлажденные мясные продукты пользуются в Европе большой популярностью. В компании «Атрия Россия» считают, что российский рынок испытывает нехватку охлажденных мясных продуктов, готовых к употреблению, в то время как в Европе подобная еда пользуется большим успехом. Так, например, на прилавках магазинов в Великобритании на 9-10 наименований замороженных продуктов приходится около 200-300 охлажденных.

Ярмо Линдхольм, исполнительный вице-президент «Атрия Россия», генеральный директор ООО «МПЗ «Кампо-Мос» и ООО «Пит-Продукт», поделился планами компании на 2012 год: «Мы понимаем, что конкуренция с замороженными продуктами на российском рынке довольно сильная, но тем не менее не планируем отступать. «Атрия Россия» уверена в традиционно высоком качестве и конкурентоспособности своей продукции: пицца Fresca, например, показала весьма достойные результаты, выйдя на второе место по продажам в Москве. В 2012 году мы продолжим активно продвигать охлажденные мясные продукты под брендом «КампоМос». В Европе Convenience Food – мегатренд. Наша задача в России – повысить осведомленность покупателей и вызвать их интерес к новой линейке продукции».

Производство Convenience Food осуществляется на современном заводе, расположенном в промышленной зоне Горелово (Ленинградская область), который Группа компаний «Атрия» открыла в апреле 2010 года

В состав производственного комплекса входят два структурных подразделения: собственно мясоперерабатывающий завод и логистический центр. Общая площадь составляет около 22 тыс. м². Строительство комплекса осуществлялось подразделением фин-



Визитная карточка компании:

«Атрия Россия» – международный производитель продуктов питания: колбас, сосисок, сарделек, мясных деликатесов, сэндвичей, пиццы и Convenience Food (готовых мясных изделий). «Атрия Россия» входит в международную группу компаний «Атрия» – крупнейшее мясоперерабатывающее предприятие в Финляндии, одно из ведущих предприятий пищевой отрасли в странах Скандинавии, России и Балтийском регионе. С 2005 года «Атрия Россия» включает в состав мясоперерабатывающую компанию «Пит-Продукт», действующую на рынке с 1996 года. В октябре 2008 года «Атрия Россия» покупает мясоперерабатывающую компанию «КампоМос». Сегодня «Атрия Россия» реализует продукцию в Москве и регионах под широко известным брендом «КампоМос», в Санкт-Петербурге является лидером рынка с брендом «Пит-Продукт». Компания представлена в сегменте быстрого питания брендом Sibylla.



В 2010 году у мясных продуктов холодной нарезки «КампоМос» появилась новая многократно закрывающаяся упаковка. Для российского рынка мясных продуктов эта упаковка уникальна. Она удобна в использовании, привлекательна и эстетична.



Продукт нарезан тонкими ломтиками, которые легко отделяются друг от друга. Мясная продукция в такой упаковке дольше остается свежей и не пропитывается посторонними запахами. Продукт удобно хранить в холодильнике и брать с собой в дорогу.

ского концерна «ЮИТ» – компанией «ЮИТ Лентек». Проект логистического центра и мясоперерабатывающего завода повторяет лучшую производственную площадку «Атрия» в Нурмо, Финляндия. Проектные мощности завода в Горелово – 115 тонн продукции в сутки. Концерн «Атрия» инвестировал около 70 млн евро в производственный и логистический комплекс. Новый комплекс в 2 раза увеличил производственные мощности компании, имеющиеся в Ленинградской области. Высокий уровень автоматизации производства также позволяет улучшить показатели стабильности качества и безопасность продукции.

«В течение этого года планирует-ся сертифицировать линию по производству Convenience Food на заводе в Горелово в соответствии с принципами FSSC 22 000 (Food Safety System Certificate – Система управления безопасностью пищевой продукции)», – отмечает Ярмо Линдхольм.

Данная система основана на стандартах ISO 22 000 и PAS 220. Процесс внедрения FSSC 22 000 начался с сертификации производства готовых мясных продуктов. И к концу 2012 года планируется сертифицировать все остальное производство в Горелово.

«Это предоставит нам дополнительное конкурентное преимущество на рынке, поскольку «Атрия Россия» станет одной из первых компаний в стране, прошедших сертификацию FSSC 22 000», – подчеркивает исполнительный вице-президент «Атрия Россия». **МС**





Гость: **Александр Мартынов**,
начальник аналитического отдела
ООО «Знаменский СГЦ»

Беседовала:



**Виктория
Загоровская**

Будущее – за высокопродуктивной генетикой

Сегодня многие специалисты в области свиноводства убедились, что одним техническим оснащением все проблемы на животноводческом комплексе не решить. Техника, конечно, важна, однако главную роль играют все-таки животные.

На российском рынке генетикой свиней занимаются около 150 компаний. Статус селекционно-генетического центра, кроме «Знаменского» – флагмана отрасли, имеют всего четыре участника рынка: предприятия компаний «Мортадель», «Сибирской аграрной группы», «Агро-Белогорья» и «Комос Групп». Остальные компании имеют более низкий статус – селекционно-гибридных центров или племенных заводов.

Знаменский селекционно-генетический центр – уникальный пример масштабной модернизации отрасли свиноводства на основе технологического обновления, ресурсосберегающих технологий и экологизации сектора. Агрохолдинг «Эксима» начал создавать его в 2006 году на территории Орловской области. В настоящее время в активе «Знаменского» 148,3 тыс. голов свиней, выращивается четыре породы. Кроме того, на предприятии имеется собственный комбикормовый завод мощностью 30 тонн комбикормов в час, элеватор на 100 тыс. единиц единовременного хранения. В этом году планируется открытие убойного цеха на тысячу голов в смену, а также строительство четырех племенных репродукторов: одного на 4,8 тыс. голов и трех на 1,6 тыс. голов каждый.

Актуальные вопросы современной генетики в свиноводстве, а также вклад в ее развитие «Знаменского» мы обсудили с **начальником аналитического отдела центра Александром Мартыновым**.

Какие ключевые проблемы, связанные с селекцией свиней, существуют сегодня на российском рынке? В чем их причина?

– На наш взгляд, основная концептуальная проблема для всей отрасли свиноводства России – системный переход на раздельную селекцию и применение принципов гибридизации при использовании высокопродуктивной генетики свиней. Кроме этого, существует острая необходимость в программном обеспечении, разработке племенных индексов и критериев создания племенных баз, позволяющих эффективно накапливать и обрабатывать данные предприятий с учетом современных методов индексной оценки племенной ценности животных.

Отечественное племенное свиноводство довольно сильно отстало в своем методическом развитии, и даже адаптация современных импортных технологий в селекцию проходит тяжело, бессистемно, отдельными фрагментами и не имеет целостной картины.



**Александр
Мартынов:**

«Отечественное племенное свиноводство довольно сильно отстало в своем методическом развитии, даже адаптация современных импортных технологий в селекцию проходит тяжело и бессистемно».





Ключевые задачи генетики свиноводства РФ:

- Максимально эффективное производство свинины, как отдельными производственными единицами, так и в целом по отрасли, на уровне лучших мировых образцов.
- Качественный, эффективный переход российских предприятий на высокопродуктивную генетику.
- Импортозамещение за счет быстрого роста объемов качественной отечественной продукции свиноводства за максимально короткие сроки.
- Решение вопросов продовольственной безопасности страны.
- Возможность конкурентного выбора отечественному производителю свинины поставщика высококлассного генетического материала с учетом в дальнейшем от возможных различных рисков, связанных с импортом поголовья.
- Поддержка и внедрение новейших инновационных разработок и тенденций в свиноводстве, таких как технология производства, кормление, содержание, биобезопасность, ветеринария и др.



Необходимо максимально широко применять опыт стран с высокоразвитым свиноводством, где существует четкая системная племенная работа на уровне «национальных индексов BLUP», которые разрабатываются национальной ассоциацией (государственным органом по племенному делу) и используются всеми племенными предприятиями, входящими в данную ассоциацию (государственный орган по племенному делу) в единой «национальной племенной базе данных». Параллельно с этим существуют племенные предприятия, работающие в системе мировых генетических лидеров с едиными для них принципами работы и оценки поголовья по «индексам BLUP генетической компании». И та, и другая система достаточно эффективны и применяются независимо друг от друга.

Сколько компаний (в том числе иностранных представительств) занимается селекцией и генетикой свиней в России? Каковы основные направления их деятельности, что они предлагают свиноводческим предприятиям?

– Помимо российских компаний на нашем рынке представлены филиалы более 20 глобальных генетических корпораций, в числе которых Нурор В. В. (Голландия), Topigs CIS (Голландия), DanBred International (Дания) и PIC Genetics (США). В основном они занимаются поставками племенного скота на территорию России. Породный состав по большей части представлен Крупной Белой, Ландрасом, Йоркширом, Дюроком, Пьетреном, а также синтетическими линиями.

Надо сказать, что из большого количества западных предприятий только 4-5 можно отнести к крупным и эффективным. Безусловно, спрос на импортную генетику есть, но надо всегда отдавать себе отчет в том, что далеко не каждая иностранная компания может поставить действительно качественных животных, да еще в необходимом количестве, да еще желательно из одного источника формирования.

Источник комплектации отечественных стад является сегодня серьезнейшим вопросом. Конечно, на мировом генетическом рынке есть достойные предприятия, животные которых обладают высокими продуктивными качествами, обеспечивающими хороший экономический результат. Например, «Знаменский» в качестве стратегического партнера выбрал голландскую компанию Нурор В. В., одного из лидеров в области генетики свиней.

В действительности можно сказать, что европейские игроки не ведут на территории



России племенную работу, а в подавляющем большинстве случаев поставляют лишь продукт генетической работы, проведенной на своих западных предприятиях, зачастую не самый качественный и иногда сомнительного происхождения. Как правило, завозится гибридное поголовье родительских свинок 1-го или 2-го порядков, которое становится маточным стадом на отечественных племенных репродукторах или товарных предприятиях, иногда попадают и животные с откорма.

На нашем племенном рынке также присутствуют местные предприятия, которые производят племенное и гибридное поголовье отечественной селекции, доставшейся в наследство еще с советских времен, некоторые с прилитием крови западных животных, некоторые – без него. Но качество таких животных в подавляющем большинстве случаев уступает тому, которое предлагают зарубежные компании. Российские участники рынка не могут составить достойной конкуренции западной генетике, поэтому их предложение ограничено.

Все крупные ведущие отечественные свиноводческие предприятия стараются работать с импортной генетикой на различных договорных условиях, которая может поставляться из-за рубежа или производиться на племенных репродукторах на территории России.

Какое место среди них занимает «Знаменский СГЦ»? Чем он выделяется? Расскажите о главном продукте генетического центра.

– Как я уже говорил, «Знаменский СГЦ» работает с компанией Нурог, одним из лидеров на мировом рынке генетики свиней. Мы ведем совместную крупномасштабную селекционно-генетическую работу на основе раздельной селекции для материнских и отцовских линий с использованием индексов BLUP (лучший линейный беспристрастный прогноз) полностью на территории России.

«Знаменский СГЦ» устроен и работает по принципу классической генетической пирамиды, в состав которой на территории Орловской области входят племенные заводы для материнских и отцовских линий, племенные репродукторы для получения родительской гибридной свинки F-1, станции искусственного осеменения. Наши товарные производства находятся во Владимирской и Ивановской областях.

На племенных заводах «Знаменского» проводится основная селекционно-генетическая работа, в ходе которой отбираются и оставляются на племенных заводах или передаются на племенные репродук-

торы только лучшие животные по индексу BLUP и имеющие племенной статус GGP или GP.

«Знаменский СГЦ» является неотъемлемой частью генетической программы «Хайпор» и работает по единым принципам и стандартам этой компании.

Основной продукт, который производит наш центр, – это гибридная родительская свинка F-1, полученная при скрещивании племенных животных пород Крупная Белая и Ландрас. Родительская свинка F-1 отлично приспособлена к условиям промышленной технологии содержания и фермерского подворья и полностью отвечает запросам современного свиноводства, имея высокий уровень здоровья.

С родительской свинкой F-1 товарные предприятия получают стабильно высокие производственные результаты (оплодотворяемость, многоплодие, сохранность животных, среднесуточные привесы и др.), положительным образом влияющие на экономику предприятия.

Кто сегодня является основными клиентами «Знаменского»? Кому Ваша продукция наиболее интересна и почему? Какого экономического эффекта можно добиться от использования высокопродуктивных пород свиней?

– На сегодняшний день центр имеет более 70 предприятий-партнеров в разных регионах России и ближнего зарубежья. В их числе как крупные агрохолдинги, так и небольшие крестьянско-фермерские хозяйства и индивидуальные предприниматели.

Возможности «Знаменского СГЦ» позволяют сформировать маточное стадо товарного предприятия практически любого формата с одного источника комплектования (племенного репродуктора). Повторюсь: крупным предприятиям, которые серьезно обеспокоены дальнейшей продуктивностью и здоровьем поголовья всегда предпочтительней комплектовать свои стада из одного источника высококлассной генетики. Именно все это мы предлагаем нашим партнерам. Более того, мы совместно обсуждаем наиболее предпочтительные варианты комплектования и замены родительского стада животных. Специалисты – технологи, селекционеры и ветеринары – рассматривают сроки поставки, возраст и размер партий животных, чтобы процесс запуска производства максимальным образом соответствовал целям и задачам предприятия.

Большой интерес вызывает наша продукция у индивидуальных предпринимателей, которым мы также стараемся оказать всевозможную информационную и техническую поддержку. Очень приятно, когда у них



Основной продукт, который производит «Знаменский СГЦ», – это гибридная родительская свинка F-1, полученная при скрещивании племенных животных пород Крупная Белая и Ландрас.

Производственные характеристики свинки F-1

Показатель	Среднее значение
Процент прохолоста	8,1
Многоплодие	12,59
Процент падежа поросят до отъема	10,85
Количество отнятых поросят с помета	11,24
Индекс использования	2,40
Количество отнятых поросят от свиноматки в год	27,02

Источник: «Знаменский СГЦ»

все получается и они с большой радостью делятся с нами своими успехами. Одним словом, мы открыты для всех.

Сейчас практически все, кто занимается свиноводством в России, осознали, что будущее – за высокопродуктивной генетикой. Участники отрасли понимают, что им придется тяжело в условиях жесткой конкуренции с импортной свиной, поступающей из-за рубежа. Поэтому стараются изыскать возможности приобретения высокопродуктивной генетики и установить долгосрочные партнерские отношения с селекционно-генетическими центрами.

Это действительно грамотный подход, как на стадии комплектования новых предприятий, так и при принятии решения о замене существующей генетики на современную, высокопродуктивную.

Экономический эффект от перехода на высокопродуктивную генетику складывается из дополнительной выручки от реализованной продукции и сокращения затрат на ее получение. В зависимости от первоначального уровня продуктивности экономический эффект может составлять до 70 тыс. рублей на одну свиноматку в год и более.

При этом не стоит забывать, что наиболее значимый производственный и экономический эффект достигается только при использовании системы гибридизации и получении на мясо 3(4)-породных гибридов.

Расскажите о комплексе мероприятий, которые позволяют центру поддерживать высокий статус здоровья животных. За счет чего удается повышать биобезопасность в связи с распространением АЧС?

– В «Знаменском» разработана и действует целая система биобезопасности, включающая в себя особенности строительных конструкций зданий и помещений, регламенты, протоколы, инструкции по посещению предприятий и выполнению производственных операций, использование специализированной автотехники, регулярные мониторинги здоровья поголовья, оценку качества сырья и комбикормов и др. Особую роль мы отводим воспитанию сознательности трудового коллектива при выполнении всех производственных мероприятий и соблюдению правил биобезопасности. Не забываем также про дополнительные контрольно-проверочные мероприятия на производственных объектах, которые проводятся на регулярной основе.

Проблема распространения африканской чумы свиней (АЧС) по территории России несет серьезнейшую угрозу отечественному свиноводству и требует срочных системных мероприятий по ее искоренению на государственном уровне.



Справка:

Племенное свиноводство в России практически отсутствовало до 1917 года. В начале XX века М. М. Щепкин скрестил английских белых свиней с местными породами, в результате чего вывел породу сального типа «Щепкинские свиньи», которые были приспособлены к природным условиям центральной России.

Племенное свиноводство России получило толчок к развитию в начале XX века благодаря изысканиям профессора М. Ф. Иванова. Он основал научную школу по свиноводству. Им была также обоснована новая методика создания пород свиней.

В 1965-1966 годах было проведено первое испытание, которое показало, что свиньи отечественных пород имеют среднесуточный прирост 721 грамм при затрате корма 1 кг прироста 4,03 корм. ед. Но мясные качества свиней оставались низкими, в туше содержался всего 51% мяса. В 1970-х годах наметился прогресс: появились отечественные породы свиней с выходом мяса 57-58%. К 1980 году российское племенное свиноводство насчитывало 23 заводские породы и 7 породных групп, больше половины которых составляли свиньи отечественной селекции. Селекционная работа велась на племенных заводах, контрольно-испытательных станциях, племенных фермах в колхозах и совхозах.

За последние 15-20 лет племенное свиноводство страны подверглось кризису, развитие ранее племенные хозяйства были либо разрушены, либо оказались на грани банкротства. Многие перспективные селекционные исследования оказались приостановлены, сократились мероприятия по оценке племенных свиней. Из-за увеличения ввоза импортных племенных свиней, замедлился рост отечественного племенного свиноводства. И в настоящее время почти все поголовье свиней в России представлено гибридами. Из-за сниженного спроса на племенную молодку отечественные хозяйства занимаются откормом свиней. Импорт племенных свиней зачастую происходит бессистемно. Животные вводятся в новое стадо без адаптации, и многие из них забракуются в первый год.

Как и все остальные отечественные предприятия, «Знаменский СГЦ» уделяет серьезнейшее внимание мероприятиям, препятствующим заносу АЧС на территорию животноводческих объектов. Подавляющее их большинство регламентировано в действующей системе биобезопасности центра. Дополнительно мы проводим информационную и разъяснительную работу с персоналом, рассказывая об опасности АЧС, персональной ответственности каждого сотрудника за соблюдение требований биобезопасности. Кроме того, мы повысили запас дезинфекционных средств на производственных объектах, на некоторых производственных операциях увеличили их концентрацию и кратность использования, усилен контроль по недопущению на нашу территорию бродячих животных и диких птиц, действует запрет на посещение животноводческих объектов сторонними лицами без специального согласования.

Каковы перспективы развития центра на отечественном рынке и Ваша главная задача?

– «Знаменский СГЦ» стремится максимально передать в товарные хозяйства весь тот генетический потенциал, который накоплен и совершенствуется на племенных объектах предприятия, быть надежным партнером на рынке отечественного свиноводства. Ежемесячно мы увеличиваем количество наших заказчиков, а также объемы реализации племенной продукции.

На сегодняшний день «Знаменский СГЦ» является одним из самых крупных поставщиков современной высокопродуктивной генетики на российском рынке и стремится быть лидером в данном направлении. На ближайшую перспективу, до 2015 года, планируется строительство и ввод в эксплуатацию дополнительных племенных мощностей в Орловской области, освоение регионов, расширение спектра племенной продукции и значительное увеличение предложения на российском рынке.

Мы верим, что благодаря совместным усилиям отечественное свиноводство начнет высокими темпами набирать силу и мощь при массовом переходе на высокопродуктивную генетику и станет достаточно эффективным и конкурентоспособным, обеспечивая продовольственную безопасность страны в секторе свиноводства. **МС**

Автор:



Юлия Шпонкина,
руководитель отдела
маркетинговых исследований
Intesco Research Group

Логистика и транспортно- логистические услуги

Логистика – это наука о планировании, управлении и контроле движения ресурсов в различных системах.

Логистические компании и их функции

Первые логистические организации появились еще в Древнем мире и были предназначены для организации своевременной доставки продовольствия и грузов для вооруженных сил. Вскоре после их появления последовало создание торговых организаций (преимущественно морских), занимающихся перевозками товаров между различными странами. Наиболее массовым продуктом международной торговли являлось зерно. Первые гражданские логистические организации были интегрированными в традиционные торговые структуры и не выделялись в качестве отдельных субъектов экономической деятельности.

В течение последнего века-полутора в результате развития информационных технологий и расширения объема международной торговли гражданские логистические организации начали постепенно опережать армейские. Крупнейшие современные логистические компании оказываются способными перевозить большие объемы различных видов грузов с одного конца света на другой с минимальными ошибками. На практике, впрочем, большинство транспортно-логистических компаний работает либо в пределах одной страны, либо в сегменте международных перевозок, а крупные международные компании для работы на локальном уровне зачастую создают дочерние организации.

Все транспортно-логистические услуги можно разделить на три основных сегмента: перевозки и экспедирование, складские услуги и услуги по организации и управлению транспортными перевозками.

По виду транспорта перевозки делятся на: автомобильные, железнодорожные, авиационные, водные, трубопроводные и прочие (например, перевозки посредством вьючных животных).

Логистические организации в целом можно разделить на пять основных классов, отличающихся между собой количеством логистических функций, выполняемых одним оператором.

1PL (First Party Logistics) – автономная логистика, все операции выполняет сам грузовладелец;

2PL (Second Party Logistics) – оказание традиционных услуг по транспортировке и управлению складскими помещениями;

3PL (Third Party Logistics) – расширение стандартного перечня услуг нестандартными (складирование, перегрузка, обработка грузов, дополнительные услуги со значительной добавленной стоимостью), использование субподрядчиков;

4PL (Fourth Party Logistics) – интеграция всех компаний, вовлеченных в цепь поставок;

5PL (Fifth Party Logistics) – управление всеми компонентами, составляющими единую цепь поставки грузов с помощью электронных средств информации.

