

мясная сфера



На пути в Европу

*Если мы не решим проблему с гарантированным обеспечением ветеринарной безопасности, то все страны мира будут иметь веские основания для отказа в доступе российской продукции на их рынки, уверен **Сергей Юшин, руководитель исполнительного комитета НМА.***

24



Запуск товаров под СТМ

Развитие собственных марок стало для многих торговых сетей одним из стратегически важных направлений развития на 2010-2012 годы.

38

Современные ингредиенты: искусство выделяться

Ассортимент мясопродуктов постоянно расширяется, обновляется, дополняется. Особенно это касается сегмента колбасных изделий, который в последнее время демонстрирует уверенный рост. Повышенным спросом у мясопереработчиков пользуются ингредиенты для колбас, позволяющие выделить свою продукцию среди конкурентов. / стр. 8.



13-я МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
**ПИЩЕВЫЕ ИНГРЕДИЕНТЫ
ДОБАВКИ И ПРЯНОСТИ**

Теперь на ВВЦ!



23 –26 Ноября 2010
Россия, Москва, ВВЦ

technofood
MOSCOW • 2010

5-ый СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ РАЗДЕЛ
**ОБОРУДОВАНИЯ, УПАКОВКИ И ТЕХНОЛОГИЙ
ДЛЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Организатор:



ITE LLC Moscow
Тел.: +7 (495) 935 7350
Факс: +7 (495) 935 7351
ingredients@ite-expo.ru

ITE Group Plc
Тел.: +44 207 596 5188
Факс: +44 207 596 5113
agil.karimov@ite-exhibitions.com



УПАКОВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ДЛЯ ПИЩЕВОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ

ФИБРОУЗНЫЕ ПАКЕТЫ

Огромный выбор форм
и размеров

Широкая цветовая гамма
оболочек (до 42 цветов)

Нанесение печати
до 6 цветов

— для создания ярких
новинок и вкусных
праздничных сувениров!



Форма, привлекающая
внимание!



СОБСТВЕННОЕ
ПРОИЗВОДСТВО
КОМПАНИИ ЛОГОС!

Санкт-Петербург
(812) 334 21 21

Москва
(495) 784 67 18

Ростов-на-Дону
(8632) 23 22 44

Челябинск
(351) 792 29 20

www.logosltd.ru



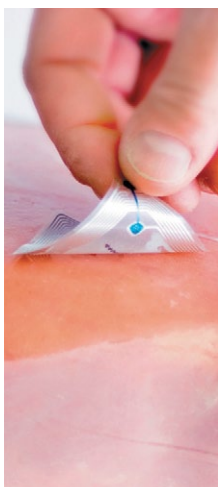
METALQUIMIA MASTERWORKS

Откройте **новые шедевры МЕТАЛКИМИИ**



Альтернатива
ТЕНДЕРИЗАЦИЯ

3-и новых пути
улучшения
экстракции
мясных протеинов,
связи и расчетного
выхода при
нарезке



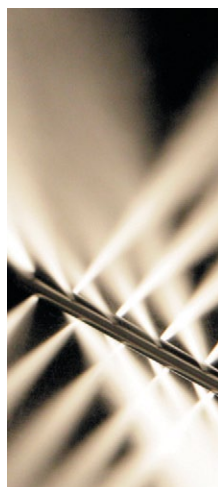
IDFOOD
Автоматизация

Решения RFID
«под ключ» для
мясной
промышленности



TWINVAC
Точность и
компактность

Высокая точность,
сверхуплотность
при автоматической
набивки
цельномышечных
мясопродуктов



Инъекция и
маринование
PLUS

Возрождение
звезды:
обновленные
процессы
инъектирования и
маринования
посредством
эффекта спрей



Автоматические
линии: TWINLINE
& COOKLINE

Максимальная
автоматизация,
непревзойденная
рентабельность
линий
по производству
вареных ветчин



Процесс QDS

Технология прорыва
для сушки и
созревания
мясопродуктов

METALQUIMIA, S.A.

S. Ponç de la Barca, s/n - 17007 GIRONA · SPAIN

Tel. (34) 972 21 46 58 - Fax (34) 972 20 00 11

info@metalquimia.com - www.metalquimia.com





ВАШИМ ПРОДУКТАМ ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО!

С высоковакуумной
технологией Handtmann

С высоковакуумной технологией
Handtmann

Применение HVF-систем Handtmann обеспечит Вашим продуктам полное удаление воздуха, добываясь тем самым первоклассного качества с четким рисунком на срезе.

К поколению HVF-систем относятся четыре высоковакуумных шприца, разработанные специально для производства определенной группы продуктов. Высокововакуумная технология открывает абсолютно новые возможности в росте производительности, экономичности и повышении качества. Превосходное качество продуктов и привлекательный внешний вид обеспечены благодаря наивысшей степени вакуумирования.



handtmann
Идеи с будущим



Четыре специализированных высоковакуумных шприца: Наилучшее качество продуктов в сочетании с высокой экономичностью производства!

Высоковакуумные шприцы окажут Вам незаменимую помощь в решении самых разных производственных задач и удовлетворят Ваши запросы по производительности, качеству и экономичности.

Преимущество в качестве продуктов

Первоклассное качество продуктов с четким рисунком на срезе благодаря полному удалению остаточного воздуха. Вследствие этого обеспечен более длительный срок хранения и безупречный вид продукта также и в упаковке.

Преимущество в производительности

Наивысшая выработка продукции благодаря превосходному всасыванию и непрерывной набивке без простоев.

Преимущество в эффективности

Высокая точность порционирования и веса за счет оптимальной подачи. Наилучшее вакуумирование для сокращения времени созревания и больший вес продукта для продажи.

Финансовая выгода

Компактная и универсально применяемая система при простом обслуживании и незначительных расходах на содержание.

■ HVF 670

для производства ветчинных продуктов из больших и цельномышечных кусков с отдельными частями более 500 г, включая целые огузки/подбедерки.

■ HVF 664

для производства формованной ветчины из перемолотого материала или продуктов из мелких кусков мяса весом приблизительно до 500 г.

■ HVF 660

для производства сырокопченых колбас большого калибра, вареной салями, вареных колбас, продуктов длительного хранения или твердокопченых колбасок.

■ HVF 658

для производства сырокопченых мясных снеков небольшого калибра или продуктов из очень плотного исходного материала.

**Свободная реализация Ваших идей.
С Handtmann!**



Форум Handtmann

Место для диалога и инноваций.

Вдохновленная тенденциями рынка и собственными идеями фирма Handtmann в тесном сотрудничестве с заказчиками со всего мира реализует высокоэкономичные ключевые технологические решения. Открывшийся форум станет местом, где мы согласуем их с Вами в соответствии с Вашими требованиями и практическими условиями.

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

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	14
АПМ ставят оценки экспоненты		20
	исследование	Мясные полуфабрикаты: выбираем привычное 30



8

Ассортимент мясопродуктов постоянно расширяется, обновляется, дополняется. Именно поэтому повышенным спросом у мясопереработчиков пользуются ингредиенты для колбас, позволяющие выделить свою продукцию среди конкурентов.

тема номера	Современные ингредиенты: искусство выделяться	8	компании /события и факты	Новости	34
отрасль /события и факты	Новости	14	/организация бизнеса	Запуск товаров под СТМ – форма партнерских отношений поставщика и сети	38
	Итоги выставки «Агропродмаш-2010»	18	/крупным планом	Наука как творчество, жизнь как работа	42
	АПМ ставят оценки экспоненты	20	производство /события и факты	Новости	46
/крупным планом	На пути в Европу	24	/управление	Новые стандарты на мясные продукты	49
/тенденции	Время революционных переворотов прошло	26	/оборудование	Производство оболочки из полимерных материалов	52
	Потребительский рынок 2010: от восстановления к росту	28		Россия – страна возможностей	55
/исследование	Мясные полуфабрикаты: выбираем привычное	30		Мир Интермик: от куттеров до клипс	56

содержание

производство	46
Тайна российской двойственности	61
ингредиенты	Концепт малого производства в России 66

В среднем по миру доля СТМ составляет около 17%, но в зависимости от уровня развития рынков и степени проникновения форматов современной торговли в разных странах этот показатель колеблется от десятых долей процента до почти половины розничного товарооборота.

38



72

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

производство <i>/оборудование</i>	«Все флаги в гости будут к нам»	58	производство <i>/ингредиенты</i>	Реструктурированные мясные продукты с использованием ферментов плазмы крови	70
<i>/упаковка и оболочки</i>	Тайна российской двойственности	61	консалтинг <i>/право</i>	Как защитить свою индивидуальность	72
	Какой должна быть идеальная упаковка?	64	<i>/календарь событий</i>	Выставки, мероприятия	76
<i>/ингредиенты</i>	Концепт малого производства в России	66			

мясная сфера

№6 (79) 2010

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

Свидетельство о регистрации
ПИ № 77-18553 от 12 октября 2004 года

Адрес редакции:
Россия, 199034, Санкт-Петербург,
Большой проспект В. О., д. 18, лит. А,
БЦ Андреевский Двор, оф. 358,
тел./факс: +7 (812) 70-236-70,
www.sfera.fm

Издатель:
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Генеральный директор:
Алексей Захаров
Руководитель коммерческого
деpartамента:
Ольга Паленова
o.palenova@sfera.fm

Выпускающий редактор:
Виктория Загоровская
editor@sfera.fm


Реклама:
Виктория Паленова
v.palenova@sfera.fm
Зоя Титова
z.titova@sfera.fm

Лулева Екатерина
e.luneva@sfera.fm
Наталья Баранцева
n.barantseva@sfera.fm

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

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

Использование информационных
и рекламных материалов журнала
возможно только с письменного
согласия редакции.

Все рекламируемые товары имеют
необходимые лицензии и сертификаты.
Редакция не несет ответственности
за содержание рекламных материалов.
Материалы, отмеченные значком ,
публикуются на коммерческой основе.

Мнение авторов не всегда совпадает
с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремiuмПресс».
Подписано в печать: 08.11.10.
Тираж: 5000 экз.





Конец 2010 года: подводим итоги, даем прогнозы

В условиях ограниченности отечественных мясных ресурсов и низкого качества поступающего сырья применение пищевых ингредиентов является безальтернативным, так как дает возможность повысить эффективность использования основного сырья при одновременном снижении себестоимости готовой продукции.