3PL и выше логистические операторы – интеграторы логистических процессов высокого уровня, при работе с которыми вся цепочка поставок контролируется и управляется одним высококвалифицированным логистическим провайдером. Обычно такого типа операторы востребованы на конкурентных рынках. Их услугами пользуются транснациональные корпорации, производящие высокотехнологичные продукты при непрерывном производственном цикле.

Мировой рынок транспортно-логистических услуг

Объем мирового рынка транспортно-логистических услуг трудно поддается прямой оценке из-за различия используемых в разных странах классификаторов, отсутствия достоверной информации по необходимому числу стран мира, пропускам в данных, несовместимости части измерений, вызванной юридическими ограничениями (например, способами регистрации транспортно-логистических компаний в различных странах) и т. п. А потому наиболее близкими к реальности оценками объема рынка являются показатели динамики международной торговли и расчет объема рынка логистической деятельности с учетом динамики первой.

Объем международной торговли в целом постепенно увеличился, причем в «обычных» условиях среднегодовой объем торговли рос примерно на 15-16% годовых. В 2009-2010 годах эта тенденция несколько изменилась – на 2009 год пришлось заметное сокращение объема торговли, в 2010 году рост торговли оборот был несколько больше за счет реализации части проектов, пропущенных в 2009 году. В 2010 году объем торговли превышал 15 трлн долларов, лишь немного отставая от пикового показателя 2008 года.

Объем импорта традиционно примерно на 3% больше объема экспорта в результате увеличения стоимости после учета транспортных и перевалочных расходов.

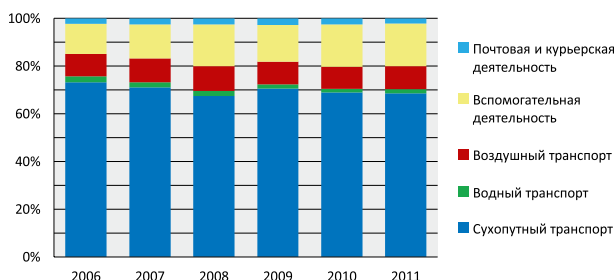
Объем международной торговли продуктами в мире в 2006-2010 гг., трлн долл.



Динамика выручки от транспортно-логистических услуг по кварталам в РФ в 2006-2011 гг., млрд руб.



Динамика структуры российского рынка транспортно-логистических услуг по основным сегментам в стоимостном выражении в 2006-2011 гг., %



Источник: IntescoResearchGroup

Динамика российского рынка

Объем российского рынка транспортно-логистических услуг может быть оценен по объему выручки компаний, предоставляющих весь комплекс услуг по перевозке пассажиров и физических грузов, в течение требуемого временного периода. Таким образом, за 2006-2011 годы данный показатель вырос примерно в 2,2 раза, среднегодовой темп прироста составил 17%, при этом за исключением 2009 года объем рынка увеличивался примерно на 20-25% ежегодно.

Сокращение 2009 года было связано с общероссийским сокращением рынка, вызванным экономическим кризисом 2008 года. Однако, в отличие от большинства производящих отраслей, объем рынка фактически просто остался на одном месте и про-

должил в следующем году свой рост примерно в том же темпе, что и до кризиса.

В 2006-2010 годах квартальная динамика объема рынка оставалась примерно одинаковой: на I квартал приходился минимальный квартальный объем рынка, затем до III квартала следовало постепенное увеличение, и, наконец, в IV квартале года объем выручки оказывался примерно равным среднегодовому.

В 2011 году эта структура оказалась другой: увеличение во II квартале оказалось крайне незначительным, не достигнув и 90% от среднегодового показателя, однако этот провал оказался компенсирован гораздо большим объемом рынка в IV квартале. В настоящее время нельзя сказать, было ли это однократным отклонением, после которого рынок опять вернется к прежней динамике, либо переходом к новой (что, впрочем, менее вероятно).

Стоит отметить, что до 2011 года сезонная динамика была крайне устойчивой и практически не менялась ни во время экономического провала в 2009 году, ни во время пожаров 2010 года.

Отраслевая структура российского рынка транспорта и связи отличалась стабильностью. Существенными были изменения долей лишь в сегментах связи и «вспомогательной деятельности» (складских, управленческих, экспедиторских и прочих услуг), а также, как следствие, изменились доли сухопутного транспорта, составляющего основу рынка.

Наибольшим темпом роста отличались сегменты воздушного транспорта и вспомогательной деятельности: если средний темп прироста рынка за период составил примерно 16% (а прирост объема сегмента сухопутного транспорта был ему фактически равен), то средний прирост сегмента воздушного транспорта составлял 19%, вспомогательной деятельности – 28%.

Ожидается, что объем рынка транспортно-логистических услуг будет увеличиваться в среднем с тем же темпом, что и в прошедшее пятилетие, то есть более чем на 20% ежегодно, и к 2015 году может приблизиться к 14 трлн рублей. Вероятно большая часть этого увеличения будет вызвана инфляцией и ростом стоимости услуг государственных компаний, вызванным необходимостью существенной модернизации и замены большей части основных фондов.

Логистика в мясной отрасли

Мясная отрасль в России активно развивается, увеличиваются объемы производства, растет рентабельность. Этому способствуют меры государственной поддержки отечественных компаний: квотированный импорт, льготное финансирование.

Растущее производство нуждается в создании соответствующей инфраструктуры: мощностей по транспортировке, хранению, переработке продукции. Однако рынок логистических услуг развивается не так активно, как мясная отрасль, и спрос в этом сегменте превышает качественное предложение. Так, ввиду нехватки грузовиков, оборудованных специальными системами и рефрижераторами, замороженное и охлажденное мясо зачастую перевозят в обычных автомобилях с нарушением температурного режима.

На сложившуюся ситуацию, несомненно, повлияет вступление России в ВТО. И несмотря на то, что процесс присоединения должен быть постепенным, а изменения – плавными, по нашим оценкам, уже во второй половине 2012 года новые условия торговли отразятся на агропромышленном секторе. В рамках обостренной конкуренции все большее значение будет иметь не только качество продукта, но и его себестоимость, а основными мерами достижения конкурентоспособного уровня отечественного мяса станут строгое соблюдение санитарных норм и оптимизация логистических издержек. **mc**



ВакуМНОЕ предложение!

Компания «Атлантис-Пак» предлагает технологически улучшенную услугу «Упаковка в вакуум» для проникаемых оболочек АМИЦЕЛ, АМИЛЮКС и АйПил.

Компания технологически улучшила услугу «Упаковка в вакуум», которую предоставляет с 2009-го года для проникаемых сосисочных оболочек АМИЦЕЛ и АМИЛЮКС. К тому же теперь в вакуумной упаковке можно заказать и оболочку АйПил.

Вакуумная упаковка соответствует требованиям системы менеджмента и качества ИСО 9001:2000 и обеспечивает:

- увеличение метража в коробе на 10-12% (например, для калибра 22 в стандартной упаковке метраж составляет 4500 м, при использовании вакуумной упаковки – 6300 м);
- наилучшую сохранность свойств оболочки;
- целостность при транспортировке;
- гигиену производства (оболочка со склада в цех поставляется в вакуумной упаковке, без транспортного картонного короба);
- уменьшение расходов на вывоз мусора (использованных картонных коробов).

Используйте вакуМНОЕ предложение компании при заказе оболочек АМИЦЕЛ, АМИЛЮКС и АйПил. Применение вакуумной упаковки, не увеличивает цену на оболочки «Атлантис-Пак»! **2**

www.atlantis-pak.ru

Горячая линия: 8 800 500 8585



Золотой АйПил

Оболочка АйПил (iPeel) получила золотую медаль конкурса «Оболочки для мясной промышленности», организованного дирекцией международной выставки «Мясная и Молочная индустрия» совместно с ГНУ ВНИИМП им. В. М. Горбатова. А компания «Атлантис-Пак» была удостоена высокой оценки организационного комитета за отличное качество продукции и получила право использовать логотип конкурса при выпуске оболочки.

АйПил (iPeel) – первая в мире легкоусвояемая сосисочная оболочка, изготовленная на основе пластика. Оболочка АйПил (iPeel) обладает самой высокой проницаемостью для копильного дыма из всех представленных на рынке пластиковых оболочек. АйПил (iPeel) – абсолютная инновация, потому что до этого был только один вид оболочки, который можно было легко снять с продукта с помощью автоматических механизмов. И эта оболочка всегда изготавливалась из целлюлозы. «Атлантис-Пак» представил пластиковую оболочку, которая не уступает по своим свойствам ранее имевшимся.

«Потребителей приятно удивила наша новая разработка, – говорит **Наталья Полякова, менеджер проекта АйПил (iPeel).** – Казалось бы, что можно еще придумать на уже насыщенном предложениями рынке? Продукт один – сосиска. Но тем не менее третье поколение проницаемых оболочек производства «Атлантис-Пак» действительно является инновационным. АйПил (iPeel) уникален (возможно изготовление оболочки в форме кольца), индивидуален и при этом универсален (легкое снятие оболочки с готового продукта как вручную, так и на автоматическом пиллере). **2**

www.atlantis-pak.ru

Горячая линия: 8 800 500 8585



Новинки кладовой специй

Компания «Биофуд Спайс» ежегодно пополняет свою кладовую специй и старается не только исполнять желания своих покупателей и радовать необыкновенными вкусами Zaltech, но и идти в ногу со всеми изменениями и переменами на рынке.

В связи с выходом нового документа ГОСТ Р 53588 «Колбасы Полукопченые», специалисты компании совместно с ГНУ ВНИИМП им. В. М. Горбатова Россельхозакадемии разработали Технологическую инструкцию по применению пищевых добавок фирмы Zaltech (Австрия) для производства полукопченых колбас. В нее вошли комплексные пищевые добавки: «Таллиннская» (арт. 194890), «Одесская» (арт. 194880), «Московская» (арт. 194900), «Сервелат» (арт. 194920), «Польская» (арт. 161740), «Краковская» (арт. 194870), «Пикантная» (арт. 194910).

Все продукты соответствуют стандартам ISO 9001 и НАССР. **2**

ООО «Биофуд Спайс»

тел./факс: (495) 642-82-42



Сто лет конкуренции

Внучки мясников поместили изображения своих дедушек на упаковку для пирогов со свиной.

Сестры Мэри и Лиззи Адамс попросили дизайнеров из британского агентства Designers Anonymous создать систему идентификации и упаковку для своего нового бренда пирогов со свиной Adams & Harlow. Сестры родились в семье с долгой историей производства таких пирогов. Их дедушки с обеих сторон основали конкурентные фирмы по производству пирогов со свиной в Линкольншире еще в начале 1900-х годов. Мэри и Лиззи хотели получить систему идентификации, в которой можно было бы уловить аутентичное семейное наследие.

Специально разработанный логотип был основан на простом шрифте sans-serif, который пользовался популярностью в начале 1900-х годов. При этом начертание буквы S основано на форме крюка для мяса, что отсылает нас к наследию мясников. В оформлении использовались изображения господина Адамса и господина Харлоу, выполненные по их фотографиям. Согласно концепции дизайнеров, они продолжают свое долгое дружеское соперничество в приготовлении лучших пирогов со свиной.

Упаковано.ru



Вендинговые автоматы с пищей

Вендинговые автоматы в столице становятся все более разнообразными: молоко, контактные линзы, жвачки, сырники, а теперь появились и пиццематы.

Главная особенность Let's Pizza в том, что они не разогревают замороженный полуфабрикат, а готовят. Придумали эти автоматы несколько лет назад в Италии, а в марте у компании появился официальный дистрибьютор и в России.

Автомат предлагает на выбор пиццу четырех видов: сырную, с ветчиной, колбасой или ассорти. Впрочем, в аппарате можно запрограмми-

ровать и другие сочетания, так что поставщики могут сами добавлять необходимые ингредиенты. За три минуты пиццемат сам делает тесто, распределяет начинку по лепешке и запекает блюдо. Причем происходит все на глазах у покупателя – процесс можно видеть через стеклянное окошко. После автомат выкидывает готовую пиццу в коробке. Стоимость продукта определяет владелец автомата, а дистрибьюторы называют лишь себестоимость пиццы – 140 рублей.

unipack.ru



Пробиотики вместо антибиотиков

Предприятие по производству пробиотических препаратов (микроорганизмы и продукты их ферментации) мощностью около 12 млн доз в год построят в Белгородской области к апрелю 2013 года.

Разработан проект для того, чтобы снизить использование антибиотиков в животноводстве до 50% и выпускать около 50 тыс. тонн в год мяса премиум-класса, сообщил его **руководитель Николай Панков.**

«При вступлении России в ВТО только экологически чистое мясо будет пользоваться спросом. И только с помощью пробиотиков можно добиться производства такого мяса», – сказал Н. Панков.

По его словам, инвестиции в основную капитал нового производства составят 18 млн 920 тыс. рублей из внебюджетных источников. Однако для создания инфраструктуры на предприятии потребуются средства областного бюджета: на прокладку водоснабжения в размере 1 млн 200 тыс. рублей. В итоге, после выхода на проектную мощность предприятие намерено получать доход около 120 млн рублей, а окупить затраты организаторы проекта планируют за девять месяцев. Окончательный ввод намечен на апрель 2013 года.

Производственная мощность предприятия составит 12 млн доз, и, по словам Панкова, этого хватит на 100 млн кур, но использовать препарат можно и в других видах животноводства (КРС, свиноводство, рыбноводство).

Он отметил, что после запуска предприятия при непосредственном участии департамента АПК будет определена площадка, на которой будут применяться пробиотики для получения промышленного опыта, а затем на основе этого опыта постепенно обучать работников других предприятий, отвечающих за кормление животных.

Как сообщает пресс-служба губернатора, глава региона Евгений Савченко одобрил проект, но дал поручение тщательно изучить вопрос эффективности внедрения пробиотических препаратов в промышленных масштабах.

Агентство «АгроФакт»



Китай – лидер рынка ингредиентов

Исследование РБК. research «Российский рынок пищевых ингредиентов» этого года показало, что Китай является крупнейшим поставщиком пищевых ингредиентов на глобальный рынок.

Например, Китай является основным производителем в мире глутамата натрия и ксантановой камеди. Только в Китае сосредоточено до 80% производственных мощностей по производству глутамата натрия.

Также на долю китайских производителей приходится 40% мирового рынка в поставках молочной кислоты, эмульгаторов, консервантов и загустителей. В объеме импорта пищевых ингредиентов и добавок в Россию доля китайских поставок является наибольшей и составляет 15,1% в стоимостном выражении.

Сильнейшая конкуренция со стороны китайских компаний, производящих более дешевые ингредиенты, оказала влияние на индустрию пищевых добавок и ингредиентов. Это привело к снижению цен и прибыли ведущих мировых производителей и вызвало рост сделок слияний и поглощений на глобальном рынке. Усиление консолидационных процессов сопровождается крупными инвестициями в приобретение заводов в различных странах мира и расширением линейки производимых ингредиентов, пользующихся наибольшим спросом у потребителей.

РБК. Исследования рынков

Российский рынок упаковки требует модернизации

Глобальный рынок тары и упаковки в последние годы показывал устойчивый рост. Однако мировой финансовый

кризис вынудил транснациональные корпорации переориентировать свой бизнес на развивающиеся страны.

В условиях нестабильной экономической ситуации основные отрасли российской промышленности существенно сократили производственные объемы, менее уязвимой оказалась пищевая промышленность, которая оказывает прямое влияние на объем и темпы роста российского рынка тары и упаковки.

Несмотря на сокращение потребительской активности, в основном за счет снижения числа дискретных покупок, российский рынок тары и упаковки остается относительно устойчивым и фундаментально привлекательным для инвесторов. Основными его сегментами являются: упаковки из картона



и бумаги, стеклотара, упаковка из металла, упаковка из полимеров. Наиболее динамично развивается сегмент полимерной упаковки, он же на данный момент и является наиболее перспективным. Что касается объема рынка в денежном выражении, то по оценкам исследования компании «Маркет Аналитика», рынок тары и упаковки увеличился в 2010 году на 6-8% и составил около 13,5-13,7 млрд долларов.

В России на долю упаковки из картона и бумаги приходится около 38% всего объема используемой упаковки в мегаполисах. Второе место занимает упаковка из полимеров – 32%. Металлическая упаковка занимает порядка 15% рынка. На долю стеклотары, в основном представленной на рынке продукцией из бутылок и банок, приходится 12% рынка.

Проведенное исследование показывает, что российское производство тары и упаковки нуждается в модернизации. Российские компании не способны поставлять высококачественное сырье и продукцию мировых стандартов.

Производственное оснащение комбинатов устарело, традиционное конкурентное преимущество России в виде низких производственных издержек по сравнению с развитыми странами к настоящему времени уже практически исчезло. Все это ведет к экспансии зарубежных компаний.



Российские компании теряют независимость: единственный конкурент на рынке алюминиевой тары для пищевой промышленности «Ростар» вынужден продать производство западному холдингу Rexam Beverage Can Holdings B. V., который становится монополистом рынка. Крупнейший производитель гофрокартона «ГОТЭК» переходит под контроль основного кредитора – Сбербанка.

На сегодняшний день инвестиционные ожидания компаний рынка тары и упаковки не оправдываются. Российские производители теряют свои позиции и конкурентные преимущества, уступая зарубежным производителям, и, как следствие, отрасль нуждается в государственной поддержке.

РБК. Исследования рынков

Сосиски в пластиковой банке

Немецкий производитель колбасных изделий Metten Fleischwaren GmbH & Co. KG выпустил в продажу новый продукт – сосиски «Leckere Landwürstchen», которые представлены в упаковке PermaSafe.



Упаковка PermaSafe произведена Weidenhammer Plastic Packaging (WPP), дивизионом компании Weidenhammer Packaging Group (WPG).

Это пластиковая банка, выполненная из барьерного материала, аналогична жестяной банке по размерам и по сроку годности для продукта в ней. Производитель упаковки говорит о преимуществах такой годности для продукта в ней. Производитель упаковки говорит о преимуществах такой годности для продукта в ней. Производитель упаковки говорит о преимуществах такой годности для продукта в ней.

Актуальный сайт

Комплексные пищевые добавки
Многофункциональные системы

Ассортимент и Рецептуры

Сервелат «Городской» с высокими органолептическими показателями

Замена мясных ингредиентов...
ЭМ...
ОБЕ...

Иде...

На сегодняшний день...
необх...
Отеч...
вкусн...
ный к...
прием...

Эффективное решение проблемы – произ-
высокого рентабельного продукта с частич-
мясного сырья, но с сохранением высоки-
органолептических показателей.

Эффективная рецептура с использованием
ингредиентов, предлагаемая группой ком-
«Союзснаб», помогает решить задачу вы-
данного вида продукта.

ЭФФЕКТИВНАЯ РЕЦЕПТУРА

Наименование сырья, пряностей и материалов	Эффект рецепту
Говядина жилованная второй сорт	15
Шпиг	25
Гранулы соевого белка	22
Эмульсия шкурки	20

Для производителей колбасных изделий и мясных деликатесов

Рецептуры.

Новости. Публикации.

Экспертные мнения

на сайте

www.geleon-ssnab.ru

e-mail: mail@ssnab.ru тел.: +7 (495) 937-8744

многоразовой. Сосиски можно употребить холодными или подогреть в микроволновой печи, не вынимая из упаковки. На контейнер нанесен полимерный слой, который защищает содержимое от проникновения кислорода. А IML-этикетка придает упаковке современный и привлекательный внешний вид.

«Упаковка PermaSafe – удачная находка, так как решает сразу несколько задач, – считает **Ольга Полупина, бренд-менеджер Торгового дома «Талина»**. – Во-первых, она дает возможность покупателю видеть сосиски, оценить их внешний вид. На лицо преимущество перед аналогичными продуктами в жестяной банке, которые часто вызывают у потребителей недоверие. Возможность разогревать сосиски прямо в банке и при необходимости использовать ее еще раз станет приятным дополнением.

Дизайн можно назвать гармоничным, но цветовое и стилистическое решение в данном случае уходит на второй план, уже сама новизна упаковки выделит продукт на полке магазина среди других колбасных изделий и деликатесов».

Unipack.Ru



Инновационная упаковка для мяса

Американская компания Sigwood представила в 2011 году на местном рынке инновационную упаковку для свежего говяжьего мяса FreshCase.

Инновация состоит в том, что слой пленки, который соприкасается с мясом, содержит азотистокислый натрий. Это вещество придает мясу привлекательный красный цвет.

Ферменты в мясе вступают в реакцию с азотистокислым натрием из пленки. В результате получается оксид азота, что, как уверяют в Sigwood, является нормой жизнедеятельности человеческих клеток. Оксид азота вступает в реакцию с миоглобином из мяса, что придает мясу привлекательный «свежий» красный цвет.

По словам представителя компании, азотистокислый натрий признан безопасным веществом Управлением по контролю за качеством пищевых продуктов и лекарственных препаратов (FDA, США).

Упаковка FreshCase доступна в трех вариантах: пленка, вакуумный пакет, жесткий лоток с вакуумной пленкой.

«На мой взгляд, это хорошая находка, – отмечает **Ольга Евдокимова, технолог отдела индустриального развития агрохолдинга «Талина»**. – Напыление на внутренней

стороне упаковки, содержащее азотистокислый натрий, поможет сохранить привлекательный цвет свежего мяса, что очень важно для потребителей. Это действует подобно нитриту натрия, который добавляется в минимальных дозах при изготовлении колбасных изделий. В среднем добавляют 7 г нитрита натрия на 100 кг фарша. Благодаря ему, колбаса сохраняет розоватый цвет. Без этого вещества она выглядела бы серо-зеленой. На полке магазина, наверняка, такой мясной продукт в FreshCase привлечет внимание покупателей».

Unipack.Ru



Колбаса в газетке

РА «Восход» разработало упаковку для премиального бренда колбасы «Наркомпищепром», который производит комбинат «Хороший вкус».

«Когда-то хорошую колбасу в нашей стране производили исключительно из натуральных продуктов: без усилителей вкуса, консервантов, сои и других заменителей мяса и практически вручную, – рассказывают о концепции продукта создатели рекламной кампании. – Рецепты такой колбасы, сосисок и сарделек, датированные 1938 годом и найденные в старых архивах технологами комбината «Хороший вкус», легли в основу новой линейки премиальной продукции «Наркомпищепром».

«Восход» предложил концепт упаковки, выдержанный в газетном стиле. Главная новость – состав продукта, имя издания – название продукта, фото к передовице – прозрачное окошко, в котором видна аппетитная колбаса или сосиски. В процессе разработки упаковки дизайнеры «Восхода» использовали шрифты и принципы газетной верстки 30-40-х годов.



Стикер похож на вырезанное из газеты объявление, обхватка – на газетный сверток, куда в былые времена заворачивали колбасу. Для того чтобы выдержать стиль и подчеркнуть премиальность продукта, для упаковки предполагается использовать пергаментную бумагу. Поскольку в линейке «Наркомпищепром» используются ис-

ключительно натуральные оболочки, брендируется только бумага: этикетки, обхватки, пакеты.

Unipack.Ru



Музей упаковки на Садовой-Спасской

В феврале этого года в Московском государственном университете печати им. Ивана Федорова подписано соглашение между журналом «Тара и упаковка» и МГУП о создании Музея упаковки и рекламы.

Принято решение, что он расположится в одном из корпусов на территории Университета печати, на Садовой-Спасской, д. 4 (между станциями метро «Сухаревская» и «Красные ворота»).

Интересно, что в начале XX века здесь располагалась городская усадьба русского предпринимателя и мецената С. И. Мамонтова. Это был один из культурных центров Москвы. В салоне известного Саввы Мамонтова бывали Ф. И. Шаляпин, А. С. Аренский, С. В. Рахманинов, В. М. Васнецов, М. А. Врубель, К. А. Коровин, В. Д. Поленов, И. Е. Репин, В. А. Серов.

От старого мамонтовского дома почти ничего не осталось, кроме части капитальных стен и дворового флигеля, построенного в 1891-1892 годах по проекту М. Врубеля в «римско-византийском» стиле. Фасады постройки художник оформил майоликовым декором (не сохранился), среди которого была знаменитая



львиная маска, помещавшаяся над въездными воротами. Майолика широко использована Врубелем и для оформления интерьеров.

В 1912 году в перестроенном здании, ранее принадлежавшем С. И. Мамонтову, располагалась частная мужская гимназия М. А. Страховой (арх. А. Н. Зелигсон). В ней учились Народный артист СССР А. П. Кторов и авиаконструктор А. С. Яковлев. Позже бывший особняк Мамонтова занял Полиграфический институт (ныне МГУП). Во дворе этого здания, на территории бывшей городской усадьбы Саввы Мамонтова и расположится музей.

В ближайшее время начнется ремонт помещения, предназначенного для Музея упаковки и рекламы. Специалисты МГУП и журнала «Тара и упаковка» разрабатывают

концепцию и проект основных направлений деятельности музея, ведут инвентаризацию и систематизацию уникальных коллекций, собранных и постоянно пополняемых сотрудниками редакции более чем за 20 лет. В ближайшее время, после завершения ремонта, Музей упаковки и рекламы откроет свои двери для посетителей. Это будет культурно-просветительское учреждение, в котором все желающие наряду с представленной историей упаковочного и рекламного дела, будут постоянно находить много нового и интересного.

Напомним, что Музей упаковки работал в Москве, в одном из залов Политехнического музея, с 1999 по 2011 годы и стал популярным местом не только у специалистов, дизайнеров, но и у студентов и школьников, самых широких кругов населения. Здесь постоянно проводились экскурсии, деловые встречи специалистов, семинары и мастер-классы, национальные и международные конкурсы, тематические выставки, работали клубы коллекционеров.

Unipack.Ru



Ученые получили заменитель мяса из овощей

Получить заменитель мяса из овощей удалось ученым из Института Фраунгофера в Германии. Они представили созданный в лаборатории растительный аналог настоящего, полноценного мяса. Новый продукт внешне и по вкусу ничем не отличается от оригинала, однако на 100% состоит из овощей.

Теперь ученые добиваются, чтобы мясо было сочным, ароматным и волокнистым, как настоящее. Предполагается, что употреблять его смогут не только вегетарианцы, но и аллергики.

Рецепт овощного мяса специалисты пока держат в секрете. Как отмечают ученые, этот продукт можно подвергать тепловой обработке, при этом его вкусовые качества не изменятся. У нового продукта более длительный срок годности, низкая стоимость, если сравнивать с настоящим мясом. Впрочем, это не единственный пример создания заменителя мяса. Голландские ученые заявляют, что им впервые удалось вырастить мышечную ткань из стволовых клеток.

Останавливаться на достигнутом ученые не намерены и ставят перед собой цель получить «первый синтетический гамбургер»



в этом году. Специалисты уверены, что созданное «мясо» в будущем сможет полностью заменить натуральное, при этом будет безвредным для здоровья. По текстуре оно напоминает мясо кальмара или морских гребешков. Новому продукту можно придать вкус любого мясного изделия. Производители планируют готовить из него ветчину, колбасы и сосиски. По мнению ученых, синтетическое мясо поможет накормить активно растущее население планеты. Но, как считают исследователи, заменить мяса может поступить в продажу не ранее чем через 10-15 лет.

«В новости о том, что создано мясо из овощей, нет никакой сенсации, — считает **ведущий отделом гигиены питания РНПЦ гигиены, кандидат медицинских наук, доцент Василий Цыганков**. — Многие уже пробовали мясо из сои. Как заменитель мяса, новый продукт из овощей может быть принят населением, особенно если вкусовые характеристики его будут соответствовать привычным. Такое мясо вполне подходит в качестве диетического продукта питания, как и соевое, которое полезно людям с повышенным уровнем холестерина в крови, а также страдающим атеросклерозом. Мы же используем сахарозаменители, если нельзя употреблять сахар. Так почему не сможем включить в рацион овощное мясо?»

ng.by

Утверждена Программа развития биотехнологий

Правительство России утвердило Комплексную программу развития биотехнологий в РФ до 2020 года. Ее реализация потребует около 1 трлн рублей.

Важные цели программы — выход России на лидирующие позиции в области биотехнологий и создание глобально конкурентоспособного сектора биоэкономики, который наряду с нанотехнологиями и информационными технологиями должен стать основой модернизации экономики РФ, говорится в до-

кументе, опубликованном на сайте Минэкономразвития. Согласно программе, доля биотехнологической продукции к 2020 году должна составлять около 1% ВВП страны. Программа должна быть реализована в два этапа, в 2012-2015 и 2016-2020 годах, и потребует в совокупности 1,18 трлн рублей.

Ее важность для развития отечественного АПК трудно переоценить. Ведь сейчас одними из самых крупных потребителей биотехнологической продукции являются наши животноводы. К сожалению, в силу зачаточного состояния российского биотехпрома 100% лизина, до 80% кормовых ферментов и более 50% кормовых и ветеринарных антибиотиков им приходится импортировать. При этом ведущие мировые биотехнологические компании не заинтересованы в организации своего производства в России, куда поставляют продукцию последние 20 лет.



Надо сказать, что российское животноводство за годы импорта технологий и поголовья сформировало довольно емкий рынок биотехпродукции — ферментов, аминокислот, БВК, пробиотиков и др. Наше производство за ростом этого рынка не поспевает. Ну а закупать импортную продукцию может себе позволить далеко не каждый. В результате эффективность нашего кормопроизводства остается неоправданно низкой. Доля зерновой составляющей у нас по-прежнему равна 70%, тогда как в ЕС — всего 40-45%. К тому же больше половины этого зерна скармливается животным в переработанном виде.

биомедиа.рф

Ген, контролирующий вирус РРСС

Совместное исследование ученых Университета штата Канзас и Университета Айовы позволило обнаружить генетический маркер, который позволяет контролировать и снизить последствия заражения животных репродуктивно-респираторным синдромом свиней (РРСС).

Ежегодно на борьбу с этим заболеванием в мире тратятся миллионы долларов, поэтому когда ученые обнаружили ген, присутствующий у восприимчивых к вирусу РРСС, животноводы США с удовольствием подсчитали, что при появлении эффективных методов борьбы с ним могут сэкономить около 600 млн долларов ежегодно.

Обнаружение локуса количественного признака (Quantitative Trait Locus (QTL), связанного с восприимчивостью животного к репродуктивно-респираторному синдрому свиней, — не только первый рычок на качественно новый уровень борьбы с РРСС, но и с другими инфекционными заболеваниями животных. Исследования были комплексными: ученые рассматривали влияние привесов и уровня содержания, а также профилактических мер на уровень заболеваемости носителей гена. Всего за время исследования (с 2007 года) наблюдение велось более чем за 2 тыс. особей, было изучено 100 тыс. образцов.

Консорциум по РРСС (PRRS Host Genetics Consortium, or PHGC), выделяющий средства на исследования, инициирует сотрудничество по борьбе с вирусом между самыми разными научными учреждениями по всему миру (но главным образом США и Канады). Всего на изучение репродуктивно-респираторного синдрома свиней за последние годы было потрачено 5 млн долларов. По мнению



руководителя проекта, уникальность его состоит в том, что был выработан механизм поиска генов, позволяющих в долгосрочной перспективе обеспечить устойчивость животных к распространенным заболеваниям, отнимающим множество сил и средств у агробизнеса. Особенно это важно для заболеваний, против которых не существует вакцин, и результативного лечения (например АЧС и заболевания, вызываемого вирусом Шмалленберга). Теперь у ученых появился инструмент для борьбы с этими инфекциями.

По материалам
Journal of Animal Science

СОЮЗСНАБ

www.geleon-ssnab.ru

Возможности рядом!

Гелеон

Комплексные пищевые добавки
Многофункциональные системы

Ассортимент и Рецептуры

Сервелат «Городской» с высокими органолептическими и функциональными свойствами

Замена мясного сырья до 60% на гранулы соевого белка, эмульсию шкурки, мясо птицы механической обвалки, животный белок!!!

ИДЕЯ ПРОДУКТА

На сегодняшний день предприятия стоят перед необходимостью снижения себестоимости продукции. Отечественному производителю нужно и вкусный, ароматный сервелат, желательный к продуктам премиум класса, но по приемлемым ценам

ОБНОВЛЯЕТСЯ РЕГУЛЯРНО

Эффективная рецептура с использованием натуральных ингредиентов, предлагаемая группой компаний «Союзснаб», помогает решить задачу выработки данного вида продукта.

ЭФФЕКТИВНАЯ РЕЦЕПТУРА

Наименование сырья, пряностей и материалов	Эффективность рецептуры
Говядина жилованная второй сорт	15
Шпиг	25
Гранулы соевого белка	22
Эмульсия шкурки	20

Рецептура:

Сервелат «Городской»

Замена мясного сырья до 60% на гранулы соевого белка, эмульсию шкурки, мясо птицы механической обвалки, животный белок!

подробности на сайте
www.geleon-ssnab.ru

e-mail: mail@ssnab.ru тел.: +7 (495) 937-8744

Событие: **Международная выставка продуктов питания, напитков и ингредиентов «Интерфуд» и Международная выставка оборудования, технологий и упаковки «Продтех»**



Ворота на рынок Северо-Западного региона



С 3 по 5 апреля в Санкт-Петербурге состоялись Международные выставки «Интерфуд» и «Продтех», которые традиционно проходят на одной площадке. Общее число их участников составило более 120 компаний из России, Италии, Шри-Ланки, Франции, Болгарии, Эстонии, Республики Беларусь, Боснии и Герцеговины. Мероприятия посетили свыше 4100 человек, среди которых 95% – специалисты отрасли. Число посетителей по сравнению с выставками 2011 года увеличилось на 22%.

Поддержку проектам оказали: Министерство сельского хозяйства РФ, Министерство экономического развития РФ, Подкомитет ТПП РФ по развитию упаковочной индустрии, Комитет экономического развития, промышленной политики и торговли Санкт-Петербурга, Санкт-Петербургская ТПП, Ленинградская областная ТПП. Организаторами выступили выставочное объединение «РЕСТЭК®», ООО «Примэкспо» и ITE Group Plc.

Участники торжественной церемонии открытия подчеркнули важность и актуальность выставок как мероприятий, позволяющих продемонстрировать инновации и достижения пищевой и перерабатывающей промышленности, предоставить специалистам со всей России возможности для ознакомления с новыми продуктами, напитками, оборудованием, технологиями и упаковкой. **Генеральный консул Италии в Санкт-Петербурге г-н Луиджи Эстеро** отметил: «Италия на выставке представляет не только продукты и напитки, но и целую культуру. На стендах представлены как отдельные компании, так и регионы, например, Сицилия, Таранто и, конечно же, фамильные династии виноделов. Выставки «Интерфуд» и «Продтех» – отличный шанс выйти на рынок Северо-Западного региона». По мнению выступающих, их проведение содействует внедрению инновационных технологий и привлечению внимания общества к проблемам отрасли.

Выставка «Интерфуд-2012» подтвердила и укрепила свой международный статус. В ней приняли участие более



В выставках приняли участие более 120 компаний из России, Италии, Шри-Ланки, Франции, Болгарии, Эстонии, Республики Беларусь, Боснии и Герцеговины.

40 иностранных компаний, из них 30 презентовали свою продукцию в Петербурге впервые. В числе «новичков»: компании из Европы и Азии – Stassen Exports Pvt Ltd (Шри-Ланка); Azienda Agricola Roberto Lucarelli, Tenute Rio Maggio, Jomi S.r.l., CONSORZIO SAPORI E PROFUMI DELLA TERRA DI PUGLIA, CIGNOMORO SRL (Италия); «Захарен комбинат Пловдив» (Болгария); E- PIIM TOOTMINE AS (Эстония); «Винария Читлук» (Босния и Герцеговина).

В числе прочего участники мероприятия предложили вниманию посетителей мясные консервы, мясо птицы, копчености и колбасные изделия, яйцо, деликатесы и полуфабрикаты из мяса северного оленя от «Норильского МПК», а также ветчину из Италии.

На выставке «Продтех» в частности были продемонстрированы последние достижения в области мясоперерабатывающего и холодильного оборудования: вакуумные камерные, конвейерные машины, оборудование полного цикла по очистке воды, автоклавы для термической обработки, детали и комплектующие. Среди ее участников: LAGARDE (Франция), Multivac, Netzsch Pumps Rus, «Провита», «Русская Трапеза», «Ноймо СНГ», «ЭФ-СИ-ЭС Автоматика», «Экодар», «Новые технологии 58», Институт электрокаплеструйных технологий, «ВА Инструментс».

Компании «Альфапак», «Бронко», «Маркем-Имаж», Светлогорский ЦКК, «Термопак», «Гранпак», «Пакмаш» представили свыше 200 видов упаковок для продуктов питания, а также упаковочное и фасовочное оборудование, термоформирующие машины, упаковоч-

ные материалы и изделия, оборудование для маркировки, этикетирования и идентификации продукции и др.

Традиционно большинство участников презентовали на выставке «Продтех» образцы нового оборудования. LAGARDE продемонстрировала горизонтальные автоклавы для термической обработки приготовленных блюд, детского питания, мясных, рыбных и молочных продуктов и овощей в любой упаковке. Впервые в Санкт-Петербурге компания LAGARDE представила новейшую запатентованную технологию «Пар/Воздух». Данная технология известна своей эффективностью в безопасной обработке самой хрупкой упаковки и своей экономичностью в потреблении энергии.

Multivac Rus представил термоформирующие машины. Новинкой компании «Провита» стало оборудование для разделения воздуха, в частности азотных установок для пищевой промышленности. На стенде компании «РосанПак» можно было ознакомиться с образцами пластиковой упаковки. Компания Netzsch Pumps Rus продемонстрировала целый ряд центрифужно-шнековых и ротационно-поршневых насосов. «Русская Трапеза» представила новые горизонтальные упаковочные машины Flow Pack, Doy Pack. «ЭФ-СИ-ЭС Автоматика» – электромагнитные и пневматические клапаны, датчики расхода, уровня, давления, температуры, pH, ORP, проводимости, а также локальные системы регулирования и управления потоками жидкостей и газов в технологических процессах, включая INTERBUS, PROFIBUS, ASI и другое оборудование.

В рамках деловой программы выставок прошел XV Северо-Западный Продовольственный Форум – важнейшее конгрессное мероприятие Санкт-Петербурга и Северо-Западного региона. В его работе приняли участие более 200 специалистов Северной столицы, Ленинградской, Архангельской, Вологодской, Мурманской, Калининградской областей, Москвы и других регионов России, а также Республики Беларусь и Финляндии. Особое внимание было уделено теме вступления России в ВТО.

Большой интерес и острую дискуссию вызвала конференция «Продовольственный ритейл на рынке Северо-Запада», в рамках которой были рассмотрены аспекты взаимодействия производителей с торговыми сетями, оптовыми базами, индустрией общественного питания; вопросы сертификации, стандартов качества; практика создания конкурентоспособных брендов, визуальной идентификации товаров; исследования в дизайне; взаимодействие с государственными органами власти.

Для содействия решению кадровых вопросов отрасли были организованы консультации для молодых специалистов и опытных соискателей, заинтересованных в трудоустройстве в пищевой и перерабатывающей промышленности, а для работодателей – подборка резюме по открытым вакансиям.

Все дни работы международных выставок для заказчиков, поставщиков и производителей работала Биржа деловых контактов. Для участников Биржи были назначены индивидуальные переговоры с представителями интересующих их компаний и консультации специалистов. Во второй день работы выставки переговоры с производителями продуктов питания и закупщиками провела болгарская бизнес-делегация.

Лучшие образцы продуктов, оборудования и упаковки были представлены на суд жюри смотр-конкурсов «Лучшая продовольственная продукция», «Прогрессивные технологии и оборудование для пищевой и перерабатывающей промышленности», «Упаковка – критерий покупки». Впервые за историю конкурса все участники получили только положительные оценки. Среди медалистов: «Витебская бройлерная птицефабрика», МПК «Норильский», «Рогачевский МКК». Победители награждены медалями и дипломами Министерства сельского хозяйства РФ, а также правом маркировки медалей. **ИС**

Компания: **Kärcher**
 тел.: (495) 228-39-45, доб. 146
 www.karcher.ru

Уборочная техника нового времени



Появление на рынке усовершенствованных продуктов, как правило, результат анализа пожеланий существующих и потенциальных клиентов. Современные требования к используемой на пищевых предприятиях уборочной технике уже не ограничиваются такими традиционными характеристиками, как производительность и надежность.

Все большее значение для пользователей приобретают дополнительные характеристики оборудования, такие как экологичность, низкий уровень шума, компактность и маневренность и, что немаловажно, сокращение расходов на обслуживание. Именно поэтому задача производителей техники – своевременно реагировать на потребности рынка и предлагать новые, более совершенные решения, соответствующие самым строгим запросам пользователей оборудования. Примером такого подхода является новейшая разработка компании Kärcher – поломойная машина B 60 W. Целый ряд уникальных особенностей этой компактной поломойной машины делают ее применение на предприятиях пищевых производств безопасным, удобным и экономически выгодным.

KIK-KÄRCHER INTELLIGENT KEY – уникальная рабочая система для про-

стой и безопасной работы. Так называемая «система умных ключей» Kärcher позволяет существенно снизить расходы на обслуживание и сократить случаи ненадлежащего использования оборудования, а главное – помогает быстро и интуитивно ориентироваться в меню машины. Ключи имеют три кодовых цвета: желтый, серый и красный, каждый из которых отвечает за определенные настройки и доступен для работников с различным статусом. Например, желтый ключ отвечает за функции дозирования чистящего средства, настройки вакуумного двигателя и некоторых других задач, которые задаются менеджером объекта. Данные функции недоступны для оператора, и, начиная работу, он использует только предварительные настройки на панели EASY.

Сменный щеточный узел позволяет в зависимости от задачи и типа наполь-

ного покрытия проводить уборку дисковыми, либо роликовыми щетками: причем их рабочая ширина может быть 55 или 65 см для роликовых щеток и 51 см или 65 см – для дисковых. Кроме того, в зависимости от задач уборки, в машине предусмотрена возможность регулировки усиления прижима щеток, что увеличивает эффективность уборки и уменьшает изнашиваемость щетки или пада.

Экономичный режим eco-efficiency позволяет увеличить время работы машины от одного заряда на 30%. Поскольку мощность турбины и двигателей щеток снижается незначительно, этот режим обеспечивает превосходный результат уборки гладких напольных покрытий.