Российский рынок мясной продукции насчитывает около 200 наименований, но основной объем производства приходится на колбасные изделия. Соответственно, растет спрос на комплексные смеси, позволяющие максимально удешевить колбасу, не снижая при этом качества продукта. С целью повышения конкурентоспособности участники рынка стали активно внедрять новые ингредиенты в производство.

Как с помощью современных ингредиентов расширить ассортиментный ряд мясных изделий и выделить свою продукцию среди конкурентов – читайте в теме номера.

Пластик в России лидирует при упаковке вареных колбасных изделий и сосисок, стремится выбиться в лидеры в сегменте полукопченых и варено-копченых колбас. О новаторстве и традициях в сегменте пластиковых колбасных оболочек – статья директора по продажам компании «Логос» Виталия Смурыгина «Тайна российской двойственности». Дополняет ее материал «Производство оболочки из полимерных материалов».

Основной тренд рынка мясопереработки – озабоченность производителей снижением издержек – особенно был заметен по количеству предложений и разработок для продуктов низкого и среднего ценового сегмента, представленных на выставке «Агропродмаш-2010». Ее участники поделились на страницах журнала своими впечатлениями от мероприятия и рассказали о представленных новинках.

Впервые в рамках «Агропродмаша» прошел 3-й Международный конгресс производителей, поставщиков и переработчиков мяса MEAT MEETING 2010. С выступлением одного из ключевых спикеров конгресса – руководителя исполнительного комитета Национальной мясной ассоциации Сергея Юшина знакомит материал «На пути в Европу».

Современная экономика диктует свои жесткие правила: качественно производить не означает получать прибыль – важно также умение преподнести и продать продукт. А для этого необходимо знать последние тренды потребительского рынка. О них рассказали президент Гильдии маркетологов Игорь Березин и генеральный директор компании inFOLIO Research Group Олег Клепиков.

Изменившиеся потребительские предпочтения, вызванные снижением доходов россиян и ростом цен на товары и услуги, стали причиной повышенного интереса ведущих игроков продуктового ритейла к товарам под собственными марками. Какие выгоды это может принести производителю – узнаете из материала «Запуск товаров под СТМ – форма партнерских отношений поставщика и сети».

Защита интеллектуальной собственности, в том числе товарного знака, – актуальный вопрос для многих компаний. Если Вы из их числа, значит статья начальника юридического департамента «САФИ Консалтинг» Александра Кирасирова «Как защитить свою индивидуальность» – специально для Вас.

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

Автор:



Виктория
Загоровская

Современные ингредиенты: искусство выделяться

В последнее время пищевые добавки и ингредиенты стали привычным технологическим инструментом и средством модификации свойств исходного сырья, регулирования функционально-технологических свойств мясных систем, корректировки отдельных характеристик готовой продукции, увеличения сроков хранения.

В условиях ограниченности отечественных мясных ресурсов и низкого качества поступающего сырья применение ингредиентов является безальтернативным.

В условиях ограниченности отечественных мясных ресурсов и низкого качества поступающего сырья применение ингредиентов является безальтернативным, так как дает возможность повысить эффективность использования основного сырья при одновременном снижении себестоимости готовой продукции.

Ассортимент мясопродуктов постоянно расширяется, обновляется, дополняется. Особенно это касается сегмента колбасных изделий, который в последнее время демонстрирует уверенный рост. Именно поэтому повышенным спросом у мясопереработчиков пользуются ингредиенты для колбас, позволяющие выделить свою продукцию среди конкурентов.

Наиболее востребованными на рынке остаются белковые компоненты как растительного, так и животного происхождения, позволяющие сохранить пищевую ценность продукта и значительно снизить его себестоимость. Активно развивается группа гидроколлоидов и консервантов. Актуальны различные эмульгаторы и стабилизаторы, позволяющие использовать мясное сырье низких сортов, исключая получение недоброкачественной продукции.

В группе полукопченых и варено-копченых колбас, где технологически уже практически невозможно увеличить уровень

замены мясного сырья, появление на рынке большого количества ароматизаторов позволяет создавать продукты с разнообразной вкусоароматикой.

Популярными остаются комплексные смеси, позволяющие решить сразу несколько проблем: снизить себестоимость, увеличить выход, стабилизировать качество, улучшить внешний вид продукта. Среди производителей полуфабрикатов стабильно востребованы текстуранты, для производства цельномышечных мясопродуктов – шприцовочные препараты. Высоким спросом пользуются ингредиенты, ориентированные на конкретный продукт или решающие конкретную технологическую задачу, например рассол для инъектирования грудинки или смеси, позволяющие нивелировать изъяны и колебания качества мясного сырья.

О настоящем и будущем российского рынка ингредиентов для мясной промышленности мы поговорили с экспертами: заместителем генерального директора по аналитическим вопросам компании «Время и К» Алексеем Измайловым и генеральным директором компании «Могунция – Интеррус» Вадимом Прянишниковым.



Алексей Измайлов,
заместитель генерального
директора по аналитическим
вопросам компании «Время и К»:



– Расскажите, как изменился рынок ингредиентов для мясной промышленности за год? Какие тренды мирового рынка определяют направления его развития в России?

– Для мясоперерабатывающей промышленности 2010 год характеризовался в первую очередь восстановлением объемов производства после кризиса. Соответственно, изменение рынка ингредиентов, в первую очередь, было скорее интенсивным и характеризовалось ростом объемов потребления при сохранении структуры.

Из интересных деталей можно отметить рост спроса на комплексные смеси для продукции среднего ценового сегмента, который наибольшим образом стагнировал в 2008-2009 годы, повышение интереса к китайской сое (трудолюбивые товарищи из КНР вплотную приближаются по качеству к крупнейшим европейским и американским производителям, оставаясь намного более привлекательными по цене), а также к животным и молочным белкам, ароматизаторам. Технологии на предприятиях все чаще приходят к моделированию продукта отдельно по структуре, отдельно по вкусоароматике, отходя от принципа «все из одного пакета» – это дает экономии и возможность гибко варьировать выпускаемый продукт.

Россия всегда шла по своему пути, практически во всех областях, поэтому тренды мирового рынка как таковые на направления развития рынка мясопереработки в нашей стране влияли достаточно косвенно, в основном на себестоимость продукции. Компании перешли на китайскую сою – себестоимость 3-4 руб. на 1 кг снизилась. Пряности – черный перец, мускатный орех, кардамон и т. д. – на мировом рынке в этом году сильно подорожали: их себестоимость повысилась на 1-1,5 руб. В нашей стране, к сожалению, из всего спектра используемых в мясопереработке добавок в существенных масштабах производят только нитрит натрия, картофельный крахмал и отчасти фосфаты, поэтому от конъюнктуры цен на мировых рынках мы зависим напрямую.

– Какой сегмент российского рынка ингредиентов вызывает у Вас особый интерес и с чем это связано?

– Наше пристальное внимание не первый год направлено на сегмент маринадов. Несмотря на прошедший кризис,

этот сегмент даже прибавил в объеме в 2010 году (лето удалось!). Наше предложение сухих маринадов давно и хорошо зарекомендовало себя на рынке отличным соотношением цены и привносимых в конечный продукт вкусоароматики и внешнего вида. Развивая данное направление, к следующему сезону мы представим рынку линейку жидких маринадов, расфасованных в пластиковую тару по 5-10 литров, готовых к употреблению, что позволит использовать эту продукцию там, где по каким-либо причинам сейчас не идут маринады сухие, например в отсутствии места для разведения или квалифицированного персонала.

Характеризуя сегмент маринадов, отмечу, что его основными игроками сейчас являются зарубежные производители, с которыми мы намереваемся серьезно конкурировать, предлагая абсолютно аналогичный по качеству продукт по существенно более низким ценам. Мы вполне можем себе это позволить, имея прямые отношения с крупнейшими мировыми поставщиками ингредиентов, а также современный завод по производству ингредиентов, открытый в Малой Вишере в 2008 году.

– Поясните, как с помощью современных ингредиентов можно расширить ассортиментный ряд мясных изделий? Каким образом они способствуют созданию экономически выгодных технологий и конкурентоспособной продукции?

– Современные ингредиенты своим разнообразием дают широчайший простор для моделирования продуктов с заданными свойствами. Комбинация

фосфатных смесей, эмульгаторов и структурообразователей на основе белков и гидроколлоидов, а также ароматизаторов и экстрактов пряностей позволяют создать практически любую колбасу вареной группы (в разумных, конечно, пределах, а то иногда приходится напоминать клиентам басню о семи шапках – мы, конечно, можем сделать сосиску за 25 руб. 1 кг, но купит ли ее кто-нибудь второй раз...).

В группе полукопченых и варено-копченых колбас, где технологически уже практически невозможно увеличить уровень замены мясного сырья, появление на рынке большого количества различных ароматизаторов позволяет создавать продукты с разнообразной, порой очень интересной вкусоароматикой. Широкое распространение для этой группы продуктов получили смеси для приготовления имитации шпика на альгинатной основе – они дают хорошую экономию, причем в готовом продукте искусственный шпик от натурального отличить способен только профессионал.

«В деликатесной группе появились хорошие предложения по рассолам, не содержащим сои, – многим производителям до сих пор интересна возможность написать большими буквами на этикетке «БЕЗ СОИ»».

Если Ваши продукты свежие или замороженные, ломкой или хрупкой формы, липкие или сухие, твердые, гранулированные или в порошке, то мы можем предложить Вам широкий выбор мультиголов для увеличения производительности и сокращения расходов.

Думаете об **ускорении и улучшении**

вашего производства?

Компания Ishida в 1972 году изобрела мультиголовочный комбинированный весовой дозатор. С тех пор наши клиенты, которые используют в своем производстве мультиголовы, не имеющие себе равных по точности и надежности, получили финансовые прибыли от высокой скорости работы, и в результате минимизировали время простоя, сократили потери продукта и трудовые издержки.

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 клиентами и в будущем.