Еще одна отличительная черта машины – **высокая маневренность и большой обзор.** Благодаря своим компактным размерам аппарат легко перемещается даже в полностью оборудованном и заправленном состоянии. Малые габариты обеспечивают идеальный обзор. Аппарат подходит даже для уборки тесных технических помещений. Особая форма щеточного узла позволяет проводить уборку вплотную к стенам помещения и под стеллажами.

Кроме того, в этой машине применяется вакуумный двигатель с пониженным уровнем шума (< 60 дБ), а также компактные, малошумные щеточные головки.

Система очистки бака грязной воды (дополнительно) позволяет автоматически очищать бак после завершения работы и помогает сохранить гигиену на предприятии. Данная система поддерживает концепцию HACCP, что гарантирует соблюдение требований санитарии и охраны здоровья, и абсолютно уникальна на рынке.

Аппарат работает от сети (220 В) либо от аккумуляторов и может быть оснащен держателями для инвентаря, применяемого для ручной уборки. В качестве дополнительной опции на машину может быть установлена система дозирования чистящих средств DOSE, которая позволяет точно контролировать их расход и менять вид моющего средства без опорожнения бака для рабочего раствора.

В машине B 60 W предусмотрено множество дополнительных опций, призванных значительно облегчить работу пользователя и снизить расходы на эксплуатацию. С уверенностью можно сказать, что в этом аппарате учтены и воплощены самые строгие требования, предъявляемые к уборочной технике, поэтому разница при работе с B 60 W действительно будет очевидна. **В**



АГРОПРОДМАШ

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

АГРО ПРОД МАШ

ЦВК «Экспоцентр», Москва, Россия

8-12 октября 2012



**ПЕРВЫЙ
В ИННОВАЦИЯХ**

www.agroprod mash-expo.ru

Организатор:
 **ЭКСПОЦЕНТР**
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

123100, Москва,
Краснопресненская наб., 14
E-mail: centr@expocentr.ru
www.expocentr.ru, экспоцентр.рф



Авторы:



Игорь Демин,
генеральный директор
ООО «ЦСБ-Систем»



Герман Шальк,
член правления
акционерного общества
CSB-System AG

Компания:

ООО «ЦСБ-Систем»

115054 Москва,
ул. Пятницкая, 73, оф. 8
тел.: +7 (495) 64-15-156,
факс: +7 (495) 95-33-116

www.csb-system.ru

197342 Санкт-Петербург,
ул. Белоостровская, 2, оф. 423
тел.: +7 (812) 44-94-263,
факс: +7 (812) 44-94-264
e-mail: info@csb-system.ru

Оптимальное управление производственными и упаковочными линиями *Linecontrol* позволяет ERP-интеграцию



Планирование, управление и контроль производственных и упаковочных линий приобретают все большее значение, так как оборудование в большинстве случаев окупает себя только при продолжительных сроках службы при многосменной работе. При таких условиях работы ответственные сотрудники постоянно меняются, поэтому информационно-техническая поддержка контроля линий для обеспечения экономичности, надежности и прозрачности процессов просто неизбежна.

Интеграция производственных и упаковочных линий

Посредством товарно-хозяйственной интеграции производственных и упаковочных линий возможно эффективное решение для растущих требований к предприятиям мясной промышленности. Решающим является при этом размер затрат на выполнение контроля непосредственно влияющих на успех факторов, например:

- Когда, где и какое количество сырья и вспомогательных материалов требуется?
- Каково качество имеющегося сырья?

- Какова цена имеющегося сырья?
- Каков наилучший способ использования имеющегося сырья?

Для ответа на эти вопросы и для реализации производства на исчерпывающей в отношении экономии затрат основе необходимы эффективное планирование, калькуляция и оптимизация. Решающими критериями здесь являются согласование с производственными заданиями, управление данными по качеству, регистрация производственных данных, обеспечение прослеживаемости партий, а также надежные и при необходимости соответ-

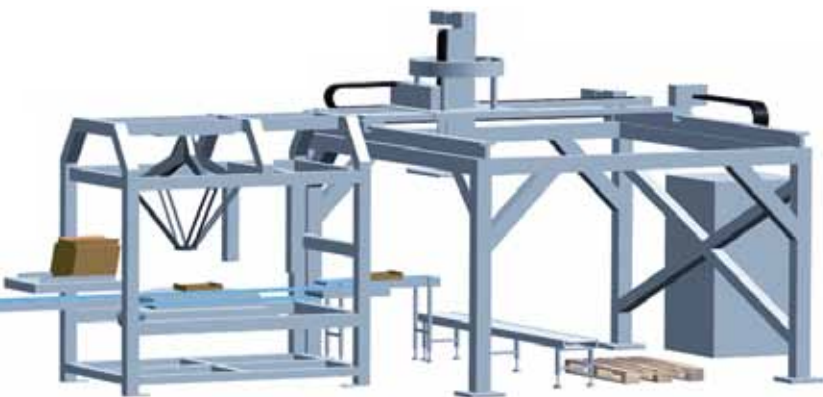
ствующие требованиям клиента этикетирование и маркировка продукции.

Эффективное планирование процессов производства и упаковки

Эффективное планирование процессов производства и упаковки базируется не только на основе заказов клиентов, но и, кроме этого, на основе учета актуального состояния складских запасов, заказов отдела закупок, мощностей линий, а также на основе учета рыночных и сбытовых цен. Существенными критериями являются минимальные количества отходов и производственного брака, единое качество и безопасность продукции, а также оперативность процессов. Соответственно этому должно проводиться и непрерывно согласовываться эффективное планирование процессов производства и упаковки на основе производственных заданий для производственных и упаковочных линий. Кроме этого, для максимизации загрузки производственных линий должна выполняться перепроверка запасов сырья и вспомогатель-

ных материалов, а также непрерывный процесс их заказа у поставщиков или в собственных отделах или подразделениях предприятия. Это, в свою очередь, требует высокой ERP-интеграции.

Управление производственными заданиями обеспечивает такую необходимую интеграцию. Задания на проверку качества, лабораторные анализы, а также на контроль на пунктах взвешивания и этикетирования создаются автоматически и гарантируют наилучший контроль цены, количества и качества. Отправными точками всегда являются контроль и оптимальная загруженность линии.



Немецкая компания CSB-System AG предлагает в своих «Linecontrol-приложениях» этот необходимый контроль. Linecontrol реализует в основном планирование, управление и контроль материального потока в направлении линий и от них. При этом учитываются специальные требования клиентов и условия процессов, включая маркировку и этикетирование продукции. Кроме этого, гарантируется непрерывная прослеживаемость партий. Преимущества Linecontrol заключаются в реализации независимого от человеческого фактора процесса производства и соответствующем относительном снижении постоянных издержек и недостатков. Гибкое программное обеспечение предоставляет на дальнейших расширенных уровнях классические функциональные возможности OEE (Overall Equipment Efficiency)¹ и SCADA², а также непосредственное управление линиями. Соответствующие концепции всегда создаются отдельно для каждого предприятия и с учетом имеющегося оборудования. ■

¹ OEE (Overall Equipment Effectiveness), или общая эффективность оборудования – система анализа общей эффективности работы оборудования, предназначенная для контроля и повышения эффективности производства и основанная на измерении и обработке конкретных производственных показателей.

² SCADA (Supervisory Control And Data Acquisition), или диспетчерское управление и сбор данных – SCADA-системы используются во всех отраслях промышленности, где необходимо обеспечение операторского контроля технологических процессов в реальном времени.

Официальный туроператор выставок



S-Continental

Travel Company

**Эксклюзивное предложение
от компании «С-Континенталь»:**

- СПЕЦИАЛЬНЫЕ ЦЕНЫ
на бронирование
номеров в гостиницах.
 - БЕСПЛАТНЫЙ трансфер на выставку.
 - БЕСПЛАТНАЯ сим-карта
с исходящими
вызовами по Москве и области.
 - БЕСПЛАТНАЯ визовая поддержка.
- А также:
- Информационное сопровождение
24 часа в сутки.
 - Услуги переводчика.
 - Билеты в театры и на концерты.
 - Экскурсионное обслуживание.

+7 (812) 318-30-30
8 (800) 55-55-001

info@scontinental.com
www.scontinental.com

(звонок по России бесплатный)

маясная сфера №3 (88) 2012

Автор:



Виктория
Загоровская

Холодильные системы и пищевые технологии – эффективное взаимодействие



С 18 по 20 апреля в Санкт-Петербурге прошел 4-й технический семинар «Холодильные системы и пищевые технологии – эффективное взаимодействие».

Организатором выступила компания «ОК» при участии Российского союза предприятий холодильной промышленности, Международной Академии Холода, Северо-Западного управления Федеральной службы по экологическому, технологическому и атомному надзору.

В семинаре приняли участие более 100 представителей различных организаций, использующих искусственный холод: руководители компаний, главные технологи и инженеры, начальники холодильных служб молочных, мясо-, птице- и рыбоперерабатывающих предприятий, холодильников, холодильных складов из Москвы и Московской области, Петербурга и Ленинградской области, Пензы, Кирова, Самары, Кирова, Казани, Красноярска, Тулы, Челябинска, Владивостока, Уфы, Липецкой и Белгородской областей, а также из других городов России.

Главными темами для обсуждения стали принципы выбора систем холодоснабжения, возможные пути их реконструкции, методы повышения эффективности работы холодильной техники на предприятиях пищевой промышленности, автоматизация и управление холодильными системами.

В программе семинара нашли отражение современные тенденции развития рынка холодильного оборудования в России: применение энергосберегающих технологий, повышение экологичности производства, а также долговечности и безопасности хладоносителей, переход на системы с малым содержанием аммиака, использование комбинированных холодильных систем (аммиак-углекислый газ; фреон-углекислый газ), рост требований и внимания потребителей к качеству обслуживания, изменения

в законодательной сфере по промышленной безопасности.

Приветствуя собравшихся в «Кочубей Клубе» **генеральный директор компании «ОК» Юрий Соколов** отметил важность получения актуальной, практической информации по системам холодоснабжения.

Основную тему семинара «Холодильные системы и пищевые технологии – эффективное взаимодействие» осветил **технический директор «ОК», к. т. н., академик МАХ Виктор Калюнов**. «Об эффективности говорят и пишут непрерывно, и чаще всего ее рассматривают в экономическом аспекте. Оцениваются как эффективность инвестиций, так и эффективность пищевого производства. Меньше обращается внимания на техническую эффективность, так как она не всегда явно показывает свое влияние на экономическую составляющую, – отметил он. – Проблемы начинают возникать позднее, когда приходит время подключать системы холодоснабжения к холодопотребляющему оборудованию технологических линий.

Современные технологические линии предъявляют огромное количество требований к системам холодоснабжения. Поэтому при выборе таких систем важно обращать внимание на возможность стыка технологических линий пищевого производства с системой холодоснабжения, что позволит избежать дополнительных затрат на переделки в период эксплуатации». Докладчик обратил внимание участников семинара на потерю эффективности производства и рост потребления электроэнергии на стыке технологических линий и систем холодоснабжения: непрерывный процесс и периодически работающее оборудование, технологическое оборудование, рассчитанное на один тип хладагента, а система холодоснабжения на другой и другие аспекты этой проблемы».

По словам специалистов, важнейшими факторами, влияющими на энергоэффективность, являются: правильный выбор типа холодильного оборудования для конкретных производственных условий; системы хладоснабжения (централизованной либо децентрализованной); схемы охлаждения (непосредственного либо с хладоносителем), а также вида хладагента – аммиака, диоксида углерода или фреона.

В области промышленного холода повышения энергоэффективности и снижения энергозатрат можно достичь путем выбора надежного и высокопро-



ПРЯМАЯ РЕЧЬ ►

Виктор Калюнов:

«Современные технологические линии предъявляют огромное количество требований к системам холодоснабжения. Поэтому при выборе таких систем важно обращать внимание на возможность стыка технологических линий пищевого производства с системой холодоснабжения, что позволит избежать дополнительных затрат на переделки в период эксплуатации».

Анатолий Рукавишников:

«Эффективность холодильного хранения продуктов можно повысить путем сочетания традиционных методов с прогрессивными электрофизическими методами обработки. Значительным резервом повышения энергоэффективности получения холода являются разработка и применение инновационных методов и технических средств с использованием тепловых насосов, абсорбционных машин и природных геотермальных источников».

Максим Галкин:

«Мониторинг хладоносителя является фактором стабильности и долговечности холодильного оборудования. Цель такого мониторинга – не только оценка состава и свойств хладоносителя, но и прогноз состояния вторичного контура на будущее с учетом выявленных особенностей его эксплуатации и подготовка при необходимости к упреждающим мероприятиям».

изводительного компрессорного оборудования (промышленные компрессоры открытого, сальникового типа меньше потребляют электроэнергию по сравнению с полугерметичными агрегатами), используя частотные преобразователи в приводе компрессоров, применяя природные хладагенты вместо синтетических фреонов, а также испарительные конденсаторы для снижения температуры конденсации хладагента.

Кроме того, в ряде регионов целесообразно использовать систему free cooling с сухими охладителями для промежуточного хладоносителя в холодное время года, осуществлять оттайку воздухоохладителей горячим паром хладагента вместо использования высокоэнергоемких ТЭНов, тщательно подбирать оптимальную для каждой установки или комплекса хладоснабжения систему автоматизации и контроля.

В своем выступлении **представитель Северо-Западного управления Федеральной службы по экологическому, технологическому и атомному надзору Лариса Лебедева** обратила внимание на последние изменения в законодательной базе по промышленной безопасности. Они привели к необхо-

димости получения сертификатов соответствия Техническим регламентам. При наличии такого сертификата не требуется получение разрешения Ростехнадзора на применение на опасном производственном объекте.

«Одним из путей повышения энергоэффективности является внедрение инновационной техники и технологических процессов, – сказал **старший инженер компании «Джонсон Контролс», к. т. н., Анатолий Рукавишников**. – Например, эффективность холодильного хранения продуктов можно повысить путем сочетания традиционных методов с прогрессивными электрофизическими методами обработки. Значительным резервом повышения энергоэффективности получения холода являются разработка и применение инновационных методов и технических средств с использованием тепловых насосов, абсорбционных машин и природных геотермальных источников».

«Холодильные установки требуют постоянного контроля при эксплуатации. Аналогична ситуация и с используемыми в них рабочими веществами, в том числе промежуточными хладоносителями, – обратил внимание собравшихся

коммерческий директор компании «Спектропласт», к. т. н., академик МАХ Максим Галкин. – Мониторинг хладоносителя является фактором стабильности и долговечности холодильного оборудования. Цель такого мониторинга – не только оценка состава и свойств хладоносителя, но и прогноз состояния вторичного контура на будущее с учетом выявленных особенностей его эксплуатации и подготовка при необходимости к упреждающим мероприятиям.

В процессе эксплуатации состав и ряд свойств хладоносителей изменяются, например химический состав, коррозионная активность, теплофизические свойства, что обусловлено в том числе накоплением в нем продуктов коррозии, отложением на стенках оборудования накипно-коррозионных слоев. Это приводит к ухудшению процессов теплопереноса, повышению энергозатрат, снижению регулируемости и качества производимого холода, снижению ресурса работы и надежности оборудования, повышению затрат на эксплуатацию и ремонт, что в конечном счете отражается на себестоимости и качестве производимой продукции».

По его словам, непреднамеренные протечки испорченного хладоносителя в охлаждаемую продукцию приводят к порче и потере ее потребительских свойств. При эксплуатации холодильной системы часть хладоносителя может попадать в охлаждаемый продукт, одновременно происходит и обратный процесс. Чем опасно проникновение продуктов коррозии из хладоносителя, например, в охлаждаемую пищевую продукцию? Ионы железа являются мощными природными катализаторами практически всех биопроцессов, в том числе они способствуют росту (незапланированному технологами) микроорганизмов, что негативно сказывается на протекании ряда биотехнологических процессов, сроках хранения готовой продукции, вкусовых свойствах.

Ионы меди инициируют деструкцию макромолекул и образование свободных радикалов, что приводит к порче продуктов и к ухудшению их органолептических свойств. Кроме этого, большинство продуктов коррозии обладает значительно большей токсичностью, чем сам хладоноситель, что может нанести вред здоровью потребителей и экологии, существенно превышающий ту степень риска, которая декларируется поставщиками.

Вместе с тем, как рассказал эксперт, своевременный и полный мониторинг



Прямая речь ►

Кирилл Тушев:

«Наша компания участвовала в проектировании и монтаже ряда объектов каскадных установок аммиак/двуокись углерода, например, для технологии производства кофе, для системы холодоснабжения логистического центра».

хладоносителя позволяет сделать срок эксплуатации контура промежуточного хладоносителя сопоставимым со сроком его морального старения при минимальном коррозионном износе дорогостоящего холодильного оборудования, а стабилизация теплофизических свойств хладоносителя позволяет поддерживать высокое качество охлаждаемых продуктов при прогнозируемых экономических затратах на охлаждение.

«Имеющийся научный задел позволяет предложить решения по борьбе с коррозией в системах холодоснабжения. Ведутся разработки по сокращению времени, затрачиваемого на очистку холодильных систем, которое занимает сегодня до трех суток. Не каждый комбинат может себе позволить такой простой. Желательно, чтобы очистка проходила в течение одной рабочей смены, в крайнем случае, за 12 часов. Казалось бы, пути решения очевидны – повысить интенсивность процесса. Но это просто только на первый взгляд. Сейчас по технологии накипи и отложения растворяются аккуратно, а если повысить интенсивность – нет гарантии, что не будет задет полезный слой. Вот эта дилемма решается сейчас специалистами нашей компании, – поделился **Максим Галкин.** – Другим направлением работы является разработка технологии восстановления в условиях заказчика теплообменных характеристик холодильного оборудования после длительной эксплуатации в течение 5-25 лет путем удаления с поверхности накипно-коррозионных отложений и слоев биообрастаний».

Большой интерес у участников семинара вызвала демонстрация процесса очистки загрязненного продуктами коррозии хладоносителя.

Компания «ОК», как рассказал **главный инженер ее проектного отдела**

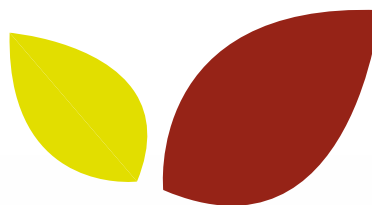
Кирилл Тушев, участвовала в проектировании и монтаже ряда объектов каскадных установок аммиак/двуокись углерода, например, для технологии производства кофе, для системы холодоснабжения логистического центра.

Повышенное внимание гостей привлекли доклады по современным технологическим линиям, например, «Современные технологии замораживания Carton freezer», представленный генеральным директором ALFA CONTRACTING GmbH г-ном Эрихом Вагнером. Директор по продажам и маркетингу фирмы MEYN Игорь Кочанов рассказал о влиянии параметров тушек птицы на продолжительность ее охлаждения в камерах воздушного и воздушноточечного охлаждения. Доклад представителя JUNGHEINRICH Юрия Легочкина был посвящен системам размещения палет на многоярусных стеллажах различной компоновки с использованием подъемников разного типа.

Среди других важных тем, освещенных на семинаре: «Реконструкция в условиях действующего производства» (руководитель проектов монтажного отдела «ОК» А. О. Файнштейн), «Особенности дефростации мясного и рыбного сырья в камерах Finncold» (Н. Н. Акифьев, компания DELTA-Maschinen), «Новые приборы газового анализа» (зам. генерального директора НПФ «ИНКРАМ» А. А. Михайлов), «Пентхаус-воздухоохладители для логистических центров и низкотемпературных складов. Опыт проектирования и эксплуатации» (генеральный директор компании «Термофин» А. В. Шабанов), «Различные варианты промышленного применения природных хладагентов» (исполнительный директор компании «Маекава Европа» г-н Ян Боне), «Полусварные пластинчатые теплообменники высокого рабочего давления. Их применение в каскадных установках» (руководитель представительства фирмы «Термовеяв» Е. А. Тимофеев), «Энергоэффективные решения от компании «Гюнтер» на примере фриклинга для молочного производства» (руководитель Московского представительства «Гюнтер АГ» А. Е. Одинцов), «Применение технологии рефлексорадарного уровнемера для измерения уровня жидкости в промышленном холоде и о комплектующих «Данфосс» для тепловых насосов» (представитель компании «Данфосс» А. Михайлов) и целый ряд других не менее интересных докладов. **ms**



21-я Международная выставка
продуктов питания и напитков



worldfood

MOSCOW

Основана в 1992 году

17 - 20 сентября 2012 | Москва • ЦВК «Экспоцентр»



ВСЕЬ МИР ПИТАНИЯ

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



По вопросам участия обращайтесь:
+7 (495) 935-7350, 788-5585
worldfood@ite-expo.ru

www.world-food.ru



Ishida Europe
129164, Москва,
Ракетный бульвар, 16,
Бизнес-центр
«Алексеевская Башня»,
офис 603

Олег Боричевский,
коммерческий директор
Россия и СНГ,
тел. +7 919 766 00 71
info@ishidaeurope.com
www.ishidaeurope.ru

Шашлык и мясные деликатесы: скорость и точность взвешивания



Благодаря мультиголовочному весовому дозатору с подачей продукта с помощью спирали, оснащенного 14 головами, появилась возможность увеличить производительность до 50%, снизив при этом привлечение ручного труда.

Мультиголовочный весовой дозатор компании Ishida с подачей продукта с помощью спирали был специально разработан для особого обращения со свежими мясными продуктами. Это позволило французскому производителю Société Progrè увеличить производство на 30%.

Société Progrè – это семейная компания, которая занимается изготовлением французских деликатесов из мяса местного производства. Поставляя ряду крупных дистрибьюторов до 800 тонн продукции в год под своими брендами, Progrè поставила перед собой задачу выйти на рынок общественного питания и увеличить сегмент розничного бизнеса.

Компания Ishida предоставила решение в виде мультиголовочного весового дозатора с подачей продукта при помощи спирали – модель CCW-R-214W-SF, оснащенная 14 головами и 1,5-литровыми бункерами, которая была установлена на фабрике предприятия в городе Баракевилль (Baraqueville). Автоматизированное взвешивание позволяет Progrè не только улучшить производственную эффективность, но также снизить количество ручного труда, что приводит к росту производительности.

Особый дизайн весов от Ishida для работы с липким продуктом, таким как свежее приготовленное мясо, оснащен спиралью, что позволяет осторожно, но уверенно подавать продукт в систему бункеров. Специальная поверхность бункеров предотвращает прилипание продукта, а скрепер не позволяет продукту застревать в нем. Сочетание данных характеристик отвечает требованиям Progrè относительно эффективной обработки мяса и сохранения его качества.

Мультиголовочный весовой дозатор компании Ishida с подачей продукта с помощью спирали может достигать скорости, которая обычно возможна только при работе с сыпучими продуктами. Для компании Progrè это означает, что 760- и 800-граммовые емкости наполняются при скорости 28 упаковок в минуту.

По словам **управляющего директора Jean-Luc Reyniè**, мультиголовочный весовой дозатор для свежих продуктов компании Ishida позволил увеличить производительность на 30%. Jean-Luc Reyniè считает, что производительность деликатесов Progrè в целом легко может увеличиться на 50%.

Для Progrè еще более важным, чем реализация планов развития производства, является тот факт, что мультиголовочный весовой дозатор компании Ishida позволил значительно сократить ручной труд. Пять сотрудников, ранее работавших на взвешивании и упаковке мяса, были переведены на другие рабочие места на заводе и задействованы в расширении производства таких деликатесов, как шашлык, потроха по-аверонски, свинина по-лесному с грибами. ■



АГРО-3

MAUTING

VAKONA

ROSEY

Seydelmann

KNECHT

MAGURIT

fatoso s.r.l.

BANSS

FREUND

AM2C

FREY

TIPPER TIE
technomach

TIPPER TIE
ALPINA

RODAPPELL

FOODLOGISTIK

FORMCOOK

FRECH

DEIGHTON

WEBOMATIC

Extracook

Frigoimpianti

wvgkainz...

**Лучшие комплексные решения:
от убоя скота до упаковки
готовой 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) 337-15-08

Полный комплекс услуг
по вводу в эксплуатацию предприятий:

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



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

Автор:
Татьяна Шугурова,
руководитель направления
полуфабрикатов департамента
мясоперерабатывающего
оборудования

Готовые блюда: техника и технология здорового питания

Что такое полуфабрикат высокой степени готовности? Как его производить? Где его производить? Может ли данная тема заинтересовать производителя? Интересна ли она потребителю?

Попробуем ответить на эти и многие другие вопросы, волнующие сегодня большинство участников рынка продуктов питания. Данные официальной статистики, всевозможных исследований и опросов, собственный опыт и результаты работы нашей компании на этом рынке свидетельствуют о большом интересе к теме готовых блюд. Проводя многочисленные семинары для российских, украинских, казахских и белорусских предприятий по данному направлению, мы также убедились в его актуальности и хороших перспективах.

Итак, все по порядку. Напряженный ритм жизни, острая нехватка времени вынуждают нас зачастую есть «на бегу». И долгое время этот вопрос решался с помощью колбасных изделий. Кусок колбасы с хлебом: чем не быстрое питание?! Бутерброд – это удобно. Но полезно ли?

Постепенный рост доходов населения, приобщение к западному стилю жизни, увеличивающееся внимание к собственному здоровью и здоровой пище меняют стереотипы о быстром питании, стимулируя развитие данного сегмента в направлении повышения



Российский рынок полуфабрикатов высокой степени готовности демонстрирует устойчивый рост в отличие от рынка колбасных изделий, который на сегодняшний день максимально насыщен.

качества, безопасности и максимально-го приближения к «домашнему» вкусу и разнообразию представленных позиций. Такой уровень запросов потребителей. И рынок полуфабрикатов высокой степени готовности демонстрирует устойчивый рост в отличие от рынка колбасных изделий, который на сегодняшний день максимально насыщен, подталкивает производителей к выпуску данной продукции, причем в промышленных условиях.

В Европе рынок полуфабрикатов высокой степени готовности, иными словами – готовых блюд, существует более 40 лет. За это время технологии производства, включая крупное промышленное, достигли достаточно больших высот и позволяют не только изготовить качественный продукт, в том числе в промышленных объемах, но и хранить его в течение длительного времени без изменения потребительских свойств.

В России производство полуфабрикатов высокой степени готовности, в основном замороженных, стало активно развиваться в 1990-х годах, и предназначались они главным образом для реализации в розничной торговле. Производство охлажденных готовых блюд – это новая ступень в развитии рынка, открывающая широкие перспективы для российских предприятий не только мясной отрасли, но и системы общепита (фабрик-кухонь, трестов столовых, комбинатов питания, кейтеринговых компаний, кафе и ресторанов), а также предоставляющая возможности для создания нового бизнеса в сфере комплексной организации питания коллективов (в том числе социального).

Однако индустриализация производства готовых блюд невозможна без увеличения сроков их хранения. Решить этот вопрос позволяют современные технологии cook & chill и sous vide.

В основе технологии cook & chill (которая чаще используется в системе кейтеринга) стоит классическое приготовление и термообработка продуктов (варка, жарка) с последующим их резким охлаждением до +2-4 °С, что обеспечивает быстрое достижение оптимальных температур для более длительного хранения готового продукта.

Ускоряется переход через критический интервал температур от +50 °С до +19 °С, когда происходит наиболее активный рост микроорганизмов. За счет резкого охлаждения продукта микрофлора не успевает развиваться, и это спо-

способствует увеличению срока годности изделий. Применение технологии cook & chill позволяет хранить готовый продукт при температуре +2-4 °C в течение 5-15 суток.

Особенность технологии sous vide (которая незаменима для промышленного производства готовых блюд) состоит в том, что продукт проходит термообработку в вакуумной герметичной упаковке. «Sous vide» в переводе с французского означает «под вакуумом».

Данная технология имеет целый ряд преимуществ. В частности, она универсальна, то есть применима и для промышленного производства готовых блюд, и для организации питания больших коллективов (школ, вузов, больниц, различных государственных и частных учреждений и предприятий) и даже для элитных ресторанов, рассчитанных на гурманов.

В процессе термообработки используется уникальный метод варки продуктов в щадящих температурных условиях в вакуумной герметичной упаковке. Это позволяет сохранить в готовом блюде все питательные элементы, витамины, натуральный вкус и аромат. Технология обеспечивает возможность приготовления пищи с минимальным использованием специй, соли и сахара за счет собственных ресурсов продукта, а также без масла и жиров, что позволяет производить продукты для детского, диетического, лечебного и реабилитационного питания.

По технологии sous vide можно приготовить широчайший ассортимент готовых блюд, включая супы, соусы, гарниры, порционные блюда из мяса, рыбы, птицы, а также запеканки, омлеты, каши вязкие и рассыпчатые, салаты, компоты и морсы. Срок хранения таких продуктов при температуре +2-4 °C составляет 45 суток.

Таким образом, применение современных технологий позволяет:

- получить высококачественное изделие по доступной цене;
- значительно увеличить сроки хранения и реализации готовой продукции;
- оптимизировать логистику и снизить издержки;
- создать систему контроля качества сырья и готовой продукции;
- обеспечить горячим питанием любые категории потребителей;
- уменьшить площади складов и производственных помещений в системе общепита и увеличить площади под посадочные места;

- производить стандартизированный продукт с заданными свойствами, стабильного качества в промышленных масштабах;

- обеспечить строгий учет на производстве и сокращение обслуживающего персонала.

В основе индустриального приготовления пищи лежат, конечно, рецептура и сырье, но самое главное – это использование необходимого промышленного оборудования, которое позволит компенсировать возможные потери при производстве большого количества продукта за счет использования



Индустриализация производства готовых блюд невозможна без увеличения их сроков хранения. Решить этот вопрос позволяют современные технологии cook & chill и sous vide.

мощностей, пара высокого давления, термального масла, эффективных холодильных систем, пастеризации, микроволн и т. д. Поэтому очень важно правильно подобрать технику с учетом будущего ассортимента, производительности, местоположения предприятия, его энергетических возможностей и, конечно, применяемых технологий.

Итак, полуфабрикат сырой от полуфабриката высокой степени готовности отделяет термическая обработка. Следовательно, решающую роль в качестве готового блюда играет именно термическое оборудование. Для индустриального производства по инновационным технологиям можно использовать промышленные печи шведской фирмы Formcook, установки на термомасле или с паром высокого давления немецкой фирмы Berief, линии обжарки изделий в сухой и жидкой панировке английской фирмы Deighton и др.

Печи Formcook осуществляют термическую обработку полуфабрикатов из мяса, птицы, рыбы, овощей с минимальными термопотерями и без использования масла, обеспечивая готовым изделиям ярко выраженный домашний вкус.

Термоустановки Berief позволяют приготовить не только вторые блюда, но и супы, включая густые (суп-пюре), соусы, подливки, гуляши, чили, разнообразные гарниры, каши и т. п.

Термическое оборудование фирмы Deighton осуществляет моментальную обжарку таких продуктов, как куриные ломтики, котлеты по-киевски, гамбургеры, фрикадельки, тефтели, овощные и рыбные шарики, рыбные палочки и т. п.

Но не будем забывать, что для эффективной реализации новых технологий cook & chill и sous vide наряду с термическим оборудованием необходим также целый комплекс другой современной техники, включая холодильные системы, упаковочную технику, санитарно-гигиеническое оборудование, системы автоматизации производственных процессов, контроля и учета сырья и готовой продукции, внутризаводской и складской логистики.

Таким образом, если скрупулезно и на высоком профессиональном уровне решить весь комплекс проектных, инженерных и технических задач по внедрению инновационных технологий производства готовых блюд, то на выходе мы получим современный food-завод с перспективным, емким и стабильным рынком сбыта. **Р**



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

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



Всем известный Schaller Thermostar®

Торговая марка установок горячего и холодного копчения Schaller Thermostar много лет является абсолютным гарантом успеха в области созревания и копчения мяса, колбасы и рыбы. Многие заказчики при выборе «железа» доверяют «ШАЛЛЕР». На каждой термокамере стоит имя компании, поэтому и качество машины должно быть самым высоким – таково мнение руководства предприятия. Заказчики, сделавшие выбор в пользу Schaller Thermostar, привыкли к такому подходу.

Символ копчения

Универсальные установки Thermostar характеризуются широким спектром применения, высоким качеством, абсолютной надежностью и удобством в эксплуатации. Они подходят как для малых и средних предприятий, так и для крупных промышленных комплексов благодаря тому, что при их производстве учитываются индивидуальные требования заказчиков, касающиеся размера и исполнения, способа нагрева, управления, системы контроля процесса и регистрации производственных данных.

Новая установка Thermostar стала еще более компактной, так как камера термической обработки, дымогенератор и блок управления располагаются в едином модуле. Дымогенератор и блок управления могут размещаться,

по желанию заказчика, либо слева, либо справа от камеры. На выбор предлагаются три типа дымогенератора: тления, трения и работающий на жидком дыме. Несмотря на свою компактность, эта установка осталась универсальной – она вмещает от одной до четырех рам, поставляется в полностью готовом для подключения виде и предназначена для копчения, варки и запекания. Выбор вида нагрева (электричество, газ, масло или пар высокого давления) также основывается на индивидуальных пожеланиях заказчика. В стандартном исполнении компактные камеры поставляются с двухступенчатой системой циркуляции воздуха, автоматической системой очистки камеры и трубопровода, а также удобной в обслуживании системой микропроцессорного управления.

Экономичное созревание

Умная технология измерения и контроля в установках холодного копчения, созданных специально для мяса и птицы, базируется на сверхточных датчиках и соединена с комплексным блоком управления. Система подает свежий воздух из окружающего пространства на необходимом этапе процесса обработки в том случае, если естественные характеристики воздуха, подходящие для соответствующего процесса созревания, отвечают свойствам воздуха в помещении. И все это без дорогостоящих расходов на энергию для нагрева и/или охлаждения. В зависимости от обрабатываемого продукта, требуемого ему времени созревания и высоты камеры происходит экономия энергии до 50 и более процентов. В то время как система энтропии в прямом смысле сокращает расходы, два других ключевых элемента установок холодного копчения обеспечивают равномерное распределение потоков воздуха и поддерживают постоянно оптимальные условия. Опционально может осуществляться регистрация значений pH и потерь веса через систему микропроцессорного управления.

Щепотка специй

Все, кто имеет отношение к производству продуктов питания или приготовлению пищи, знают, что без специй и пряностей невозможно получить действительно вкусный продукт! Удачный союз обширных возможностей комплексных добавок Schaller Technology® и универсальной установки Thermostar существенно упрощает производственный процесс. Опыт технологов «ШАЛЛЕР» превращает камеру в волшебное устройство, работающее по принципу: «Загружаешь сырье и знания – а на выходе получаешь аппетитный продукт». Проще не бывает!

Так быстро, как никогда

С этого года компания «ШАЛЛЕР» предлагает минимальные сроки поставки стандартных универсальных камер для варки и копчения SLT 2000 R-E. Если вам необходима быстрая оптимизация производственного процесса и увеличение производительности термического участка – это предложение специально для вас. Закажите камеру сейчас, получите ее в рекордно короткие сроки и наращивайте объемы производства, а с ними и прибыль! ■



ТЕПЛО- ВЕНТИЛЯТОРЫ

ДЛЯ СЕЛЬСКОГО
ХОЗЯЙСТВА

Нам тепло и комфортно,
а хозяину не накладно

ООО «Нортех Инжиниринг Груп»
Тел.: (812) 327-50-19, (495) 987-42-11
www.nortech-eg.ru



СОВРЕМЕННОЕ ХОЛОДИЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ МЯСОПЕРЕРАБОТКИ КОМПАНИИ ООО «Производственно-Техническая Фирма «КРИОТЕК»



Комплексы убоя свиней и КРС

- охлаждение парного мяса
- заморозка мяса
- мясожировое производство



Колбасные заводы

- посол мяса
- машинно-шприцевые помещения
- осадка колбас
- интенсивное охлаждение
- вентиляция и кондиционирование



(495) 580-61-71; 580-61-51
www.kriotek.ru





Компания: **ООО «Поли-клип Систем Руссланд»**
Россия, 123007 Москва, ул. Призодубовой, 1А
тел.: +7 (499) 530-01-94,
факс: +7 (499) 530-18-46
e-mail: polyclip@polyclip.ru
www.polyclip.com

Клипсование: просто, надежно, продуктивно

Компания Poly-clip System, мировой лидер в поставках комплексных систем клипсования, представляет свою новую машину PDC-A – автомат двойного клипсования, который полностью обходится в управлении без электроники. Благодаря этому он максимально удобный и очень прочный при крайне низких производственных затратах. Просто и рационально.

Просто и рационально

Управлять клипсатором PDC-A может любой, требуется лишь краткое обучение. Эргономичные кнопки управления, размещенные непосредственно возле цевки, обеспечивают быструю и продуктивную работу. Процесс управляется тремя кнопками: «1-я клипса», «Подача фарша» и «Автоматика Вкл./Выкл.». Проще не бывает – электроника сведена к необходимому минимуму.

Еще один элемент безопасности для оператора – запуск первой клипсы только двумя руками. Кроме того, учтена эргономика в зависимости от роста оператора – для людей невысокого роста предусмотрена вторая возможность загрузки клипс с более низкого положения. Малое потребление сжатого воздуха дополнительно сократит ваши производственные затраты. Эффективно, просто и рационально.

Гибкость благодаря многообразию

Многообразие – еще одна сильная сторона нового клипсатора PDC-A 600/700.



PDC-A – автомат двойного клипсования, который в управлении полностью обходится без электроники.

Он обеспечивает рациональное производство любых продуктов: отдельных порций или гирлянд, колбасных батонов, полуколец или целых колец. Автоматы двойного клипсования надежно работают на любых искусственных, фиброузных, коллагеновых оболочках. Благодаря универсальности областей применения они используются для выполнения самых различных задач на производственных предприятиях среднего размера:

- **PDC-A 600** – фиброузные оболочки калибром до 65 мм и искусственные оболочки калибром даже до 90 мм;
- **PDC-A 700** – фиброузные оболочки калибром до 105 мм и искусственные оболочки большего размера.

Выгрузной лоток на клипсаторе PDC-A 600 был оптимизирован, а на PDC-A 700 разделена защитная решетка. Так, например, при производстве кольцевых колбас оператор может вести их на выходе с поддержкой. Гибко, просто и рационально.

Повышение продуктивности

Производство в полностью автоматическом режиме с помощью клипсатора PDC-A обеспечивает рациональный и равномерный рабочий процесс. Прочная и компактная конструкция гарантирует низкий уровень шума, несмотря на высокую скорость работы. Простая концепция управления отвечает за быстрый старт производства: счетчик колбасных гирлянд, петли, время задержки пуансона, пневматический прижим клипсы, регулировка высоты клипсы, скорость пуансона и фаршевытеснителя быстро настраиваются под соответствующий продукт благодаря наглядно и функционально расположенным элементам управления. Продуктивно, просто и рационально.

Больше гигиены и в деталях

Ко всем компонентам клипсатора PDC-A обеспечен удобный доступ. Благодаря этому санобработка и сервисное обслуживание становятся совсем простой задачей. Автоматические клипсаторы не чувствительны к влаге. Гладкие поверхности из нержавеющей стали и промышленного пластика облегчают санобработку и в высочайшей степени выполняют все требования по гигиене. Разумность концепции гигиены подтверждается многими деталями, например, участок фаршевытеснителя стал открытым с нижней стороны, а многие поверхности получили уклон для лучшего стока воды. Гигиенично, просто и рационально.

Модульная конструкция

Благодаря модульной конструкции всегда можно адаптировать клипсатор PDC-A к своим потребностям. Устройство подачи шнура для производства кольцевых колбас, автоматический петлеукладчик (GSE), пневматический подвижный держатель тормоза оболочки, S-клипсы на бобине, а также система этикетирования ES 4000 являются важнейшими опциями для дооснащения. ■

Этикетировщик



Низкая стоимость эксплуатации при конкурентной цене!

Наш этикетировщик серии 9000 Weigh Price Labeller оснащен новым сенсорным экраном, который позволяет ввод данных нового заказа, пока идет работа с текущим заказом. На этикетке указываются: дата, цена и данные производства.

Только эта возможность позволяет сократить на 5 минут смену настроек по новому продукту. Это новшество – одно из многих применяемых впервые, позволяет повысить и без того непревзойденные эксплуатационные характеристики, качество и надежность, повысить производительность и, как следствие, прибыль.

Мы продумали и позаботились обо всем.

Звоните нам по телефону: + 7 495 228 07 00 • электронная почта: info.ru@marel.com
123458 • РФ • Москва • Проезд № 607 • дом 30 • офис 602



Компания: **ООО «АНТЕС»**
многоканальный
телефон: (495) 500-4-500
www.antes.ru

Автор: **Мария Игина,**
ведущий специалист

Испанские клипсаторы на российском рынке

Испанская компания A. Lorenzo Barroso S.A. широко известна в Европе не только как крупнейший производитель клипс и петель, но и как производитель широкой линейки клипсаторов для решения различных производственных задач.



1. Клипсатор Z1
2. Клипсатор H3
3. Клипсатор HD3
4. Клипсатор E3
5. Клипсатор K4
6. Клипсатор K4-60
7. Клипсатор Helvac

Ассортиментный ряд клипсаторов включает в себя как простые односкрепочные машины, так и полностью автоматические современные модели. В линейке оборудования компании A. Lorenzo Barroso S. A. есть также вакуумные клипсаторы.

Главной особенностью клипсаторов A. Lorenzo Barroso S.A. является то, что все они изготовлены полностью из нержавеющей стали высокого качества.

Это обуславливает их надежность, долгий срок службы и великолепную гигиеничность.

Ручные настольные клипсаторы могут быть выполнены в различных вариантах: односкрепочные, двухскрепочные, с автоматическим пневмоножом для разрезания оболочки, горизонтальные и вертикальные.

Горизонтальные клипсаторы Z1 используются для закрытия пакетов

с продуктом на пищевых комбинатах, и особенно они популярны на птицефабриках. Он незаменим при клипсовании продуктов, которые из-за своих нестандартных размеров, веса или структуры не могут быть расположены горизонтально.

Оригинальная система управления (специальный рычаг или даже два рычага) позволяет обеспечить полную защиту персонала от травм и очень удобную и эргономичную работу на аппарате.

Клипсатор E3 предназначен для клипсования продукта в оболочке или пакете с предварительной подпрессовкой продукта. Степень подпрессовки регулируется изменением длины хода поршня. Клипсатор укомплектован ручным или пневматическим отрезным ножом. Работает с несколькими типами клипс, обеспечивая оптимальную регулировку наложения клипсы на большой спектр продуктов.