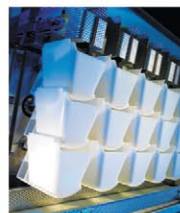
www.ishidaeurope.com/multiheads



» Мультиголова серии R



» Мультиголова с маленькими чашками



» Весы для свежих продуктов



» Весы для сыпучих продуктов

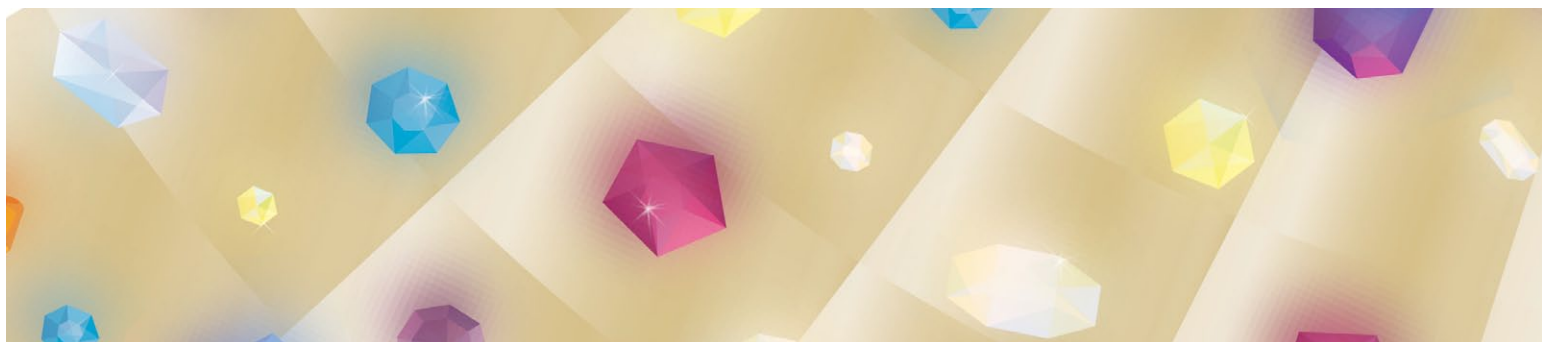


» Автоматические высокопроизводительные весы со шнековой подачей

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

Ishida Europe Limited, головной офис: 11 Kettles Wood Drive, Woodgate Business Park,
Бирмингем B32 3DB, Великобритания
Тел: +44 (0)121 607 7700, Факс: +44 (0)121 607 7740. Email: info@ishidaeurope.com

Relax
it's
Ishida



В деликатесной группе появились хорошие предложения по рассолам, не содержащим сою, – этот тренд хоть и утих какое-то время назад, но многим производителям до сих пор интересна возможность написать большими буквами на этикетке «БЕЗ СОИ». Также появились специализированные продукты, например рассол для инъектирования грудинки, образующий молочно-белый гель, не контрастирующий на стыке солевой и мясной прослоек, в отличие от прозрачного геля универсальных рассолов.

– Насколько активно производители мясных продуктов внедряют в производство новые ингредиенты и какие позиции сегодня пользуются повышенным интересом?

– Внедрение новинок происходит весьма активно. От вопроса «выжить» многие производители переходят к вопросу «как будем жить дальше», начиная заниматься стратегическим формированием ассортиментных линеек, с учетом маркетинговых исследований, прошлого опыта и своего видения развития рынка на уровне регионов и страны в целом.

Наиболее популярны сегодня уже описанные фосфатные смеси, эмульгаторы и структурообразователи на основе белков и гидроколлоидов, а также ароматизаторы, экстракты пряностей и, конечно, готовые комплексные смеси всего вышеперечисленного «в одном пакете».

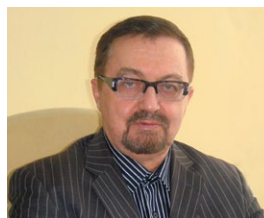
Традиционно высоким спросом пользуются смеси, ориентированные на конкретный продукт или решающие конкретную технологическую задачу, например уже упомянутый рассол для инъектирования грудинки, смеси на полукопченые колбасы с ароматом копчения и яркой пряной нотой, смеси, позволяющие нивелировать изъяны и/или колебания качества используемого мясного сырья, будь то блочка или ММО.

– Какие требования предъявляют сегодня мясопереработчики к поставщикам ингредиентов? Какие задачи производителям и поставщикам, в том числе Вашей компании, предстоит решить в ближайшем будущем?

– Требования за прошедший год существенно не изменились. Остроконкурентная среда требует от производителей максимальной концентрации в вопросах контроля качества, каковые они обращают к поставщикам. Для нас этот вопрос имеет первостепенную важность, поэтому совместно с нашими потребителями мы определяем стандарты качества, проходим аудиты по европейским стандартам, имеем хорошо оснащенную и ориентированную на контроль качества на всех этапах – от входного сырья до готового продукта с точностью до партии и замеса – лабораторию. Хроматограф, спектрограф, текстурометр – в руках высоко-

квалифицированных сотрудников службы качества это дорогостоящее оборудование позволяет свести к минимуму риски выпуска продукта, не соответствующего заявленной спецификации.

На грядущий 2011 год наша компания ставит перед собой задачу по окончательному формированию комплексного предложения ингредиентов производителям мясной продукции. Соевые, животные, молочные белки, гидроколлоиды и смеси на их основе – для структуры. Экстракты пряностей и наше новое предложение – мы стали дистрибутором в России компании «Лукта», одного из крупнейших в мире производителей ароматизаторов – для вкусоароматики. И ряд новых комплексных смесей для изготовления вкусных, качественных, максимально оптимизированных по соотношению цена/качество продуктов. Уверены, что они будут востребованы рынком!



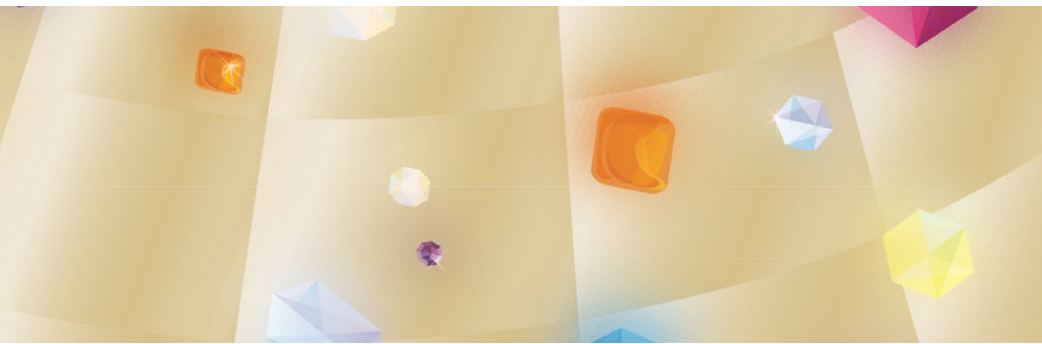
Вадим Прияшников,
генеральный директор компании
«Могунция – Интеррус»,
к. т. н., член Совета Мясного союза
России, профессор Саратовского
государственного аграрного
университета им. Н. И. Вавилова:

– Какие основные тенденции характеризуют развитие российского рынка ингредиентов для мясоперерабатывающей промышленности 2010 года? Перечислите наиболее популярные виды ингредиентов. В чем Вы видите причины повышенного спроса на них?

– Российский рынок мясной продукции насчитывает порядка 200 наименований продуктов, но статистические данные показывают, что основной объем вырабатываемой продукции приходится на колбасные изделия. Самыми любимыми продуктами россиян являются докторская колбаса, сосиски молочные и сервелат варено-копченый, которые фактически заменяют для них «Fast Food». Поэтому повышенным спросом пользуются ингредиенты для этих видов продуктов.

За последние несколько лет ассортимент сырокопченых и сыровяленых колбас значительно расширился. Новые технологии производства этой деликатесной продукции связаны с использованием двух типов ингредиентов: ГДЛ – глюконо-дельта-лактона и стартовых культур.

ГДЛ ускоряет процесс производства сырокопченых колбас, что дает возможность обеспечить потребности населе-



ния в этом виде продукта. Стартовые культуры обеспечивают направленное ведение технологического процесса, с обеспечением постоянного вкуса и цвета готового продукта, в том числе сыровяленых колбас, производства которых в России практически не было.

Фирма «Могунция» предлагает полный ассортимент ингредиентов для интенсивного ведения основных процессов созревания сырокопченых колбас. Благодаря комплексным препаратам, содержащим ГДЛ, можно успешно управлять созреванием, химически подкисляя фарш. Нашим клиентам хорошо известны пользующиеся спросом препараты на основе ГДЛ: Фиксрайф саями, Фиксрайф пряный, Фиксрайф сервелат.

В настоящее время на российском рынке увеличивается объем производства сырокопченых и сыровяленых колбас с применением стартовых культур. Как и препараты с ГДЛ, они обеспечивают высокую степень надежности. Видовой и качественный состав используемых стартовых культур разнообразен и зависит от технологической направленности. В качестве денитрифицирующих и ароматообразующих микроорганизмов в основном используются стафилококки, а в качестве кислотообразующих – педиококки и лактобациллы. По этому принципу составлены стартовые культуры «Могунции» серии Бессастарт и Фиксстарт.

– Дайте прогноз дальнейшего развития рынка. Какие направления будут самыми перспективными в 2011 году и почему?

«Наиболее востребованными могут быть ингредиенты для инновационных технологий, направленных на расширение ассортимента, стабилизацию качества и повышение производительности труда».

– Около 10 лет назад активное внедрение ингредиентов российской мясопереработкой было весьма значительным, так как их применение было предопределено низким качеством сырья и необходимостью получения высококачественной продукции.

В настоящее время можно говорить о том, что активность снижается, во-первых, из-за изменения структуры перерабатываемого сырья (отечественная свинина и курица), во-вторых, вследствие насыщения рынка пищевыми ингредиентами.

В дальнейшем наиболее востребованными могут быть ингредиенты для инновационных технологий, направленных на расширение ассортимента, стабилизацию качества и повышение производительности труда.

– Не могли бы Вы привести пример подобной разработки?

– Конечно. Открыв 10 лет назад уникальные свойства клетчаток препаратов «Витацель», «Могунция» была первой фирмой в России, которая предложила и успешно применила пшеничную клетчатку «Витацель» в технологиях мясных продуктов. В научный оборот применение клетчаток в мясных технологиях ввели также мы. Благодаря своей капиллярной структуре «Витацель» прочно связывает воду и жир. И сегодня клетчатка используется в огромных объемах.

Научно обоснованные рекомендации по применению и новые рецепты дали возможность рекомендовать новые технические решения среди широкого круга производителей. **МС**











АНТЕС
www.antes.ru

ЗАЩИТНАЯ ОДЕЖДА
для мясной промышленности



Германия

Кольчужные перчатки
WAVE comfort

-  Полностью металлическая перчатка, в т.ч. ремешок
-  Соответствие высоким гигиеническим стандартам
-  Возможность обработки в стерилизаторе
-  Хорошая эргономика
-  Прочность и эластичность
-  Универсальность для левой и правой руки
-  Индивидуальный серийный номер у каждого изделия
-  Гарантия 24 месяца



Без манжеты



Манжета 8 см

NEW!