Полуавтоматические и автоматические клипсаторы могут агрегатироваться с любыми моделями вакуумных шприцев-наполнителей. Диаметры клипсуемых оболочек для полуавтоматических клипсаторов 20-60 мм, у автоматических клипсаторов – 40-90 мм.

Уникальной особенностью автоматических клипсаторов является запатентованный подвижной узел наполняющей цевки.

Этот узел позволяет накладывать клипсу точно посередине оболочки, предотвращая ее повреждения и обеспечивая абсолютно ровные торцевые поверхности заклипсованных батонов.

Простая и надежная система управления пневмоцилиндрами основных узлов машин – залог бесперебойной работы аппаратов.

Низкое энергопотребление клипсаторов (220 Volt, 0,2 kW) – короткий путь к снижению себестоимости продукции.

Вакуумные клипсаторы Helvac (Helvac DA) упаковывают под вакуумом различные продукты с наложением клипсы внутри камеры. Данный вид упаковки способствует процессу созревания продукта. Клипсаторы работают автоматически: продукт в пакете помещают в камеру и закрывают дверцы клипсатора, где происходит вакуумирование продукта и наложение клипсы.

Специалисты компании «АНТЕС» – эксклюзивного поставщика компании A. Lorenzo Barroso S. A. в России – подготовят для вас уникальное предложение, полностью соответствующее задачам вашего производства. **■**



schiwa

загрузка нарезка
порционирование
взвешивание упаковка



Dipl.-Ing.
Schindler & Wagner GmbH & Co KG

Manfred-Schindler-Strasse 1
D-73655 Pluederhausen
Germany
www.schiwa.ru



Разработчик и производитель
автоматических
высокотехнологичных линий для
нарезки, взвешивания и упаковки
колбасы, ветчины, бекона, мясных
деликатесов, сыра и мяса.

PSS
PROCESSING SYSTEM SOLUTIONS

SOLUTIONS FOR QUALITY AND QUANTITY

PSS SCG 280 | Speed Combi Grinder

*Новая генерация мясорубок – волчков от PSS предложит Вам
наикратчайший путь к успеху. Из различных типов скоростных
мясорубок – волчков Вы найдёте для себя самый необходимый и
сделаете правильный выбор для Вашей продукции.
Свяжитесь с нами сегодня.*



PSS SVIDNÍK, a.s.
Sovietských hrdinov 460/114
089 01 Svidník, Slovakia

tel.: +421/54/7862 111
fax: +421/54/7520 904

predaj@pss-svidnik.sk
www.pss-svidnik.sk

Автор:



Виктория
Загоровская

Идеальная упаковка для мясных полуфабрикатов

Современный рынок замороженных и охлажденных мясных полуфабрикатов отличается заметной динамикой как в ассортименте, так и в уровне конкуренции. Начиная со второй половины прошлого года, производители стали активно выводить на рынок оригинальные продукты в новой потребительской упаковке, причем изменения коснулись не только дизайна, но и упаковочных материалов.

Кто в домике живет?

Наиболее популярными видами упаковки для замороженных и охлажденных мясных полуфабрикатов являются пакеты из полипропиленовой пленки, коробки из картона и комбинированная упаковка (вспененные контейнеры и ПВХ-стрейч-пленка).

Всего несколько лет назад на долю картонной коробки приходилось порядка 85% объемов продаж, сегодня самым востребованным, особенно в сегментепельменей, является полипропиленовый пакет. На долюпельменей в такой упаковке приходится более 80% объемов продаж продукта.

Картонные коробки предпочитают производители пиццы: в них упаковывается примерно 60% продукции. Остальные 40% приходятся на пленку, которая чаще всего используется для упаковывания пиццы весом не более 400 г.

Одно из основных отличий пакета от картонной упаковки – возможность увидеть сам продукт, что очень важно для покупателя. Наличие прозрачного окошка является дополнительным сти-



На «Мусульманских»пельменях «окошко» сделано в форме мечети, на «Семейных» – в виде гармошки. Другие варианты не менее своеобразны.

молум при выборе конкретной торговой марки. Именно поэтому на рынке наблюдается тенденция увеличения прозрачности и «открытости» упаковки для конечного потребителя. Особенно это характерно для премиального сегмента.

Так, челябинское дизайнерское агентство «Бренд-Бюро» летом прошлого года разработало дизайн упаковкипельменей для цеха мясных полуфабрикатов «Уральская Метелица». Как пишет Upakovano.ru, в ассорти-

те этого производителя присутствуют весьма оригинальные наименованияпельменей: «Аппетитные», «Семейные», «Иркутские», «Мусульманские», «Русские народные», «Сибирские», «Тажные», «Уральская метелица» и даже «Сочинские». Для каждого из них нашлось достойное оформление. Особенно стоит отметить решение, касающееся прозрачной области, которая позволяет увидеть продукт сквозь полимерный пакет. Например, на «Мусульманских»пельменях «окошко» сделано в форме мечети, на «Семей-

ных» – в виде гармошки. Другие варианты не менее своеобразны.

Отметим, что многие производителипельменей вслед за классическим пакетом «подушкой» перешли на прозрачные пакеты с клипсой.

Все также популярно изображение готовой продукции на упаковке. Например, изображение вкусного ужина на красиво сервированном столе и реалистичное фото дымящихся фрикаделек заставит потребителя отдать предпочтение данной марке.



Еще в 1988 году Domino's Pizza впервые представила восьмиугольную коробку для пиццы.

Существует несколько запатентованных видов картонных коробок, которые могут преобразовываться в «тарелки для пиццы».

Акцент постепенно смещается в сторону упаковок необычной для замороженных продуктов формы. Для фасовки предлагаются различные формы картонной упаковки, поддона или пластикового контейнера. Общение с потребителем при помощи нестандартных упаковочных решений позволяет вызвать интерес к продукту, который непременно выразится в увеличении объема продаж.

Еще в 1988 году Domino's Pizza впервые представила восьмиугольную коробку для пиццы. Представитель компании пояснил: «Со старой квадратной коробкой я регулярно получал жалобы от клиентов относительно формы пиццы. Это было вызвано тем, что во время перевозок ее куски имеют тенденцию сползать к углам коробки. С тех пор, как мы ввели восьмигранную коробку, жалобы прекратились».

Много лет единственным решением во избежание скольжения была форма восьмиугольника. Сегодня имеется и другой вариант: блокировочные откидные створки покрытия, которые могут применяться к обычной квадратной коробке, чтобы поддерживать пиццу с шести или восьми сторон. Коробка с быстро раскладывающимися боковыми стенками, которые фиксируются самим изделием изнутри, могла бы также предоставить потребителям возможность разрезать пиццу внутри коробки без скольжения.

Решение подскажет стиль жизни

Появлению инноваций в области упаковки способствуют перемены в стиле жизни потребителей. Более того, ускорение темпа жизни порождает новые потребительские привычки, требующие от производителей практических решений.

Одной из ключевых тенденций на продуктовом рынке стало увеличение доли потребления на ходу: вечно

занятые люди предпочитают обслуживание «здесь и сейчас».

Потребители все чаще выбирают малые форматы упаковки, а также порционную упаковку, ставя во главу угла легкость в обращении с ней. Среди новых тенденций в промышленном дизайне – появление пластиковых и картонных форм с новыми типами открывания. Так, в 2010 году у мясных продуктов холодной нарезки «Кампо-Мос» появилась новая многократно закрывающаяся упаковка. Для российского рынка она уникальна. Мясная продукция в такой упаковке дольше остается свежей и не пропитывается посторонними запахами.



Коробка с быстро раскладывающимися боковыми стенками, которые фиксируются самим изделием изнутри, могла бы предоставить потребителям возможность разрезать пиццу в коробке без скольжения.



Еще одна инновация в промышленных продуктовых решениях охлажденных или замороженных продуктов – дополнительные удобства для потребителя, связанные с размещением внутри упаковки ложки, вилки или соуса, место для которого можно отвести, например, в коробке с пиццей. Чашечку с соусом удобно упаковывать прямо в коробку. Для этого необходимо, по крайней мере, один прямой угол.

Это требует квадратной формы коробки, или D-формы, или восьмиугольной коробки, которая имеет так называемый «преобразуемый угол», посредством чего диагональная стена может быть превращена в прямой угол, – все эти варианты в настоящее время существуют.

Для потребителей важно, чтобы полуфабрикаты и готовые к употреблению блюда могли быть приготовлены дома без хлопот и «на скорую руку». Поэтому на рынке появляется все больше продуктов в удобной для быстрого приготовления таре, в том числе рассчитанной на разогрев в микроволновой печи. Например, такая упаковка, как термостойкий лоток, позволяет сохранить полезные свойства продукта на весь период срока годности, быстро открывается и позволяет приготовить блюдо в микроволновой печи или в духовке, не используя дополнительной посуды.

Хорошее решение – покрытие, которое можно использовать в качестве тарелки. Во избежание загрязнения обычной посуды некоторые покупатели могли бы с удовольствием пользоваться одноразовыми тарелками. К тому же на упаковочном рынке существует несколько видов картонных коробок, которые могут преобразовываться в «тарелки для пиццы».

Так, дизайнеры Yu Kyung Ha, Won Min Jung & Kwon Young Hee в начале 2012 года предложили концепт под названием Paper Dish – бумажная посуда: бумажный поднос для пиццы, который легко превращается в удобные тарелки, сообщает портал Unipack.Ru. На бумагу нанесены перфорированные линии, благодаря чему каждый кусок пиццы можно брать вместе с импровизированной тарелкой. Специальное ушко с краю тарелки поможет не запачкать руки.

Немаловажным фактором при выборе продукта становится его полезность для здоровья. В этом году сеть эксклюзивных пиццерий из Вашингтона Garlic Jim's решила воспользоваться успехом своей пиццы без глютена, выпустив замороженную версию, которая реализуется в гастрономических магазинах. Будучи одним из первых, запустивших пиццу без глютена в массовую продажу, бренд занял уникальную нишу. Однако в фирме понимали, что для улучшения восприятия пиццы без глютена потребителями необходимо представить ее в улучшенной упаковке. Вместо того чтобы разместить на ней

типичные красивые фотографии, которые так часто встречаются в секции с замороженной пиццей, в ходе реди-зайна производитель использовал типографический подход. Необычные слоганы и насмешливо-иронические сообщения должны стать началом бесе-

«Над стратегией и неймингом мы начали работу еще в 2009 году, – рассказывает **Инна Старцева, арт-директор Euro RSCG Kiev**. – Название «Мясная натура» отражает как качество продукта, так и характер его потребителя, настоящего ценителя мяса. Основными эле-

Луганский мясокомбинат один из первых начал использовать упаковку в лотки в защитной атмосфере для мясных полуфабрикатов и охлажденного мяса в целях сохранения свежести и вкусовых качеств продукта.

ды с потенциальными потребителями, вдохновляя их на принятие безглютеновых продуктов в качестве более полезной альтернативы, передает портал Ukravano.ru.

Сохраняющаяся убежденность в том, что замороженные продукты являются «не свежими» или «неживыми» заставляет многих потребителей проявлять интерес к их дополнительной ценности. Отвечая на эти запросы, команда рекламного агентства Euro RSCG Kiev в рамках сотрудничества с крымским брендом охлажденных мясных полуфабрикатов «Мясная натура» разработала ряд креативных материалов, способных открыть настоящую мясную натуру в каждом, сообщает сайт advertology.ru.

ментами философии бренда являются свежесть, натуральность и премиальное качество. Далее нами были разработаны логотип и упаковка для всей линейки мясных продуктов. Шрифтовое решение стиля, строгая палитра упаковки в трех цветах: белый, зеленый и черный. В основу коммуникации легло сообщение о том, что «Мясная натура» – это мясо настолько свежее, что способно в каждом пробудить инстинкт хищника. Первая рекламная кампания была запущена в 2010 году. Затем в прошлом году мы продолжили развитие идеи, призывая осознать в себе хищника в борьбе за свежее мясо. Календарь на 2012 год рассказывает о новой эре взаимоотношений в природе благодаря «Мясной натуре». Хищники отказываются от своих прежних взглядов на еду и больше не желают охотиться на газелей и сусликов.

Опрос, проведенный компанией «Грант Торнтон» среди участников международной выставки World Food Moscow 2011, показал, что для 53% респондентов переход на здоровое питание кажется наиболее перспективной тенденцией. «В России значительная часть населения всегда была привержена традиции употребления полезных продуктов, и fast food не имел широкого распространения. Это позволяет бизнесменам предполагать, что за такого рода трендом – серьезная возможность для развития их бизнеса», – говорит директор по развитию «Грант Торнтон» в России Леонид Ланда.

Среди других упаковочных тенденций – повышение требований к качеству материалов с точки зрения экологической безопасности и возможность их повторной переработки. Этим требованиям в полной мере отвечает упаковка на основе картона.

Возможности упаковки на основе картона

Замороженные продукты крайне требовательны к материалам и технологиям упаковки. От правильного выбора материала зависит не только внешний вид упаковки, но и срок хранения продукта, а также величина потерь во время транспортировки. Естественно, что от картона, применяемого для упаковки «заморозки», требуются повышенные барьерные свойства в отношении влаго- и жаростойкости.

При упаковке замороженных полуфабрикатов, например пиццы, а также продуктов глубокой заморозки, прежде всего необходимо учитывать, что они могут пропитаться жиром картонную коробку, и это существенно испортит ее товарный вид, следовательно, негативно отразится на продажах. Оптимальным материалом здесь является картон с так называемой жировой прослойкой.

Для того чтобы повысить стойкость к воздействию жира, производится специальная обработка картона – покрытие слоев лицевой или обратной стороны полиэтиленом или полимерной эмульсией, пропитка жироталкивающим фторсодержащим составом, повышенная проклейка оборота. В этом случае картон обеспечивает композиционному материалу механические свойства, а синтетические полимеры, фольга и напыление микрочастиц металлов – барьерные и декоративные. Получаемые комбинированные материалы приобретают влагостойкость, термостойкость и другие необходимые свойства.

Важным достоинством влагостойкого картона являются высокие антиадгезионные свойства, благодаря которым продукт не прилипает к нему при замораживании и оттаивании.

В последнее время для упаковки мясных замороженных продуктов часто используются термоусадочные пленки: например, товар упаковывается в картонную коробку, которая затем заворачивается в прозрачную термоусадочную пленку.

Мясные полуфабрикаты при этом можно упаковывать с применением гибкой полиэтиленовой пленки, поливинилиденхлоридной, полиэтилен-целлофановой или полиамид-полиэтиленовой пленки и картонной упаковки, позволяющих надежно защитить продукт от внешних воздействий.



В основу коммуникации легло сообщение о том, что «Мясная натура» – это мясо настолько свежее, что способно в каждом пробудить инстинкт хищника.



Стало



Теперь ТМ «Сибирская коллекция» обладает уникальной для рынка замороженных полуфабрикатов упаковкой.



Картонная упаковка для продукции глубокой заморозки подвергается сильным воздействиям влажности и перепадов температур. После упаковки в картонные коробки ЗПФ проходят этап шоковой заморозки при температуре 35-42 °С с последующим хранением в морозильных камерах при температуре -24-0 °С сроком до полугода. Поэтому при производстве упаковки для замороженных продуктов важным фактором является также правильный выбор типа и марки картона, его плотность и толщина. Картонные коробки обычно изготавливают из целлюлозного картона плотностью 280-300 г/м², имеющего специальный слой, способный выдерживать шоковую заморозку до 45 °С и длительные условия хранения при -24 °С. Целлюлозный картон обладает повышенной прочностью и может допускаться к прямому контакту с пищей, а сам продукт может быть упакован без дополнительной защитной пленки.

Мир в ярких тонах

Западные производители замороженных продуктов обычно выбирают именно картон, так как главным для них является возможность многократного использования упаковки и ее печатные свойства. Возрастание роли красочности картонной упаковки и ее отделки можно также отнести к современным трендам отечественного рынка.

Печать является основным способом придания внешней привлекательности картонной упаковке. Важно пом-

нить, что свойства картона, особенно его лицевой стороны, имеют огромное значение для качественного нанесения полноцветной печати и выполнения отделочных операций. Нанесение изображений на картон можно осуществлять несколькими методами, однако чаще других применяются две технологии: офсет и флексография. Преимущества офсета связаны с высоким каче-



Среди новых тенденций в промышленном дизайне – появление пластиковых и картонных форм с новыми типами открывания, многократно закрывающаяся упаковка.

ством получаемых отпечатков. К тому же благодаря широкому распространению и наличию большого количества квалифицированных специалистов офсетная печать позволяет получать наиболее предсказуемые результаты. Если еще несколько лет назад главным недостатком офсетной технологии печати считалось длительное закрепление красок и, как следствие, сложность организации поточного производства картонной упаковки, то сегодня на рынке представлен довольно ши-

рокий ассортимент высокопроизводительных многосекционных офсетных печатных машин и быстросохнущих (УФ-отверждаемых) красок.

Существенную конкуренцию офсету составляет флексография. Стремительно приближаясь к офсету по качеству, флексопечать обладает рядом достоинств, главное из которых – использование быстросохнущих водо- и спирторастворимых красок. Это позволяет производителям объединять операции печати и отделки.

Современный графический дизайн использует все более широкий спектр решений. Технологии полиграфического нанесения делают возможным применять в дизайне упаковки тиснение, выборочную лакировку, ротогравюрную печать и т. д. Одним из наиболее популярных видов отделки является тиснение, особенно фольгой, когда на получаемый в процессе продавливания горячим клише рельеф наносится полиграфическая фольга и изображение «окрашивается» в серебристый или золотой цвет.

Посредством ламинирования достигается существенное улучшение барьерных свойств картона. Ламинированный картон становится пригоден для упаковки влажной и жиросодержащих

Термоустойчивый лоток позволяет сохранить полезные свойства продукта, быстро открывается и позволяет приготовить блюдо в микроволновой печи, не используя дополнительной посуды.

продуктов, причем сохраняет внешний вид при заморозке и разморозке. Для придания блеска, дополнительной жесткости или создания более надежной защиты от внешних воздействий, а также с целью выделения отдельных элементов изображения на запечатанный картон наносят лак. Лакирование может быть полным или выборочным и осуществляется при помощи офсетных, флексографических, трафаретных печатных машин или специализированных лакировальных машин.



«Меленка-Ост» выпустила пельмени, равиоли и вареники в двойной упаковке, которая представляет собой полиэтиленовый мешок внутри, бумажный пакет снаружи.



Пельмешки от Disney «Мириталь» выпустил полуфабрикаты для юных принцесс и гонимых.

Инновационные продукты и нестандартные решения

Компания «Щелковский МПК» в конце прошлого года самостоятельно разработала дизайн и позиционирование для новой разновидности своего ведущего бренда – пельменей «Сибирская коллекция». Они появились на прилавках крупных сетей Москвы и Петербурга в новой премиальной упаковке очень нехарактерного для категории черного цвета.

Прежде всего, упаковка должна отразить новый вкус продукта. А для того чтобы потребители без труда могли ориентироваться в разнообразии размеров, производители приравняли вес «Сибирской коллекции» к каратам. Чем больше карат, тем больше весит продукт: 2 грамма = 2 карата, 6 граммов = 6 карат, 12 граммов = 12 карат, 23 грамма = 23 карата.

Щелковский МПК – первый производитель ЗПФ, который использовал для своей продукции пакет Doу-rack. Ранее этот тип упаковки применялся преимущественно в категории бакалея. «Использование технологии Doу-rack для «заморожки» – свежее, интересное и технологичное решение, – говорит **индустриальный директор ООО «Щелковский МПК» Юрий Черченко**. – Упаковка прекрасно переносит низкие температуры, несколько слоев лучше сохраняют продукт, а отсутствие света положительно влияет на его внешний вид».

С торговой маркой «Сибирская коллекция» компания планирует занять прочные позиции на рынке замороженных полуфабрикатов, увеличить лояльность потребителей и добиться значительного роста объема продаж.

Алтайский пищекомбинат «МЕЛЕНКА-ОСТ» в конце 2011 года представил новую торговую марку «Большая кастрюля». В линейку вошли пельмени, равиоли и вареники. По данным Unipack.Ru, упаковка продуктов представляет собой полиэтиленовый мешок внутри и бумажный пакет снаружи. Двойная упаковка позволяет пельменям лучше сохранять вкусовые качества, уверяют на комбинате. Сюрпризом для покупателей станет набор специй, вложенный в пакет.

Мясокомбинат «Шиловский» (Рязанская область) выпустил инновационный продукт – консервированные пельмени, тушеные в различных видах соусов. По сравнению с замороженными пельменями, максимальный срок хранения которых составляет не более шести месяцев, новинка сохраняет вкусовые качества и внеш-

Мясокомбинат «Шиловский» выпустил инновационный для рынка мясной консервации продукт – консервированные пельмени, тушеные в различных видах соусов.



ний вид в течение года. Выпускаются пельмени в жестебанке №12 с крышкой easy-open и хранятся при температуре от 0 до +20 °С. Товар позиционируется в сегменте «эконом».

«Это действительно новый продукт для мясного рынка, – приводит мнение **Ольги Полутинной, бренд-менеджера Торгового дома «Талина»**, портал Unipack.Ru. – Я думаю, такие пельмени найдут своего покупателя, но не обретут действительно много поклонников. Они рассчитаны на довольно ограниченный круг, ведь консервированные пельмени удобно брать с собой в дорогу, в поход и, пожалуй, на этом все. В домашних условиях вряд ли кто-то предпочтет их. Длительный срок хранения не слишком привлечет потребителей. Люди начали больше заботиться о своем здоровье, обращать внимание на полезные качества продуктов, поэтому многие выбирают продукты с небольшим сроком годности».