Манжета 15 см



Манжета 19 см

141080, Московская обл., г. Королев,
проспект Космонавтов, д. 43 б
Телефон: (495) 500-4-500, 500-4-100,
Факс: (495) 500 -4-195, mail@antes.ru

г.Санкт-Петербург	+7(812) 332-27-53
г.Воронеж	+7(4732) 39-95-73
г.Казань	+7(917) 272-53-26
г.Волгоград	+7(917) 339-27-93
г.Ростов-на-Дону	+7(863) 230-43-85
г.Екатеринбург	+7(343) 345-02-67
г.Новосибирск	+7(383) 211-96-99
г.Иркутск	+7(3952) 47-26-85

Бумажная волокита ценой 8 млрд руб.

Предприятия сельского хозяйства России ежегодно тратят до 8 млрд руб. на справки и разрешения от контрольных органов. Такие данные привел 25 октября премьер-министр РФ Владимир Путин на заседании президиума правительства.



По его словам, около 4 млрд руб. тратится на различные сертификаты от Россельхознадзора и примерно столько же средств направляется в региональные органы контроля. «Самое главное, что все эти сертификаты ничего не гарантируют. И такой псевдоконтроль никому не нужен», – заявил глава правительства.

В связи с этим он отметил необходимость создания механизмов оперативного реагирования на возможные вспышки ветеринарных заболеваний, добавив при этом, что в подобного рода ситуациях нельзя тратить время на межведомственную переписку и согласования. В. Путин обратился к Министерству сельского хозяйства с просьбой оперативно решать подобные вопросы, а при необходимости и изменять нормативную базу. «Мы будем и впредь заниматься устранением административных барьеров, снижая издержки производителей сельхозпродукции», – заверил премьер.

agronews.ru

Убойное сокращение

Аномальная жара прошедшего лета и подорожавшие корма подтолкнули вниз животноводство: Росстат зафиксировал заметное снижение поголовья коров и свиней.

На конец сентября поголовье крупного рогатого скота в хозяйствах всех сельхозпроизводителей сократилось на 3% по сравнению с той же датой 2009 года – до 21,1 млн голов, из них коров – на 2% до 8,9 млн голов. Поголовье свиней снизилось на 0,7% до 18,7 млн голов, овец и коз – на 2,1% до 23,6 млн. Такие данные приводит Росстат в своем социально-экономическом положении в январе-сентябре 2010 года.

Поголовье молочных коров на 1 октября в частных хозяйствах со-

кратилось на 3,8% до 4,6 млн голов, на промышленных предприятиях – на 2,2% до 4,3 млн голов, говорит **аналитик ИКАР Наталья Абрамова**. Снижение поголовья коров – тенденция последних нескольких лет и в нынешнем снижении «ничего удивительного нет», считает она. Но снижение на 3% в месяц – самый высокий показатель за последние несколько лет, отмечает **исполнительный директор «Совзкона» Андрей Сизов**. Последствие аномальной жары и засухи в том, что к началу октября поголовье коров в Центральном федеральном округе сократилось на 7,7%, признает Абрамова.

Снизилось в сентябре и поголовье свиней (на 0,7% до 18,7 млн голов), которое до этого непрерывно росло с января 2009 года, говорит Сизов. 58,8% поголовья в начале года находилось в промышленных свиноподкомплексах (остальное – в личных подсобных хозяйствах). При этом если на 1 января 2010 года поголовье выросло по сравнению с 1 января 2009 года на 15%, то в сентябре 2010 года оказалось всего на 4,4% больше, чем в сентябре 2009 года. В частном секторе динамика и вовсе отрицательная: в начале года сокращение поголовья составило 4%, а к концу сентября – уже 6,5% (все – к тем же месяцам прошлого года), добавляет **аналитик ИКАР Роман Кипоть**. Снижение поголовья характерно для осени, напоминает Кипоть, но в январе-апреле 2011 года вряд ли стоит ожидать привычного роста: из-за сильного подорожания кормов и снижения рентабельности фермеры будут оставлять или приобретать меньше поросат.

Сокращение поголовья исключительно сезонный фактор, настаивает **президент Мясного союза Мушер Мамиконян**: хозяйства всегда забивают скот осенью, чтобы снизить затраты на его со-



держание зимой. Производство свинины в России при этом продолжает расти: по данным Национального союза свиноводов, в 2010 году рост составит около 9% по сравнению с 2009 годом – примерно до 200 тыс. тонн. По мнению Мамиконяна, свиноводство должно развиваться только в промышленных условиях: в ЛПХ рентабельность производства в разы ниже, а риски заболевания африканской чумой свиней, напротив, высоки.

Нынешний отчет Росстата покачивает «плановое снижение»

поголовья в частном секторе, наблюдаемое в последние годы, фактор «жары» будет отражен в статистических данных лишь по итогам первого полугодия 2011 года, считает **гендиректор Национального союза свиноводов Юрий Ковалев**.

«Ведомости»

РФ должна обеспечивать себя мясом на 100%

Российское сельское хозяйство станет по-настоящему конкурентоспособным, когда на 100% будет обеспечивать страну молоком и мясом.

Такое заявление сделал премьер-министр Владимир Путин на межрегиональной конференции «Единой России» в Нижнем Новгороде. По словам В. Путина, при таких условиях и экспорт сельхозпродукции приобретет здоровый



сбалансированный характер. «Мы будем вывозить не только зерно, но и другие продукты, которые выгодно производить в нашей стране, а импортировать будем только то, что невозможно произвести в России, например тропические фрукты», – сказал он.

По мнению премьера, 100%ное обеспечение внутреннего рынка мясом и молоком является сложной задачей, но отказываться от нее нельзя.

На сегодня в России производится 33 млн тонн сырого молока, из которых только около 15 млн литров идет в переработку. При этом внутреннее потребление молочной продукции в пересчете на молоко составляет около 40 млн тонн в год, поэтому Россия завозит порядка 6 млн тонн молочной продукции (с учетом Белоруссии) и является крупнейшим мировым импортером.

Помимо молока, России в настоящее время приходится импортировать и мясо. За первые семь месяцев года, по данным ФТС, импорт свежего и мороженого мяса в страну увеличился в натуральном выражении на 6,15% и составил 680,2 тыс. тонн. Согласно разработанным балансам в этом году только объем импорта из Белоруссии мяса и мясопродуктов должен составить 3 тыс. тонн и 145 тыс. тонн соответственно.

«Я думаю, что в следующем и последующем годах мы фактически сможем обходиться без импорта куриного мяса», – сказал премьер-министр РФ в ходе встречи

с лидером ЛДПР Владимиром Жириновским, посвященной бюджету на будущий год.

РБК



Россия вступит в ВТО через 12 месяцев

Россия вступит в ВТО не позднее чем через 12 месяцев, заявил в Москве **глава Национального экономического совета при Белом доме США Лоуренс Саммерс**.

«Сейчас практически не осталось никаких спорных вопросов между Россией и США по поводу вступления России в ВТО, остались лишь вопросы, связанные с документацией», – сказал он. «Я уверен, что не позднее чем через 12 месяцев все вопросы будут решены, в том числе с документальным оформлением членства России в ВТО, и Россия станет равноправным участником этой организации», – сказал Л. Саммерс.

«Одним из важнейших вопросов, которые предстоит решить России на пути членства в ВТО, являются квоты на мясную продукцию. Россия должна будет это обсуждать не только с США и европейскими партнерами, но и с другими членами организации», – отметил помощник Барака Обамы по экономике.

Касаясь позиции Грузии, заявившей о неподдержке заявки России на членство в ВТО до тех пор, пока не будет решен таможенный вопрос в Абхазии и Южной Осетии, Л. Саммерс отметил, что данный вопрос не является вопросом двусторонних отношений России и США. «Однако я считаю, что, безусловно, для вступления России в ВТО необходимо выработать условия, которые удовлетворят бы всех членов организации, в том числе Грузию», – указал Л. Саммерс.

По его словам, поправка Джексона-Вэника в данный момент не является серьезным пре-



пятствием для торговых отношений России и США, но он надеется, что американский конгресс примет решение об ее отмене в следующем году.

«Я поражен тем, как за последние 17 лет, с тех пор как Россия стала стремиться стать полноправным участником Всемирной торговой организации, изменилась роль России на мировой арене, в том числе в “Группе восьми” и “Группе двадцати”, – сказал американский чиновник. – Я весьма удовлетворен ходом переговоров с российскими партнерами по вступлению вашей страны в ВТО». «Полноправное членство вашей страны в этой организации станет окончательным включением России в глобальную финансовую и торговую архитектуру», – подчеркнул Л. Саммерс.

Процесс вступления России во Всемирную торговую организацию значительно ускорился в последние недели, заявил накануне в Женеве генеральный директор ВТО Паскаль Лами.

Глава ВТО добавил, что двусторонние переговоры между Россией и Соединенными Штатами, Россией и Европейским союзом практически завершены. Российский парламент одобрил в последнее время ряд законов, необходимых для соответствия внутреннего российского законодательства нормам ВТО.

agronews.ru

Российские и американские фермеры: договор о сотрудничестве

В середине октября в г. Демойн (США) подписан Меморандум о сотрудничестве между Ассоциацией крестьянских (фермерских) хозяйств России (АККОР) и Американской федерацией фермерских бюро (АФФБ).



Документ подписали: с российской стороны – член Совета Федерации Федерального собрания РФ, президент АККОР Владимир Плотников; с американской стороны – президент АФФБ Боб Столлман.

Это первый подобного рода документ в истории аграрных взаимоотношений России и США. Он определит развитие связей между фермерскими объединениями наших государств на длительную перспективу.

Договоренность о сотрудничестве фермеров России и США достигнута в рамках крупного международного форума, который проходит в эти дни в столице веду-

щего сельскохозяйственного штата Америки. В столице Айовы в г. Демойн ежегодно, уже в 24-й раз, представители мирового аграрно-движения проводят церемонию вручения Всемирного приза в области продовольствия – аналога Нобелевской премии за достижения в борьбе с голодом и в области продовольственной безопасности.

Российская делегация во главе Владимиром Плотниковым участвует в форуме по приглашению президента Фонда Всемирного приза Кеннета Квина. Программой пребывания предусматривается участие россиян в трехдневном научно-практическом симпозиуме, в торжественной церемонии награждения лауреатов Всемирного приза, а также рабочие поездки в фермерские хозяйства, выступление В. Плотникова в Университете штата Айова.

agropages.ru



Хранение резервной говядины обходится слишком дорого

В место говядины на кости в Госрезерв предлагаются включать консервы из мяса птицы. Такие предложения были озвучены на IV-м Российском агропродовольственном форуме. Причиной для замены говядины на птицу является резкое подорожание говядины. Из всех видов мяса именно она дорожает быстрее всего.

Президент Мясного союза Российской Федерации Мушег Мамиконян заметил, что хранение консервов обходится в разы дешевле, чем хранение замороженного мяса. Да и сама птица в 2,5 раза дешевле говядины.

Мушег Мамиконян отметил, что на поддержание мясного скотоводства в РФ заложено 3 млрд руб. по программе развития АПК. Этих средств на активную поддержку всех подотраслей не хватит. Он уверен, что быстро решить проблему с производством говядины не получится. И поэтому полагает, что гораздо более продуктивной будет поддержка производителей молока и птицы. Эти продукты более доступны населению, чем говядина. Кроме того производство мяса птицы имеет экспортные перспективы. Белое мясо в России менее популярно, чем темное, и его с успехом можно экспортировать.

megamagnat.ru



В Новокузнецке установили памятник колбасе

В октябре в Новокузнецке открыли памятник, на постаменте которого красуется самая распространенная и популярная еда в России – колбаса.

По словам организаторов установки памятника, подобная скульптура – единственная в России, и ее макет был выбран из 14 проектов, представленных на конкурс.

Кстати, председателем жюри был Никас Сафронов. Памятник, созданный новокузнецким скульптором, будет красоваться перед одним из ресторанов города в светлое время суток. На открытии памятника должен был присутствовать известный российский писатель и актер Евгений Гришковец, однако гастрольный график не позволил ему приехать в город.

В место него открывал памятник новокузнецкий спортсмен, вице-чемпион Пекинского олимпийского игр Евгений Чигишев. По словам тяжелоатлета, памятник колбасе – это самая необычная скульптурная композиция, виденная им в жизни.

Отметим, что в Новосибирске памятник колбасе тоже существует.

Мясо-Портал

Цены на продукты появятся в мобильных

Глава Минсельхоза РФ Елена Скрынник в рамках выставки «Золотая осень – 2010» рассказала о планах ведомства реализовать проект, который позволит всем желающим получать информацию о ценах на продукты в России с помощью мобильного телефона.

Для подключения к этому бесплатному сервису, который планируется разместить на официальном сайте Министерства сельского хозяйства, можно использовать любой мобильный телефон, включая бюджетные модели, поддерживающие функцию работы в сети Интернет (war-протокол). Об этом сообщает пресс-служба Минсельхоза.

Сейчас проект функционирует в тестовом режиме. Ожидается, что «Мобильный информер» будет от-



ЦЕНТР СЕРТИФИКАЦИИ ГОСТЕСТ

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

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

Доставка курьером по Москве БЕСПЛАТНО

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

www.gostest.com

крыт для всех желающих с 1 ноября 2010 года. Отметим, что в настоящее время Минсельхоз РФ ведет мониторинг цен по всем регионам РФ. Обновление информации происходит каждые две недели по 180 продуктам и 80 видам техники.



Е. Скрывкин представила премьер-министру РФ Владимиру Путину два действующих блока системы государственного информационного обеспечения в сфере АПК: блок федеральных и региональных прогнозных балансов и блок дистанционного мониторинга земель.

Первый раздел позволяет в оперативном режиме отслеживать информацию о балансах производства и потребления зерна, мяса, молока, сахара в разрезе регионов. Помимо этого блок содержит информацию о регионах, пострадавших от засухи, сведения об объемах и структуре запасов зерна интервенционного фонда, в том числе на уровне отдельных элеваторов.

На уровне блока дистанционного мониторинга земель будут интегрированы данные системы ГЛОНАСС, которая позволит осуществлять контроль над использованием сельскохозяйственных земель, прогнозировать урожай и оценивать ущерб от неблагоприятных природно-климатических условий. Предполагается, что эти данные позволят аграриям вести точное земледелие и снизить затраты на единицу произведенной продукции на 15-20%.

РБК

Россия станет экспортером мяса птицы

По словам гендиректора Росптицесоюза Галины Бобылевой, Россия к 2012 году может стать экспортером мяса птицы, хотя в настоящий момент значимая часть этого продукта пока является импортом.

Как отметила Бобылева, 20 лет назад в России производилось 1,8 млн тонн птичьего мяса, в нынешнем году этот показатель увеличится до 2,9 млн тонн, при этом внутренние потребности РФ в мясе птицы составляют 3,4 млн тонн ежегодно – то есть за счет собственного производства страна уже обеспечивает себя на 85%.

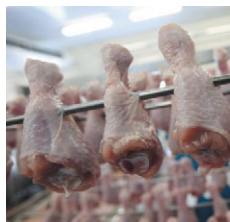
По оценке главы Росптицесоюза, ежегодное увеличение производства мяса птицы в России составляет порядка 300 тыс. тонн, что позволит занять позицию мирового экспортера. Как пишут «Вести.ру», сейчас российские производители птичьего мяса,

собственно, уже экспортируют свой продукт – в странах Юго-Восточной Азии куриные ножки российского производства пользуются спросом.

Между тем Федеральная антимонопольная служба (ФАС) РФ запустила собственный интернет-проект «Антикартель», нацеленный на борьбу с ценовыми сговорами, особенно на рынке продовольствия. Как указывается в пресс-релизе ФАС, на этом сайте будут публиковаться профильные новости, сообщения, примеры дел из отечественной и международной практики.

Так, одна из последних новостей рассказывает о ценовомговоре производителей гречневой крупы. Сайт «Антикартель» позволит рядовым гражданам анонимно докладывать об обнаружении картельных сговоров. По данным ФАС РФ, в 2008 году на российском рынке было выявлено 226 картелей, а в 2009 – более 480.

Глава управления ФАС РФ по борьбе с картелями Александр Кинев выразил надежду, что с запу-



ском проекта поток жалоб граждан на картели увеличится, будет повышен уровень осведомленности населения о вреде картелей экономике и об ответственности за участие в ценовом сговоре.

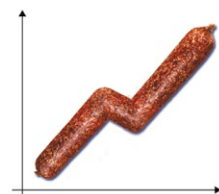
memoid.ru

Увеличение рынка колбасных изделий

Результатом экономического спада последних лет стало снижение потребительского спроса на колбасные изделия и, как следствие, сокращение их производства на 7,4% в 2009 году по сравнению с 2008 годом.

Тем не менее статистические данные первой половины 2010 года показывают положительные сдвиги на рынке колбасных изделий и небольшой рост по сравнению с показателями аналогичного периода.

Наибольшая часть рынка по-прежнему принадлежит вареным колбасам, причем в связи со стремлением населения к переходу на более дешевые виды продукции их



доля в общем объеме производства укрепились. Подобное повышение можно также наблюдать в сегменте сосисок и сарделек.

Рынок характеризуется высоким уровнем конкуренции, уровень которой с каждым годом растет. Колбасные изделия, выпускаемые пятеркой лидеров, занимают 20,5% от всех производимых в России.

По прогнозу «Экспресс-Обзор», восстановление рынка будет продолжаться и уже по итогам 2010 года увеличение превысит 6%.

РБК



Южная Корея: Южнокорейские исследователи отчитались в успешном клонировании редкого местного вида коровы Хуку. Научная группа, возглавляемая специалистами из Национального университета Чеджу и компании Miraе Biotech, заявила, что особь родилась в сентябре 2009 года и чувствует себя прекрасно, сообщает science.compulenta.ru.

Для создания клона были использованы соматические клетки из уха быка (впоследствии – это было в 2008 году – он пал смертью храбрых под ножом мясника). В течение нескольких лет клетки хранились при низкой температуре, затем с их помощью яйцеклетки оплодотворили и имплантировали в корову.

Проект финансировался Министерством сельского хозяйства и правительством провинции Чеджу, которые уже много лет выступают за спасение Хуку от вымирания. Данный вид является эндемиком одного из южных корейских островов. К настоящему моменту сохранилось всего 600 особей. На пятилетний проект было выделено 2,25 млрд вон (1,85 млн долл.). Южнокорейские эксперты клонировали уже целый зоопарк: корову, кошку, собаку, свинью и волка.

Аграрное обозрение



Египет: В телепрограмме Египетского национального телевидения Саид Амин Абаза, министр сельского хозяйства Египта, отвечая на вопросы о росте цен на мясо, сказал, что у него нет информации или доказательств того, что дилеры и импортеры мяса монополизируют цены, и отметил, что это также не вина министерства сельского хозяйства. Он добавил, что министерство поставило амбициозный план по контролю цен на мясо и увеличению его производства за счет ряда мер. В том числе импорт телятины, открытие новых торговых точек, отслеживание производства животного сектора, обновление всех животноводческих центров по выращиванию и откорму крупно-

го рогатого скота и ликвидация мафии, которая подняла цены на мясо без причины.

Высокие цены на мясо обусловлены высокими ценами на корма, и некоторые учреждения воспользовались ситуацией и подняли цены. Цены на мясо в последнее время продолжают расти на внутреннем рынке до рекордных 66 фунтов за 1 кг для потребителя, а в некоторых районах Каира и до 100 фунтов, в то время как импортерам мясо обходится в 44 фунта за кило1 кг.

Хургада онлайн



Китай: В августе экспорт бразильской говядины в Китай вырос более чем в 22 раза до рекордных 2203 тонн. Общий объем поставок говядины в Китай за этот месяц достиг 3737 тонн. Таким образом, рост показателей относительно прошлого года составил 173%, при этом Новая Зеландия стала единственным поставщиком, продемонстрировавшим спад продаж на 21% до 137 тонн. Отгрузки говядины из Уругвая, на данный момент второго по величине экспортера в Китай, выросли на 27% до 777 тонн. Согласно результатам, полученным за 12 месяцев по август включительно, Уругвай стал основным поставщиком говядины в Китай, при этом его доля на рынке составила 39% (5134 тонны), далее следует Бразилия – 27%, затем Австралия – 20% и Новая Зеландия – 13%.