Расширение линейки продукции за счет ориентации на более узкие группы потребителей, наблюдающееся на рынке, отражается и на дизайне упаковки. Например, как сообщает ADVIS.ru, производственная компания «Мириталь» в этом году представила новинку – пельмени Disney. Под ТМ Disney вышли пельмени двух видов: с изображением героев мультфильма «Принцессы» – «Для юных принцесс» и с изображением героев мультфильма «Тачки-2».

«Дисней» заботится о правильном и здоровом питании, поэтому на лицевой стороне яркой и красочной упаковки есть рекомендация: «Одна порция – 18 пельмешек». На каждой упаковке – двухслойная наклейка с любимыми героями. Первый слой необходимо отклеить в обозначенном месте, после его снятия появится наклейка с героями мультфильма (всего пять разных видов). Эту наклейку можно переносить на любую поверхность.

В целом дизайн упаковки для замороженных полуфабрикатов имеет много возможностей для развития и совершенствования. Появление новых материалов с нестандартными свойствами и возможности полиграфической печати создают для производителей бесчисленное количество творческих комбинаций, позволяющих выделить свой продукт среди предложений конкурентов. **МС**

ФИБРОУЗНАЯ ОБОЛОЧКА BRILLIANT

Новый внешний вид для потребителей

Новая технология изготовления оболочек для вас

ViskoTeepak® представляет фиброузную оболочку Brilliant.

Этот новый продукт объединяет в себе превосходные технические, технологические характеристики фиброузной оболочки и привлекательную блестящую поверхность. Эта оболочка является самой блестящей среди фиброузных оболочек. Новая оболочка сочетает в себе прекрасный внешний вид, превосходную наполняемость, стабильность калибра и повышенную прочность, что типично для всех фиброузных оболочек компании ViskoTeepak®. Эта инновация имеет значительные преимущества при производстве сухих и полусухих колбас всех видов. Производители оценят ее по достоинству.



Дополнительные решения

Чтобы узнать об особенностях и преимуществах этой новой оболочки, посетите сайт www.viskoteepak.com
Московское представительство компании Виско Типак: тел. 8-495-956-0960, e-mail: info@viskoteepak.com



Компания: «Поли-клип Систем ГбмХ & Ко. КГ»
Нидеккерштрассе, 1
65795 Хаттерсхайм, Германия
телефон: +49 6190 88-86-34,
факс: +49 6190 88-86-15341
e-mail: marketing@polyclip.com
www.polyclip.com

Новинка – клипсованный тюбик clip-tube®

Компания Poly-clip System представляет новое, «умное» решение в качестве выгодной альтернативы упаковке в тюбики: упаковка clip-tube® для плавленого сыра, кремов, бутербродных масс, колбас мажущейся консистенции, рыбных паст, майонезов, горчицы и многих других пастообразных продуктов.

Новые горизонты

Упаковка clip-tube® – это цилиндр из пленки, заклипсованный с обеих сторон с закрепленным на одном из торцов резьбовым носиком-насадкой и колпачком. Изготавливаемая с помощью системы CBS Cap Bonding System упаковка, создающая высочайшие конкурентные преимущества, поможет открыть новые горизонты рынка.

Она изготавливается размером от 30 мл и обеспечивает в диапазоне диаметров от 18 мм до 50 мм значительные преимущества в сравнении с обычным тюбиком:

- упаковка приятнее на ощупь и легче выдавливается;
- обычные тюбики в силу напряжения материала после каждого выдавливания «подсасывают» воздух, который может вступать в реакцию с содержимым – в упаковке clip-tube® этого не происходит;
- обычный тюбик редко используется до конца – благодаря мягкой пленке clip-tube® выдавливание происходит проще и лучше, поэтому можно использовать все содержимое упаковки;
- цилиндрическая форма упаковки всего за один рабочий процесс позволяет обеспечить более плотную укладку в картон по сравнению с обычными конусообразными тюбиками.



Clip-tube® оптимальна для удобного порционирования, декорирования и привлекательной презентации продукта и является выгодной альтернативой упаковке в тюбики.



- упаковка занимает меньше места на полке в торговом зале, при исполнении под евро-крючок продукт можно презентовать в навешенном виде, даже в холодильном прилавке;

- упаковка clip-tube® лучше выделяется на торговых полках и заметно отличается от конкурентной продукции.

Как изготавливается упаковка clip-tube®?

Автомат термосварки и клипсования TSCA с гидравлическим дозирующим насосом HDP и система CBS Cap Bonding System образуют автоматическую линию для производства упаковок clip-tube®. На верхний торец заклипсованного с обеих сторон цилиндрика наклеивается пластиковая шайба с резьбой, на которую, благодаря своей модульной конструкции, CBS позволяет с каждой своей рабочей станции навинчивать различные насадки: например, носики-насадки, колпачки или колпачки под евро-крючки. Рабочие станции количеством до восьми штук обслуживаются при этом поворотным диском с электроприводом. Качающиеся конвейеры обеспечивают отдельную подачу насадок и их правильное позиционирование – благодаря этому процесс производства не прерывается. Центральный дисплей на поворотном устройстве гарантирует надежное управление всеми производственными процессами. Для регистрации производственных данных, дистанционного обслуживания и диагностики имеется интерфейс Ethernet. Автомат легко переоснащается. Благодаря простой замене приемного инструмента система CBS быстро перенастраивается на различные диаметры и длину продукта. Не подверженные коррозии материалы и встроенные защитные дверцы обеспечивают максимальную безопасность и гигиену. **Р**



Событие: **17-я Международная специализированная выставка упаковочного оборудования, технологий и материалов RosUpack**

RosUpack-2012: Открывая новое!



С 18 по 22 июня в московском ВВЦ пройдет 17-я Международная специализированная выставка упаковочного оборудования, технологий и материалов RosUpack.

Организатор имеет значение

Организатор выставки RosUpack, Международная выставочная компания MVK, является одной из ведущих выставочных компаний России. Ежегодно MBK организует более 20 международных промышленных выставок, среди которых такие признанные выставочные бренды, как RosUpack и Polygraphinter. В 2010 году MVK вошла в состав группы компаний ITE, ведущего международного выставочного организатора, образовав тем самым крупнейшую компанию на российском выставочном рынке.

Признание профессионального сообщества

RosUpack – это успешный, многолетний выставочный проект. За более чем 17-летнюю историю проведения выставки это подтверждено активным членством в авторитетных профильных сообществах международного и национального уровней. Выставка проводится при поддержке Правительства Москвы, ТПП РФ, МТПП, Ассоциации

«ПАКМАШ» и «НКПак», Конфедерации организаторов упаковочных выставок COPE, Европейской ассоциации производителей гофрированного картона FEFCO, Всемирной организации упаковщиков WPO, Союза выставок и ярмарок СНГ и стран Балтии (СВЯ), UFI – Международного Союза Ярмарок и других профессиональных ассоциаций.

История и современность

Вот уже 17 лет RosUpack развивается вместе с рынком упаковки, отражая тенденции и новейшие достижения индустрии. Упаковка сегодня – это высокотехнологичный конкурентоспособный инструмент, который позволяет сохранять и продвигать товар на рынке. Основной вопрос, который в настоящее время стоит на отечественном рынке – это развитие именно российских инноваций в производстве. Способствует решению этого вопроса и выставка RosUpack. Ежегодно экспонентами проекта становятся более 700 компаний из 30 стран мира на общей выставочной площади 25 тыс. м². Уникальность проекта заключается в интегрированном подходе к тематике мероприятия – это комплексное событие, включающее в себя все сегменты упаковочной индустрии, а также содержательную деловую программу, затрагивающую наиболее актуальные вопросы отрасли.

Посетители

По данным регистрации 2011 года ознакомиться с экспозицией пришли 19 655 уникальных посетителей. При этом значительную часть посетителей составляют представители различных регионов РФ. Представители российских компаний на выставке RosUpack-2011 составили 94% всех посетителей выставки. Доля иностранных

посетителей составила 6%. Коммерческая активность выставки ощущалась все дни ее проведения. Так, в 2011 году число посетителей RosUpack выросло более чем на 25% по сравнению с 2010 годом, а более 65% посетителей приходили на выставку повторно. Упаковка сегодня – это не только средство хранения и транспортировки товаров, но и рекламный инструмент, позволяющий завоевывать рынки и развивать технологии розничных продаж. Именно поэтому на RosUpack приходят представители пищевой промышленности, составляющие доминирующую часть потребителей, фармацевты и производители косметологической продукции, производители строительных материалов, товаров народного потребления, маркетологи, дизайнеры, студенты.

Новая площадка

Для дальнейшего развития выставки организаторами произведено тематическое разделение экспозиции на основные направления: «Оборудование», «Готовая упаковка», «Сырье и расходные материалы», «Этикетка», «Логистика и склад». Для удобства посетителей каждый тематический сектор имеет собственный логотип, что позволит оптимизировать навигацию на выставке.

На сегодняшний день мы можем сказать, что 90% выставки уже скомплектовано. Количество участников, подавших заявки на участие в RosUpack-2012, на 30% превышает количество участников на аналогичный период прошлого сезона.

В рамках развития выставки RosUpack было принято решение о проведении мероприятия в 2012 году на новой площадке – в современном, функциональном павильоне №75 на ВВЦ. Выставка имеет многолетнюю историю успеха, и по мере ее развития организаторами осуществлялись многочисленные изменения для обеспечения ее дальнейшего роста и расширения. Перенос выставки на ВВЦ является частью масштабного плана, реализация которого началась в январе 2011 года и открывает новую главу в развитии выставки. Павильон №75, где пройдет мероприятие, имеет уникальную планировку залов – единое пространство без колонн. Сам выставочный центр находится практически в центре Москвы, куда гораздо удобнее добираться из любой точки города. Новое место проведения позволит экспонентам продемонстрировать свою продукцию максимальному количеству посетителей и даст новый импульс развитию выставки. **MC**

Автор: **Вера Евелева,**
к. т. н., ведущий научный
сотрудник ГНУ ВНИИ пищевых
ароматизаторов, кислот
и красителей Россельхозакадемии

тел.: (812) 273-41-08,
тел./факс: (812) 273-75-24
e-mail: vniipakk@peterlink.ru,
v.eveleva@yandex.ru, v.eveleva@mail.ru

Инновационные пищевые добавки, повышающие качество и безопасность продуктов питания

Применение пищевых добавок обеспечивает решение целого ряда актуальных проблем, в том числе улучшения потребительских характеристик продуктов, увеличения сроков хранения скоропортящихся пищевых продуктов, расширения ассортимента продуктов питания функционального назначения, повышения конкурентоспособности продукции на рынке.

В современной пищевой промышленности все большее значение приобретают лактатсодержащие добавки. Это обусловлено повышенным спросом на продукты здорового питания с увеличенными сроками годности. К числу разрешенных к применению в пищевой промышленности относится целый ряд индивидуальных лактатсодержащих добавок, на производство которых разработана нормативная и техническая документация (табл. 1). Наиболее значимыми среди индивидуальных лактатсодержащих пищевых добавок являются молочная кислота, лактаты натрия, калия и кальция.

В условиях нестабильного качества поступающего на переработку сырья для решения задачи улучшения и стабилизации потребительских свойств выпускаемой продукции применяют, как правило, комплексные пищевые добавки, позволяющие получать необходимый технологический эффект.

Можно отметить, что при увеличении ассортимента ингредиентов до настоящего времени большая часть используемых в отечественных пищевых технологиях ингредиентов поставляется в кристаллической или порошкообразной форме.

Исходя из результатов многолетних исследований, проводимых в ГНУ ВНИИПАКК, было установлено, что комплексные пищевые добавки на основе безвредных

Таблица 1.
Нормативная и техническая документация на индивидуальные лактатсодержащие добавки и их производство (разработки ГНУ ВНИИПАКК)

Наименование	Номер	Дата введения в действие
Межгосударственный стандарт «Кислота молочная пищевая. Технические условия»	ГОСТ 490-2006	с 01.11. 2007 г.
Добавки пищевые. Натрий молочнокислый (лактат натрия) Е325. Технические условия; Технологическая инструкция по производству лактата натрия пищевого	ГОСТ Р 53119-2008; ТИ 074-00334557-02	с 01.01. 2010 г.
Добавки пищевые. Калий молочнокислый (лактат калия) Е326. Технические условия; Технологическая инструкция по производству лактата калия пищевого	ГОСТ Р 53039-2008; ТИ 078-00334557-02	с 01.01. 2010 г.
Добавки пищевые. Кальций молочнокислый (кальция лактат) Е327. Технические условия; Технологическая инструкция по производству кальция молочнокислого 5-водного пищевого	ГОСТ Р 53943-2010; ТИ 027-00334557-98	с 01.01. 2012 г.
Лактат магния 2-водный пищевой. Технические условия; Технологическая инструкция по получению пищевой добавки лактата магния пищевого 2-водного	ТУ 9199-084-00334557-2009; ТИ 118-00334557-2009	
Лактат железа 2-водный пищевой. Технические условия; Технологическая инструкция по получению пищевой добавки лактата железа 2-водного	ТУ 9199-089-00334557-2010; ТИ 125-00334557-2010	

лактатсодержащих ингредиентов в виде сиропообразных жидкостей создают предпосылки для развития индустрии продуктов здорового питания. Жидкая форма пищевых добавок обеспечивает наиболее эффективное диспергирование и равномерное распределение, а также оптимальную биологическую доступность функциональных ингредиентов.

При разработке комплексных пищевых добавок исходили из того, что максимальная реализация их потенциала возможна на основе синергетического действия входящих в состав компонентов. Выбор предпочтительных ингредиентов и технологий новых пищевых добавок проводили по общепризнанной схе-

ме реализации принципов пищевой комбинаторики. Учитывали физиологическую безвредность компонентов, растворимость в воде, обеспечение жизнеспособности и биосинтетической активности используемых в технологиях микроорганизмов-продуцентов, а также отсутствие нежелательных органолептических изменений готового продукта.

Получение комплексных пищевых добавок осуществляли путем синтеза с использованием в качестве сырья различных пищевых кислот и соединений калия, натрия и кальция, а также йодсодержащих соединений и глицерина преимущественно отечественного производства. При варьировании состава и физико-химических показателей реакционной среды установлены зависимости, на основе которых оптимизированы технологические параметры процессов получения целевых продуктов, обеспечивающие стабильность достигнутых показателей качества при длительном хранении. В ходе апробации полученных добавок в технологиях, требующих их применения, установлены эффекты синергетического взаимодействия ингредиентов и их функционально-технологическое действие.

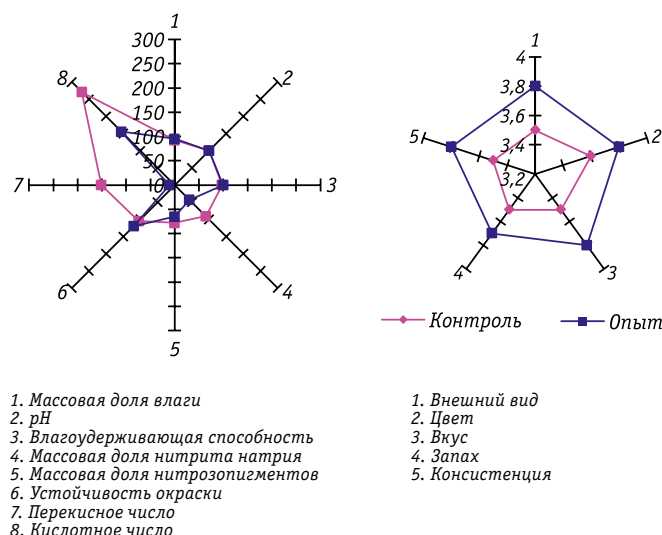
В результате многолетних и многоплановых исследований разработана серия комплексных лактатсодержащих пищевых добавок, сфера применения которых охватывает практически все отрасли пищевой промышленности. Приоритетным в настоящее время является использование их в производстве мясо- и рыбных продуктов, кисломолочных продуктов, хлебобулочных и кондитерских изделий, продуктов переработки плодов и овощей.

По технологическому действию созданные пищевые добавки условно могут быть разделены на группы:

- «Дилактин-S», «Дилактин-R», «Подкислитель комплексный 01», «Подкислитель комплексный 02», «Карамелан» – для регулирования и стабилизации кислотности;
- «Йоддилактин-S», «Йоддилактин-R», «Дилактин-Sa растворимый» – для обогащения продуктов биодоступными нутриентами;
- «АЛ-1», «Дилактин-Sa Форте», «Лапкарин» – для предупреждения картофельной болезни и плесневения хлеба и хлебобулочных изделий;
- «Дилактин Форте», «Дилактин Форте Плюс» – для повышения микробиологической и токсикологической безопасности и продления сроков хранения продукции животного происхождения.

Вместе с тем все перечисленные комплексные лактатсодержащие пищевые добавки являются multifunctional. Так, «Дилактин-S» и «Дилактин-R», вводимые в рецептуры мясных продуктов в качестве регуляторов кислотности, способствуют ускорению процессов трансформации нитрита натрия, участвующего в процессах цветообразования в период термообработки. Это приводит к значительному снижению остаточного нитрита натрия через одни сутки хранения вареных колбас и, соответственно, достижению

Рисунок 1.
Сравнительная характеристика показателей вареной колбасы при использовании пищевой добавки «Дилактин-S»



Примечание:

- характеристики показателей представлены в относительных единицах к величине показателя в контроле через одни сутки хранения;
- характеристики органолептических показателей представлены в баллах.

Рисунок 2.
Изменение содержания йода в поваренной йодированной соли и комплексной лактат- и йодсодержащей добавке в зависимости от температуры термической обработки (продолжительность экспозиции 1 час)

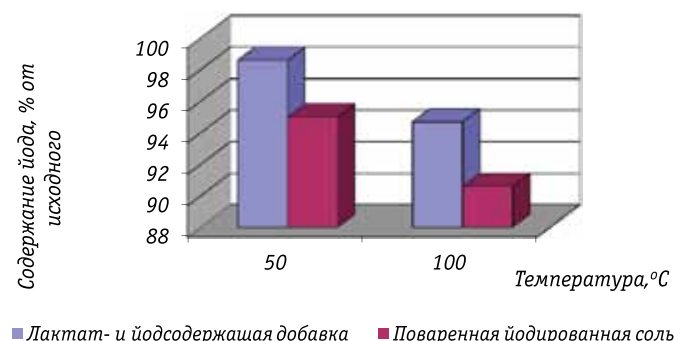


Таблица 2.
Сравнительная характеристика кальцийсодержащих добавок

Наименование показателя	Значение показателя	
	Известная добавка (Заявка 0456855 ЕПВ)	«Дилактин-Sa растворимый»
Внешний вид	Прозрачная жидкость, бесцветная или светло-желтого цвета	Прозрачная сиропообразная жидкость, бесцветная или светло-желтого цвета
Вкус	Кислый	Солоновато-сладковатый с кисловатым привкусом
Массовая доля кальция в биодоступной форме, %	0,7-1,0	2,0-2,5
pH	2,9-3,0	4,3-6,3
Буферная емкость, мл 0,1 н HCl	127-129	418-580
Плотность при 20 °C, г/см³	1,044-1,045	1,310-1,320

необходимого безопасного уровня его содержания. При этом отмечается торможение процессов окислительной и микробной порчи, что существенно повышает безопасность (рис. 1).

«Йоддилактин-S» и «Йоддилактин-R», а также «Дилактин-Са растворимый» – пищевые добавки функционального назначения для обогащения продуктов биодоступными нутриентами одновременно проявляют свойства буферных агентов, синергистов, антиоксидантов, наполнителей и регуляторов кислотности. Разработанные добавки «Йоддилактин-S» и «Йоддилактин-R», обладая высокой буферной емкостью, превосходят по термоустойчивости йодированную поваренную соль (рис. 2).

Кальцийсодержащая добавка «Дилактин-Са растворимый» отличается растворимостью, превышающей в 1,5-8 раз показатель лактата кальция при температурах от 0 °C до 40 °C и отсутствием кристаллообразования при температурах до минус 20 °C. Оптимальное соотношение компонентов в ее составе обеспечивает достаточно высокое содержание кальция в биодоступной форме, технологически значимый интервал активной кислотности, буферное и антимикробное действие, улучшенные органолептические и функционально-технологические показатели по сравнению с известными кальцийсодержащими пищевыми добавками (табл. 2).

Пищевые добавки «Дилактин Форте» и «Дилактин Форте Плюс», разработанные для повышения микробиологической и токсикологической безопасности и пролонгирования сроков хранения продуктов животного происхождения, эффективно сохраняют свежесть мясных и рыбных продуктов, мяса птицы, майонезов и соусов. Технологическая эффективность добавок достигается за счет формирования в продуктах мультислойа из неактивной связанной воды, препятствующего росту микроорганизмов (рис. 3), и барьерного слоя с лактатами, тормозящими протекание гидролитических химических реакций (табл. 3). Можно отметить, что такой продукт соответствует современным медико-биологическим требованиям, предъявляемым к продуктам здорового питания.

В ходе лабораторных и производственных испытаний определена эффективность применения разработанных институтом комплексных лактатсодержащих добавок в пищевых технологиях. В соответствии с нормативными требованиями созданы аппаратурно-технологические схемы производства добавок и необходимая техническая документация на их получение и применение. Разработанные добавки, технологии их получения и применения запатентованы.

По совокупности технологических преимуществ и использования отечественных сырья и материалов при получении созданные ГНУ ВНИИПАКК Россельхозакадемии комплексные лактатсодержащие пищевые добавки представляют интерес как объекты инноваций в пищевых технологиях, как ключ к решению вопроса о развитии рынка пищевых ингредиентов, повышающих качество и безопасность продукции.

Поворотным пунктом в развитии рынка отечественных пищевых ингредиентов стало создание в 2011 году компании ИНПАКК, соучредителем кото-

Рисунок 3. Изменение активности воды (aw) мяса птицы в зависимости от продолжительности обработки (через 8 суток хранения)

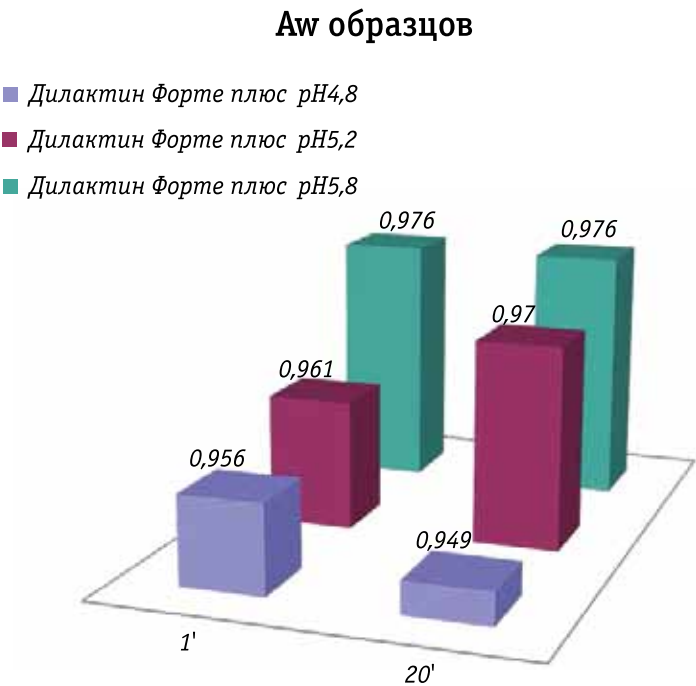


Таблица 3. Изменение массовой доли лактата натрия при смещении среза мышечной ткани от поверхности к центру

Наименование показателя	Срез мышечной ткани по порядку от поверхности к центру				
	1	2	3	4	5
Массовая доля лактата натрия в вытяжке из среза, %	0,60±0,02	0,54±0,03	0,28±0,02	0,19±0,04	0,14±0,03
Толщина срезанного слоя мышечной ткани, мм	1,5±0,07	1,5±0,06	1,5±0,05	1,5±0,07	1,5±0,07

рой является ГНУ ВНИИПАКК, освоившей производство разработанных институтом технологически эффективных и полезных для организма человека пищевых добавок в технологически удобной жидкой форме, соответствующей современной тенденции мировой практики использования экологически безопасных жидких пищевых добавок. Ассортимент продукции предприятия на сегодняшний день не так широк, насчитывает всего два наименования: «Карамелан» (ТУ 9199-091-00334557-2011) и «Дилактин Форте Плюс» (ТУ 9199-093-00334557-2011), зарегистрированные в Роспотребнадзоре как новые пищевые добавки для применения на территории Таможенного союза. Основу вырабатываемых пищевых добавок составляют лактатсодержащие ингредиенты, применяемые в пищевой промышленности для сохранения потребительских свойств продуктов питания и обеспечения их безопасности для здоровья человека по принципу «quantum satis». В ближайшее время планируется расширение спектра вырабатываемых пищевых добавок. **МС**

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

Тушенка: соя, шкура и ливер вместо мяса



Из протоколов независимой экспертизы следует, что, рассчитывая пополнить свои энергетические запасы за счет тушенки, в 60% случаев потребители не только не получают желаемого эффекта, но и могут навредить своему здоровью.

По данным Санкт-Петербургской общественной организации потребителей «Общественный контроль», 70% мясных консервов не соответствуют ГОСТу.

Двенадцать

С окончанием Великого Поста и наступлением дачного сезона спрос на мясные консервы заметно возрастает. Этим пользуются отдельные недобросовестные изготовители. Они увеличивают выпуск дешевых и, как правило, не всегда качественных консервов под маркой «ГОСТ». В поисках настоящей тушенки «Общественный контроль» закупил в магазинах города 12 образцов мясных консервов разных изготовителей и передал их на исследование в испытательную лабораторию ФБУ «Тест-С.-Петербург».

Как рассказал **Всеволод Вишневецкий, председатель СПБ ООП «Общественный контроль»**, в лабораторию отправились десять образцов, выпущенных по ГОСТу, и два образца, сделанных по ТУ. В ходе испытаний выяснилось, что из десяти ГОСТовских образцов семь ничего общего с ГОСТ 5284-84 не имели. Причем пять из этой «великолепной семерки» были приобретены в печально известном ТК «Народный», что на пр. Косыгина, 21/1, а четыре фальсифицированных образца были произведены в Ленинградской области! Три образца, сделанные по

ГОСТу (и два по ТУ), были признаны соответствующими требованиям нормативных документов.

Почем нынче фальсификат?

Самыми дорогими оказались консервы производства ООО «Консервпром» (Ленинградская область). 525-граммовая банка с говядиной тушеной первого сорта стоила 129 рублей 90 копеек. За эти деньги покупателям предлагались консервы с заниженной массовой долей белка (9,2% вместо положенных по ГОСТу «не менее 15%»), а также с заниженной массовой долей мяса и жира – 41,8% вместо «не менее 54,0%». Получается, что в банке не хватает 1/4 продукта, а изготовители с торговой сетью пополам положили себе в карман сверхприбыль в 32 рубля. Таким образом, можно предположить, что за каждую партию такой вот тушенки, насчитывающую не одну тысячу банок, потребители переплачивают десятки, а то и сотни тысяч рублей.

На втором месте по дороговизне стоит образец говядины тушеной от ООО «Елинский пищевой комбинат» (Московская область) – 75 рублей за банку 338 г. В эту стоимость входил на треть заниженный белок и на 1/4 заниженная массовая доля мяса и жира. Точно такие же нарушения у образцов елинской тушенки были выявлены «Общественным контролем» и в 2010, и в 2011 годах. Управление Роспотребнадзора по



В ходе испытаний выяснилось, что из десяти ГОСТовских образцов семь ничего общего с ГОСТ 5284-84 не имели.



МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

Дмитрий Поздняков,

исполнительный директор
Северо-Западной Мясной Ассоциации:

Результаты экспертизы тушенки из говядины, проведенной СПБ ООП «Общественный контроль», помимо чисто практического применения для потребителей, фокусируют внимание общественности на еще одной важной проблеме, а именно соблюдении производителями законодательства в области безопасности и качества пищевых продуктов. В этой связи показательным является та доля продукции, которая несмотря на обозначение «ГОСТ 5284-84» этому стандарту не соответствует.

Выявленные нарушения в меньшей степени могут повлиять на здоровье людей, они скорее несут в себе опасность развития тотального недоверия к самому понятию ГОСТ как гаранту качества и безопасности продукции. Нарушая нормы и рецептуры, причем делая это под вывеской «ГОСТ», производители закладывают «мину замедленного действия» сами себе. Со временем покупатели окончательно перестанут доверять «гостовской» продукции, что отразится на всех – и на добросовестных, и на недобросовестных производителях.

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.

СПб, обрабатывая сигнал общественной организации, в прошлом году даже сняло с реализации одну партию тушенки. Однако, как видим, изготовитель и не собирается исправляться.

А вот с образцом говяжьих консервов торговой марки «Русь» (г. Старая Русса) все наоборот. Если в прошлые годы старорусская тушенка испытания прошла успешно, то в этом году – провалила. Белок и массовая доля мяса и жира занижены (47,4% вместо 56,5%), а массовая доля жира завышена (19,1% вместо 17%).

«Все эти показатели находятся в тесной взаимосвязи, – говорит **декан факультета пищевых технологий Санкт-Петербургского государственного университета низкотемпературных и пищевых технологий Александр Ишевский.** – Если вы положили мало мяса и много жира, белку просто неоткуда взяться. Кроме того, наши производители зачастую используют не мышечную, а соединительную ткань животных, еще хуже – ливер, ко-

торые изначально содержат меньшее количество белка».

Не соответствовал ГОСТу и образец говядины тушеной ТМ «Мясомолпрод» (ООО «Мир консервов», Московская обл.). В банке за 44 рубля 90 копеек белка оказалось 9,2% вместо 15%.

Самой дешевой (32 рубля 90 копеек) и самой облегченной с точки зрения содержания мяса оказалась «Говядина тушеная» от ЗАО «Мясокомбинат «Санкт-Петербург» (Ленинградская обл.): 39,1% мяса и жира – это своеобразный рекорд экспертизы! Содержание белка – 7% вместо 15%!

Прокуратура и Роспотребнадзор бессильны?

Образец консервов «Говядина тушеная» ТМ «Потанино» (ЗАО МПК «Пашский») огорчил специалистов тем, что помимо несоответствий по белку (занижен более чем в 2 раза!) и массовой доле мяса и жира (занижена в 1,5 раза!) в его составе был обнаружен соевый белок, не предусмотренный рецептурой ГОСТа.

Такие результаты удивительны еще и тем, что буквально полгода назад ЗАО МПК «Пашский» проверяла прокуратура вместе с Роспотребнадзором. Тогда при осмотре производственно-

го комплекса было установлено, что для приготовления мясной тушенки на производстве использовались обрезки с голов и шкур, остатки репродуктивных органов и иные субпродукты животного происхождения. Предприятие было оштрафовано и даже закрыто на несколько дней. Однако, похоже, урок прошел даром: фальсификат продолжает поступать на рынок из деревни Потанино Ленинградской области.

Образец продукции ЗАО «Волховский МК» также был забракован по показателю «соответствие состава фарша». Только вместо растительного белка в банке был обнаружен искусственно внесенный животный (содержится в субпродуктах). «Так как ГОСТ не предусматривает такого ингредиента в рецептуре, перед нами чистой воды фальсификат», – прокомментировала **специалист лаборатории ФБУ «Тест-С.-Петербург» Ирина Швейкина.**

Некачественные консервы снизят работоспособность

Низкая массовая доля белка в консервах автоматически приводит к снижению их пищевой и энергетической ценности. По словам **доцента кафедры сестринского дела и социальной работы с курсом диетологии СПб Северо-Западного медицинского университета им. И. И. Мечникова Ларисы Лавут,** недостаток белка, особенно при физических нагрузках, приводит к негативным последствиям для здоровья. Это и нарушения гормонального фона, и сбой в деятельности желез внутренней секреции. Вследствие этого ухудшается усвоение питательных веществ, многих микроэлементов, полезных жиров, витаминов. Кроме того, дефицит белка способствует ухудшению памяти, снижению работоспособности, ослаблению иммунитета, потере мышечной массы.

Из протоколов независимой экспертизы следует, что, рассчитывая пополнить свои энергетические запасы за счет тушенки, в 60% случаев потребители не только не получают желаемого эффекта, но и могут навредить своему здоровью.

По словам Всеволода Вишневецкого, все материалы проверки качества мясных консервов СПБ ООП «Общественный контроль» направил в управления Роспотребнадзора по Санкт-Петербургу и Ленинградской области. Проверки уже идут. О результатах он пообещал сообщить дополнительно. **ms**

MATIMEX

www.matimex.at

Автомат двойного клипсования Poly-Clip FCA 160



- Для диаметров 38 - 160 мм и до 160 циклов в минуту
- Высокая производительность
- Оптимизированные фаршевытеснитель и форма клипс
- Центральная смазочная система
- Инновационные клипсы R-ID



MATIMEX GmbH
Großbauerstraße 8,
1210 Wien, Austria
Tel. +43 1 2905173
matimex@matimex.at

ООО «МАТИМЭКС»
121357, Россия
Москва, ул. Вере́йская 29, стр. 134
Тел. +7 495 7877797
matimex@mtmx.ru

Almi

AB

alco⁺
food-machines

AB AUDION

AUTOTHERM
Clean and
Safe Technology

EFA

FUJI

HAEK

JWE

KITTNER

KT

KNECHT

LASKA

MAJA

MeatMaster[®]
Meat Processing Solutions

MTE

poly-clip[®]
SYSTEM

PREMIUM
PACK

RENNER
ENGINEERING

SYS

STARFROST
FROZEN FOODS SYSTEM

TAVIL

TREB



PREMIUMPACK –

австрийская компания, специализирующаяся на производстве 9-ти слойных высоко-барьерных термоусадочных пленок и пакетов на базе EVOH, а так же классических высоко-барьерных пленок и пакетов.

Упаковочные материалы от **PREMIUMPACK** сохраняют качество конечного продукта и продлевают срок его хранения. Широкая палитра наших продуктов включает в себя упаковочные пленки и пакеты для упаковки свежего и охлажденного мяса, мяса на кости, мясной продукции и полуфабрикатов, сыра, рыбы и морепродуктов.

PREMIUMflex

PREMIUMmax

PREMIUMfresh

PREMIUMcheese



www.premiumpack.at

Цвет имеет значение!



В широкой палитре высокоэффективных и экономичных красителей **SCHALLER TECHNOLOGY®** найдется подходящее решение для любой задачи - будь то вареная колбаса, ветчина или сырокопченая салями. Наши красители позволяют сгладить цветовые колебания натурального мясного сырья, усилят и надолго сохранят естественный цвет готового продукта.

Сделайте шаг навстречу ожиданиям потребителя, выберите Ваш цвет!



АВИС | ДАРС | СПАСКИЙ И ПАРТНЁРЫ | ПЕТРОМИТ
УПАКПРИНТ ПЛЮС | ШАР-ПЛЮС | БЕЛКРАС 999 | МЯСНОЙ
ДВОР | АГРОИНТЕРКОМ | ЭФФЕКТ | УСПЕХ ПЛЮС
ВЕКТОР | АВЕРС | СТРОЙ-ДОМ | РЕЗОНАНС | ОРИМЭКС
АКСАРТ-СЕРВИС



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

www.schalleraustria.com

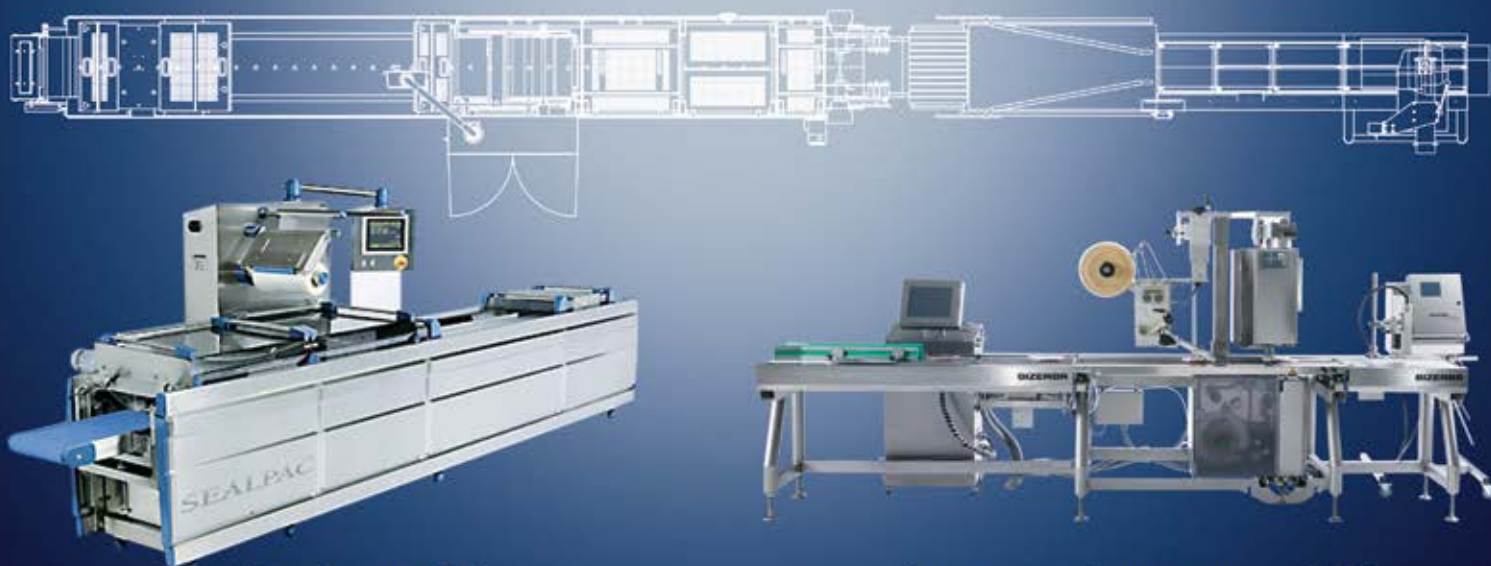


Специалист в решениях по упаковке и весовой маркировке



Для взвешивания, упаковки и этикетирования весовой продукции в пищевой промышленности важна каждая минута: необходимо работать быстро и точно.

Компания SCHALLER LEBENSMITTELTECHNIK® хорошо понимает эти задачи на мясо- и птицеперерабатывающих предприятиях и представляет высокопроизводительные линии, состоящие из термоформера SEALPAC® RE20 и автоматического весового этикетировщика BIZERBA GLM-I, идеально подходящие для средних и крупных производств.



Термоформер RE20

Автоматический этикетировщик GLM-I



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® | VORAN®
ITEC® | FREUND | HOLAC® | LASKA | SEPAMATIC® | KNECHT
INJECT STAR® | NOCK® | REX® | TIPPER TIE TECHNOPACK®
TIPPER TIE ALPINA® | SCHALLER THERMOSTAR®
TOWNSEND | HEINEN FREEZING | WEBER® | SEALPAC®
KOMET | BIZERBA | HAAS

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ

животноводство • птицеводство • свиноводство • молочное скотоводство • рыбоводство • корма • ветеринария



Международная выставка
VIV RUSSIA



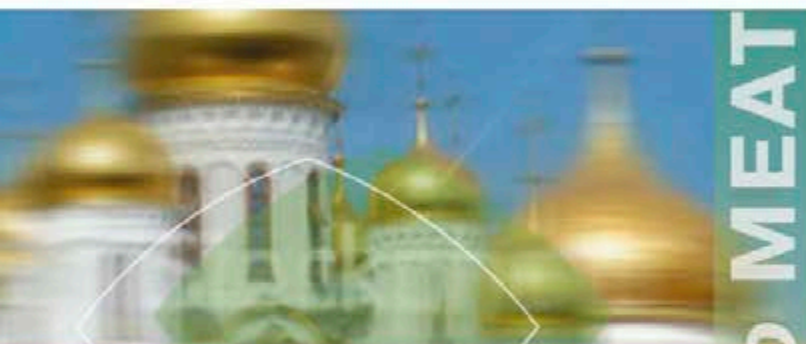
Международная выставка
КУРИНЫЙ КОРОЛЬ



Международная выставка
МЯСНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ



Международная выставка
ИНДУСТРИЯ ХОЛОДА



FEED to MEAT

**22-24
мая
2013 года**

Москва, Крокус Экспо

**Международный форум
инновационных технологий
и перспективных разработок
«ОТ ПОЛЯ ДО ПРИЛАВКА»
для мясной и молочной индустрии**



FIGAP/VIV Mexico 2012

17-19 октября, 2012, Гвадалахара, Мексика

VIV Азия 2013

13-15 марта 2013, Бангкок, Таиланд

VIV Russia 2013

22-24 мая 2013, Москва, Россия

VIV Turkey 2013

13-15 июня 2013, Стамбул, Турция

VIV Europe 2014

20-23 мая 2014, Утрехт, Голландия

Организатор:



Тел.: +7 (495) 797-6914 • Факс: +7 (495) 797-6915

E-mail: info@meatindustry.ru

www.meatindustry.ru • www.viv.net

Organized by:



Пневматическая аппаратура

Камоцци



Воздух движет миром

Предлагаем комплексные решения
по автоматизации технологических
процессов и производств

ПРОИЗВОДСТВО ПНЕВМОЦИЛИНДРОВ
В ТЕЧЕНИЕ 1 ДНЯ

ДОСТАВКА ВО ВСЕ РЕГИОНЫ РФ

НА СКЛАДЕ БОЛЕЕ 10 000 ПОЗИЦИЙ

ОТТОЧЕННАЯ ЛОГИСТИКА



Быть лучшими

www.camozzi.ru

Москва (495) 735 49 61
Владивосток (4232) 20 89 33
Воронеж (473) 200 88 11
Екатеринбург (343) 353 58 31
Иркутск (3952) 50 03 96

Казань (843) 299 60 60
Краснодар (861) 239 70 41
Красноярск (391) 236 58 21
Набережные Челны (8552) 20 34 60
Нижний Новгород (831) 220 55 41

Новокузнецк (3843) 77 76 36
Новосибирск (383) 221 69 54
Обнинск (48439) 2 92 52
Омск (3812) 71 94 94
Ростов-на-Дону (863) 299 01 63

Самара (846) 276 68 92
Санкт-Петербург (812) 326 29 11
Уфа (347) 246 40 76
Челябинск (351) 265 87 64
Ярославль (4852) 73 28 11