Намибия: Компания Namib Poultry Industries занялась реализацией крупного птицеводческого проекта в 30 км к северу от г. Виндхук, целью которого является обеспечение намибийского рынка мясом птицы. Глава Namib Poultry Industries г-н Уайт рассказал, что благодаря этому проекту Намибия может стать независимой от импорта курятины. Производственный процесс должен стартовать уже в ноябре следующего года.

Строительные работы намечены на январь будущего года. Площадь хозяйства составит 3,5 тыс. га. В рамках проекта планируется выращивать племенную птицу, а также поставлять яйца для инкубаторной станции для дальнейшего производства птицы. Комплекс будет выпускать свежую и замороженную продукцию. Глава также отметил, что в ближайшем будущем они хотят начать поставки и на другие рынки, например в Анголу. Компании Namib Mills и Feedmaster, руководящие проектом, вынашивали планы по созданию данного птицеводческого проекта в течение последних девяти лет.

agronews.ru

Юбилейный



www.meat-industry.ru

X Международный форум

МЯСНАЯ ИНДУСТРИЯ

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ:

Оборудование и технологии разведения, выращивания и содержания мясного скота
Оборудование и технологии убоя, первичной переработки скота, переработки продуктов убоя
Оборудование и технологии переработки мясного сырья, производства мясных изделий и полуфабрикатов
Оборудование и технологии упаковки
Пищевые ингредиенты, добавки и специи
Охлаждающие и нагревающие технологии и оборудование
Готовая продукция, полуфабрикаты / продукты удобного и быстрого приготовления
Оборудование и технологии для производства безопасной продукции. Контроль качества
Инжиниринг
Оборудование для торговли и HoReCa
Отраслевые союзы и Ассоциации

ПАНЕЛЬНЫЕ ДИСКУССИИ

СЕМИНАРЫ

КОНКУРСЫ МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ

ШОУ-КОНКУРСЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МАСТЕРСТВА

15-18 марта 2011

Москва, Всероссийский Выставочный Центр, павильон №75



СПЕЦИАЛЬНАЯ ЭКСПОЗИЦИЯ ИНДУСТРИЯ ПТИЦЕВОДСТВА

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ:

Оборудование и технологии разведения, выращивания и содержания птицы
Оборудование и технологии убоя, первичной переработки птицы, переработки продуктов убоя
Оборудование и технологии переработки птицы
Готовая продукция, полуфабрикаты / продукты удобного и быстрого приготовления
Инжиниринг
Научные разработки
Отраслевые союзы и Ассоциации

ОРГАНИЗАТОРЫ:



ОФИЦИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА



Министерство
Сельского Хозяйства



ТПП РФ



ПРАВИТЕЛЬСТВО
МОСКВЫ

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

Событие: **«Агропродмаш-2010»**
Международная выставка оборудования,
машин и ингредиентов для пищевой
и перерабатывающей промышленности

Итоги выставки «Агропродмаш-2010»



С 11 по 15 октября в «Экспоцентре» состоялась 15-я международная выставка оборудования, машин и ингредиентов для пищевой и перерабатывающей промышленности «Агропродмаш-2010».

Есть куда расти

Открытию юбилейной выставки была посвящена пресс-конференция, в ходе которой российские и зарубежные эксперты рассказали о проблемах и перспективах отечественного АПК, его интеграции в международный рынок. **Заместитель директора Департамента пищевой, перерабатывающей промышленности и качества продукции Минсельхоза России Сергей Серегин** отметил, что в настоящее время пищевая и перерабатывающая промышленность успешно развивается и ее доля в промышленном производстве достигла 13–14%, в чем немалая заслуга выставки «Агропродмаш».

За полтора десятилетия площадь и число ее участников выросли в 3 раза. В этом году отмечается существенное расширение раздела «Птицеводство, переработка мяса птицы», посвященного

самой динамичной отрасли животноводства. Еще один стремительно растущий раздел – Салон упаковочного оборудования, формирующий представление о состоянии упаковочной индустрии.

В 2010 году участниками мероприятия стали около 700 предприятий из 35 стран. Экспозиции представили более 300 российских компаний. Традиционно весомой является международная составляющая выставки. На государственном уровне в ней участвуют Франция и Германия, которая представляла национальную экспозицию в третий раз, в три раза увеличив число участников. **Президент Федерального мясного и животноводческого союза Германии BVVF, вице-президент Европейского союза по торговле мясом и скотом UECSBV Хайнц Остерло** объяснил это тем, что ориентированная на экспорт экономика Германии заинтересована в российском рынке, обладающем огромным потенциалом.

Главные события деловой программы

Компания «Империя» совместно с Экспоцентром провели 11 и 12 октября V-й Международный форум пищевой промышленности «Оборудование. Технологии. Инновации».

Форум собрал более 150 делегатов – первых лиц компаний – производителей пищевых продуктов, поставщиков пищевых технологий и оборудования, руководителей отраслевых ассоциаций, экспертов исследовательских компаний. Они представили 20 докладов по перерабатываемому и контрольно-измерительному оборудованию, сырью и ингредиентам, организации производства и специализированному программному обеспечению.

Старший аналитик компании НЕОКОН Владимир Волков в докладе, посвященном влиянию важнейших экономических трендов на темпы развития российской пищевой промышленности, отметил, что на сегодняшний день пищевая промышленность насчитывает более 22 тыс. предприятий различных форм собственности и мощности, в которых задействованы около 1,4 млн человек – пятая часть всего промышленного производства страны.

За полтора десятилетия площадь и число участников выставки выросли в 3 раза.

О тенденциях рынка оборудования для фасовки и розлива пищевых продуктов рассказал **генеральный директор ИТП «Промбиофит» Владимир Аверкиев**, да и многие докладчики так или иначе затрагивали проблемы и особенности упаковки, с которыми они сталкиваются в ходе работы. Во второй день работы форума состоялась специальная конференция, посвященная вопросам логистики пищевой промышленности, организованная совместно с агентством «Маркет Гайд».

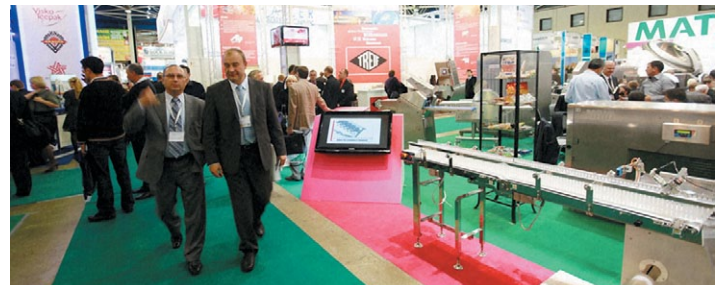
Впервые в этом году на выставке «Агропродмаш» прошел MEAT MEETING 2010 – международный конгресс с участием российских и за-



Впервые в этом году на выставке «Агропродмаш» прошел MEAT MEETING 2010 – международный конгресс с участием российских и зарубежных специалистов.



В 2010 году участниками мероприятия стали около 700 предприятий из 35 стран. Экспозиции представили более 300 российских компаний.



рубежных специалистов, включающий доклады и дискуссии по всем аспектам производства мяса: от технологий до инвестиций и финансирования.

Конгресс производителей, поставщиков и переработчиков мяса организован «ИФВэкспо Гейдельберг ГмБХ» (Германия) и ООО «АгроМедиаГрупп» (Россия) при поддержке и участии Министерства сельского хозяйства РФ, Министерства экономического развития РФ, Национальной мясной ассоциации России, Европейского союза по торговле мясом и скотом UECSBV, Бельгийского мясного офиса.

Он стал местом встречи ключевых фигур мясной индустрии более чем из 10 стран мира. В дискуссиях приняли участие советник по торговым переговорам Министерства экономического развития и торговли РФ Владимир Батанин, глава исполнительного комитета Национальной мясной ассоциации (НМА) Сергей Юшин, генеральный директор Института конъюнктуры аграрного рынка Дмитрий Рылько, президент Федерального мясного и животноводческого союза Германии BVVF, вице-президент Европейско-

го союза по торговле мясом и скотом UECSBV Хайнц Остерло, генеральный директор Бельгийского мясного офиса Рене Мэйяр и другие эксперты.

АПМ как зеркало рынка

Подводя итоги выставки этого года, хочется отметить следующие тенденции.

1. Снижение числа посетителей, возможной причиной которого стало проведение выставки IFFA-2010 во Франкфурте-на-Майне в сочетании с производственным и инвестиционным кризисом в отрасли.

2. Основной тренд рынка мясопереработки – озабоченность производителей снижением издержек. Особенно это заметно по рынку пищевых ингредиентов с большим количеством предложений и разработок для продуктов низкого ценного сегмента.

3. При организации выставочного пространства экспоненты все больше ориентируются на имиджевую и коммуникационную составляющие.

4. Низкий инвестиционный спрос на оборудование и мизерное количество контрактов. Устойчивым оказался интерес посетителей к упаковочно-

му оборудованию, оборудованию для производства деликатесов, а также промышленного убоя, складской логистики, комплексных систем учета.

5. Усиление позиций китайского и азиатского оборудования в России.

6. Укрепление российских компаний. Так, ярким событием стало долгожданное появление крупного машиностроительного завода, удивившего как наших, так и иностранцев европейским качеством оборудования.

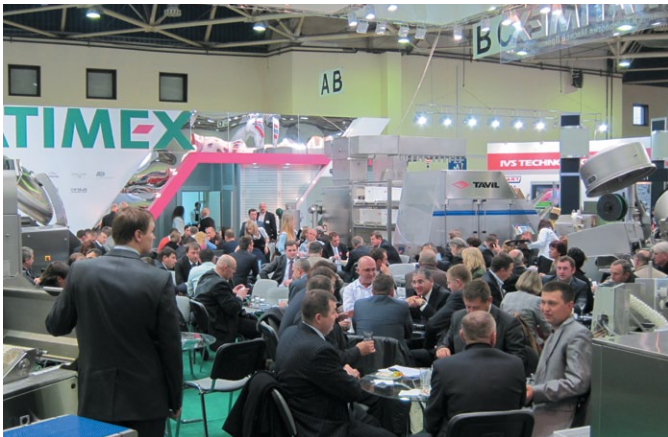
7. Увеличение числа российских компаний, производящих моющие средства из отечественных материалов и способных оказывать весь комплекс услуг в области производственной санитарии.

8. Рост спроса на услуги проектирования и дальнейшего сопровождения проекта на всех этапах строительства, актуальность которых проистекает из особенностей российского законодательства.

9. Инновационные разработки представлены в основном на рынке специй, оболочек и упаковки.

10. Повышение влияния и значимости «Агропродмаша» среди отраслевых российских выставок. **МС**

Постоянные участники выставки «Агропродмаш» поделились своими впечатлениями от мероприятия этого года и рассказали о представленных новинках.



Богдан Магола,
коммерческий директор Matimex GmbH:

MATIMEX

Компания «Матимэкс» позитивно оценивает результаты «Агропродмаш-2010». Активная работа, которая велась в течение всех дней работы выставки, свидетельствует о подъеме рынка мясопереработки и интересе потенциальных покупателей к новинкам отрасли, в первую очередь – решениям по автоматизации и оптимизации производства.

Наша компания продолжает работу по выстраиванию долгосрочных отношений с клиентами и партнерами, что является залогом дальнейшего успешного развития.



Владимир Рунов,
руководитель департамента мясоперерабатывающего оборудования «ПКФ «НИЖЕГОРОДСКИЙ ХЛЕБ»:



На фоне всеобщего повышения цен на мясное сырье мы ожидали низкой деловой активности на выставке «Агропродмаш-2010». Но опасения не подтвердились. Мы очень довольны результатами, так как заключили несколько крупных контрактов, провели множество интересных встреч и ожидаем отдачи от них в течение ближайшего времени.

Сразу после выставки мы провели демонстрацию оборудования, что позволило посетителям оценить функциональные особенности тестируемых машин и принять правильное решение. Подобные демонстрации мы готовы проводить в рамках нашего выставочного зала для всех заинтересованных лиц.



Владимир Пономаренко,
генеральный директор компании «Райх»:

Выставка «Агропродмаш» – событие всероссийского масштаба. Такого количества посетителей, как в этот год, не было, наверное, в течение последних пяти лет. Причем интерес к мероприятию проявили не только фирмы из центральной части России, но и огромное количество компаний из Сибири и Дальнего Востока. Кстати, одну из выставаемых камер мы продали именно во Владивосток.



Алексей Галускин,
менеджер отдела экспортных продаж
Nomax Trading:



Выставка «Агропродмаш» – это самое главное событие для каждой зарубежной компании, которая думает о хороших отношениях с российскими партнерами. Выставка показала, что, кроме денег, в бизнесе важную роль играют искренние человеческие отношения и среди повседневной суеты всегда найдется время для дружбы.

Российский рынок является одним из наиболее важных в структуре экспортных продаж Nomax Trading. Наш торговый оборот с Россией составляет 10% от общего объема экспорта. Учитывая, что компания поставляет продукты более чем в 30 стран мира, это очень хороший показатель. Ни-

нешняя выставка еще раз проиллюстрировала огромный потенциал пищевой отрасли России.



Сергей Матюненко,
начальник производства
UNITY FOOD MACHINERY:

UNITY
FOOD MACHINERY

Впервые на выставке «Агропродмаш» наше машиностроительное предприятие, выпускающее оборудование для пищевых производств под торговой маркой UNITY FOOD MACHINERY, было представлено самостоятельным стендом.

Работая на рынке всего лишь с 2008 года, мы смогли зарекомендовать себя стабильно развивающимися и выпускающими качественную продукцию: волчки, фаршемешалки, санитарно-гигиенические модули, сушки для обуви, мойки для рук и различное вспомогательное оборудование. Отмечу, что наше предприятие оснащено современным металлообрабатывающим оборудованием ведущих мировых фирм.



Лилия Петрова,
руководитель отдела маркетинга
компании «Логос»:



Каждый год на рынке что-то меняется, и ни одна выставка не похожа на предыдущую. На этот раз она прошла особенно спокойно, собранно и по деловому.

Как будто с кризисом ушло все лишнее и наносное. Ушло, как, может быть, и сам кризис. Ведь встречаясь с вами в эти так быстро пролетевшие октябрьские дни, мы видели, что все идет своим чередом, работа не стоит на месте, строятся планы на будущее и компании нацелены на долгосрочное деловое сотрудничество. А значит, есть уверенность в сегодняшнем дне и есть основания смотреть с оптимизмом в день завтрашний.

Для нас выставка стала знаковой – и не только потому, что она праздновала пятнадцатилетие. Мы, наконец, объявили о том, что наша мечта стала явью – первая и единственная в России технологическая линия по производству съедобной коллагеновой пленки запущена! В рамках «Агропродмаш-2010» 13 октября состоялась официальная презентация коллагеновой пленки, выпускаемой в России под торговой маркой «Беккдорин». И мы благодарны всем, кто пришел разделить нашу радость, а таких оказалось немало. И значит, есть повод для новых встреч и контактов, удачных и выгодных покупок!

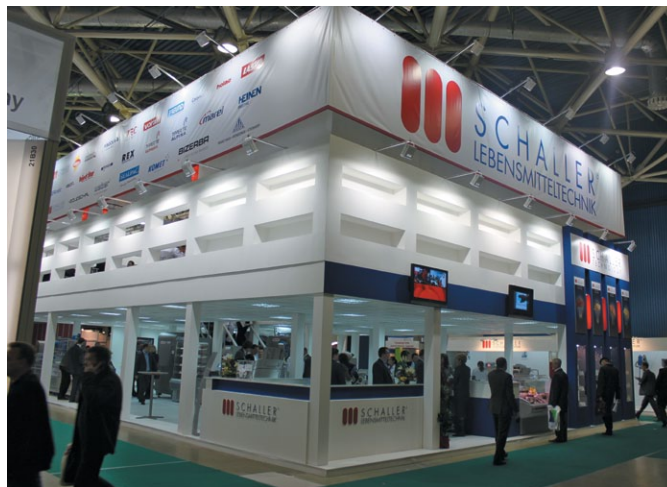


Йорг Нольд,
генеральный директор
компании «Свента»:



Для меня и компании «Свента» выставка «Агропродмаш-2010» была одной из лучших, в которых мы когда-либо участвовали. Было очень важно, чтобы многие руководители предприятий посетили наш стенд и заключили контракты. Российский рынок снова растет, и у меня такое ощущение, что наступают хорошие времена. Что касается нашей компании, то по реакции партнеров, поставщиков, клиентов и даже конкурентов я могу сказать, что мы набираем обороты все больше и больше. Мы чувствуем

это по притоку новых потенциальных покупателей, с которыми встретились на выставке. Наша линейка оборудования продолжает расширяться, например, мы начали продавать продукты компании Inotes, которая обратилась к нам с просьбой представлять их интересы. Я горжусь такими вещами, ведь это значит, что мы хорошо делаем свою работу. Я с нетерпением и предвкушением ожидаю следующего 2011 года в надежде на хорошие результаты.



Алина Переверзева,
менеджер по маркетингу компании
SCHALLER LEBENSMITTELTECHNIK:



Компания традиционно была представлена крупнейшим выставочным стендом, где продемонстрировала массу актуальных новинок и комплексных решений для мясopереработки. В этот раз стенд был условно поделен на две зоны: рабочую, под которую был отведен весь первый этаж, где демонстрировались отдельные машины, технологические линии и комплексные производственные решения, и зону переговоров, расположенную на втором этаже стенда.

Выставка прошла для компании очень успешно, поступило множество запросов, над которыми мы сейчас активно работаем. Кроме того, мы провели интересный форум, посвященный вопросам упаковки и этикетирования продуктов питания, в котором кроме специалистов «Шаллер» и наших партнеров приняли участие представители розничной торговли. В будущем мы планируем сделать организацию подобных мероприятий традицией.

Маттиас Беккер,
специалист по продажам в страны
Восточной Европы и Востока
VEMAG Maschinenbau GmbH:



В этом году сначала на выставке IFFA в Германии, а затем на «Агропродмаш» в Москве мы по традиции представили последние разработки VEMAG: серию машин, комплектующихся в линии с нашими шприцами для производства сосисок и сарделек с высокой производительностью и стандартизацией продукта (стабильный калибр, равная длина, точность веса).

Среди новинок – универсальное устройство FSL 210, позволяющее порционировать, перекручивать и делить продукты поштучно или по несколько штук за один производственный шаг! Специально для работы на линии с новой моделью перекрутки FSL 211 и навешивающим устройством AH 212 наши специалисты разработали шприц VEMAG HP 10 L. Еще одно оптимальное решение для комплектации линии производства сосисок на высоких скоростях – устройство порционирования по длине VEMAG LPG 208. Усовершенствованная версия с автоматическим толкателем оболочки позволяет оптимизировать процесс ее подачи и использовать LPG 208 с более высокой производительностью, сокращая технологические паузы на одевание новой куклы гофрированной оболочки. Самая совершенная модель – LPG 209 обеспечивает небывалую скорость работы: две секунды на смену оболочки!

Вадим Прянишников,
генеральный директор компании
«Могунция-Интеррус»:



Для «Могунции» на протяжении последних 15 лет «Агропродмаш» была и остается главной выставкой года. Ни одна другая не может сравниться с ней по значимости, числу посетителей, демонстрируемым новинкам!

Убежден, что другие выставки просто не нужны: в современном мире при развитых коммуникациях и многолетних связях фирм с партнерами, при наличии сайтов в Интернете, систематически проводимых технологических семинарах в России и за рубежом вполне достаточно одной выставки!

«Могунции» есть чем гордиться: наши добавки используют крупнейшие предприятия России. Уже более века мы поставляем ингредиенты во многие страны мира. Гордостью компании является самый современный в Европе завод по производ-

ству добавок в г. Кирхбихль (Австрия).

В это году мы отметили 15 лет работы в России. А в мае помогли 14 российским предприятиям выставить продукцию, изготовленную по технологиям фирмы, на выставке IFFA во Франкфурте. На конкурсе качества все они были удостоены наград, завоевав в общей сложности 189 медалей. Безусловным фаворитом стал МК «Велес» (г. Курган), получивший 65 медалей.

По поручению Мясного союза Германии 13 октября мы вручили награды победителям. Традиционно на Инвестиционном форуме я выступил с докладом о холдинге «Интермик-Могунция». На стенде были выставлены около ста различных мясных продуктов, и даже хамон, более двух лет созревший на МК «Велес».

Выставка «Агропродмаш» помогает нам реализовывать главный принцип: успешное сочетание вековых российских традиций и самых современных мировых технологий.



Павел Васильян,
региональный менеджер по продажам
компании Tipper Tie:



«Агропродмаш-2010» прошел намного лучше, чем выставки прошлых лет. Российский рынок выходит из кризиса, инвестиционный климат становится все благоприятнее. Выставка показала, что времена «дикой торговли» прошли. Клиенты выбирают между качеством и ценой, они берут время на рассмотрение предложений и изучают их более досконально. «Агропродмаш» теряет формат торговой ярмарки и приобретает, на мой взгляд, более весомое значение законодателя мод.

На выставке намечились проекты и направления деятельности, которые мы постараемся реализовать в течение следующего года.



Владимир Малков,
директор Департамента мясоперерабатывающего
оборудования компании «АГРО-3»:



Юбилейная выставка «Агропродмаш-2010» оправдала свой статус и самые оптимистические ожидания. Ее уже смело можно считать не только главной российской выставкой по пищевому оборудованию, но и одной из ведущих мировых выставок по этой тематике (наравне с IFFA, IBA и т. п.).

По общему мнению наших клиентов в этом году было представлено большое количество полезных новинок, переговоры носили деловой и реалистичный характер, были заключены крупные контракты. Особое внимание привлекли семинары, проведенные нашей компанией во время выставки по наиболее актуальной тематике мясопереработки и упаковки с участием иностранных партнеров «АГРО-3».

В свою очередь, представители ведущих мировых производителей оборудования, работавшие на нашем стенде, отметили живой и практический интерес российских производителей к новой технике, технологиям и концепциям, какого, к сожалению, с каждым годом становится все меньше на ведущих международных смотрах.



Вальтер Дайрингер,
директор по продажам компании
Handtmann в России:



За выставкой 2007 года, которая прошла на высоком уровне, последовали два не очень плодотворных мероприятия, что было вызвано, конечно же, всемирным экономическим кризисом.

Выставка «Агропродмаш-2010» прошла для Handtmann очень удачно. Наш стенд посетило много клиентов, как потенциальных, так и настоящих. Состоялись перспективные переговоры, обсуждались весьма выгодные контракты, мы вернулись с большим количеством заказов.

Основное впечатление – это то, что рынок уверенно движется вверх!



Кристиан Арндт,
директор по продажам заводского представительства компании «КИЛИЯ» в Москве:



Фирма КИЛИЯ (Ноймюнстер, Германия) обладает многолетним опытом работы в России, и выставка «Агропродмаш» в Москве служит важной платформой для поддержания и расширения контактов со старыми и новыми клиентами. Как и в прежние годы, на нынешней выставке «Килия» представляла свои инновационные разработки, среди которых куттеры серии SUPREME CUT и FINE CUT.

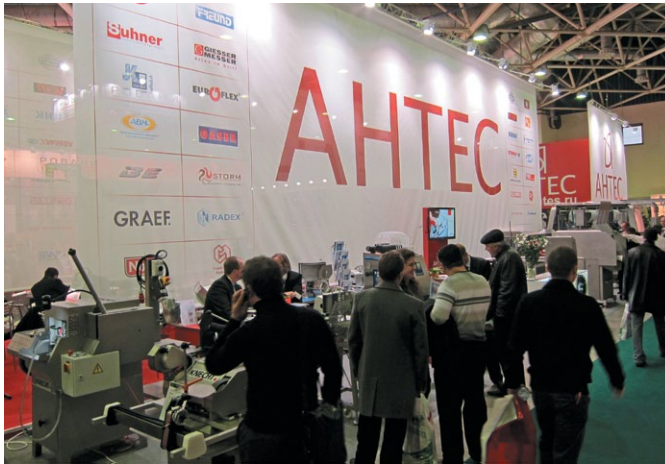
Несмотря на то что общая ситуация на рынке остается достаточно сложной, для нас мероприятие оказалось удачным: подписан ряд договоров, завязались новые проекты. Российский рынок был и остается для нас крайне значимым.



Андрей Лочмелис,
заместитель директора компании «ППТК»:



«Агропродмаш-2010» – это юбилейная, пятнадцатая по счету, выставка не только для организаторов, но и для нашей компании. Вместе с ней за эти годы мы прошли этапы становления и развития и в настоящее время прочно удерживаем лидирующие позиции в России по поставкам оборудования для промышленного производства мясных полуфабрикатов. И конечно, каждый год возлагаем определенные надежды на позитивные результаты.



Марина Волнянская,
руководитель отдела рекламы компании «АНТЕС»:



Долгий подготовительный путь для «АНТЕС» завершился пятью яркими днями общения, встреч, переговоров и контрактов. Современный, во всех отношениях новый стенд компании привлекал внимание масштабом и традиционным фирменным красным цветом. По периметру стенда располагались новинки оборудования как новых, так и проверенных временем поставщиков.

Презентация новинок и возможностей, укрепление отношений с партнерами, клиентами, приобретение деловых и дружеских связей, подтверждение своих позиций на рынке пищевого и упаковочного оборудования – основные итоги выставки «Агропродмаш-2010».



Сергей Жинкин,
генеральный директор «ТЦ Вымпел»:



На наш взгляд, «Агропродмаш-2010» – это одна из самых продуктивных выставок за последние несколько лет, и для нашей компании она прошла очень успешно. В последние 2-3 года ощущалась определенная стагнация на рынке мясопереработки и абсолютное нежелание производителей мясной продукции экспериментировать и внедрять новые технологии.

В этом году нам удалось представить множество новинок компании Van Hees, разработанных совместно с технологами «Вымпела». Многие из них не имеют аналогов на российском рынке. Активный интерес проявлялся и к другим нашим продуктам, в частности «Collaflex», коллагеновой съедобной оболочке китайского производства, и «CAPremium 95» – животному белку, произведенному во Франции.

Порадовало, что среди посетителей были как технологи и специалисты мясного дела, так и владельцы заводов. Также внушило оптимизм количество зарегистрированных новых клиентов, с которыми были достигнуты определенные договоренности. Подводя итоги, можно сказать, что мы удовлетворены результатами и будем участвовать в выставке следующего года.

Автор:



Виктория Загоровская

На пути в Европу

В Москве в рамках выставки «Агропродмаш» 12 октября прошел 3-й Международный конгресс производителей, поставщиков и переработчиков мяса MEAT MEETING 2010. Модератором выступил журналист Игорь Виттель, более всего известный как ведущий программы «В фокусе» на телеканале РБК.

В основном мир смотрит на Россию как на рынок сбыта. Никому не интересна сильная Россия, которая становится вместо потребителя экспортером мяса и мясной продукции. Нужна ли Россия в качестве страны-экспортера нашим европейским друзьям? – с таким вопросом обратился Игорь Виттель к **руководителю исполнительного комитета Национальной мясной ассоциации Сергею Юшину**, одному из ключевых спикеров конгресса.

Россия – партнер или конкурент?

– Не только Европа, но и другие страны мира, в том числе Канада – если мы говорим о развитых сельскохозяйственных странах, – не видят в России врага или ненужного конкурента, а рассматривают ее как один из элементов обеспечения баланса на продовольственном рынке. Я не говорю «гарантию мировой продовольственной безопасности» – слишком громко звучит, – а именно элемент обеспечения баланса.

У нас существует множество стереотипов и ошибочных представлений о том, как оценивают Россию в Европе. Конечно, есть и те, кто смотрит на Россию как на рынок сбыта ненужной продукции. Мы все хотим продать что-то ненужное, и в этом нет ничего плохого. Главное, чтобы товар, ко-

торый не нужен Европе, был нужен нам, и наоборот.

Европа, хотя и утверждают, что она закрывает свой внутренний рынок, не пуская на него Россию, является крупнейшим в мире импортером продовольствия. И на европейском рынке вы увидите товары, в том числе мясо птицы, из таких не самых благополучных стран, как, например, Турция и Таиланд. Почему же наши птицеводы не стремятся на европейский рынок? И если в российской свинине Европа заинтересована не слишком сильно, то сегмент мяса птицы и готовых изделий из него – обладает огромным потенциалом для наших компаний.

Для того чтобы начать завоевывать другие рынки, как это делают все страны, мы должны забыть, что на Россию кто-то смотрит как на врага, которого надо устранить. В профессиональных кругах Россию воспринимают как партнера на мировом рынке продовольствия. И наши производители должны, наконец, это осознать.

Ветслужба как гарантия безопасности

Существует лишь одно условие выхода России на европейские рынки. Если в России мы не решим проблему с гарантированным обеспечением ветеринарной безопасности, то все страны мира, как бы они ни нуждались в наших товарах, будут иметь веские основания для

ПРЯМАЯ РЕЧЬ



Сергей Юшин:

«Если в России мы не решим проблему с гарантированным обеспечением ветеринарной безопасности, то все страны мира, как бы они ни нуждались в наших товарах, будут иметь веские основания для отказа в доступе российской продукции на их рынки».

отказа в доступе российской продукции на их рынки.

Не секрет, что у нас сохраняются проблемы с системой ветеринарного надзора и санитарным состоянием животноводческой продукции. Все прекрасно знают, как складывается ситуация с распространением африканской чумы свиней, туберкулеза, бруцеллеза и т. д. Уже сейчас вследствие вспышки африканской чумы свиней ощущается дисбаланс ресурсов на региональных рынках. Угрозы, подобные этой, крайне трудно локализовать, вследствие чего дальнейшее распространение заболевания может создать угрозу для европейского свиноводства и серьезно дестабилизировать мировую эпизоотическую и экономическую обстановку. И речь идет не только об обороте продукции свиноводства. Фуражное зерно из южных областей России, например, отказываются приобретать в других регионах, не затронутых вспышкой АЧС.

Серьезную обеспокоенность вызывает наличие в стране огромного количества нелегальных и полунелегальных производств.

Новая эра куттерной техники

С наступающим Новым Годом!
Счастья, здоровья и радости!



Куттер SUPREME CUT

- новый конструкционный материал
- рекордная скорость 180 м/сек (до 6000 об/мин)
- несравненно тихий

Наше оборудование:

- скоростные вакуумные и вакуумно-варочные куттеры
- мясорубки и волчки
- мешалки и вакуумные мешалки
- дробилки и эмульсаторы



При этом 75% всех болезней являются антропоозоонозными, то есть общими для животных и человека. Безусловно, никакие страны мира, и Россия в том числе, не заинтересованы в заносе опасных болезней на свою территорию.

Вместе с тем тот вариант закона о ветеринарии, который прошел первое чтение в Государственной думе, не выдерживает никакой критики и не был представлен на экспертизу профессионального сообщества. Очередное реформирование ветеринарной службы, которые мы наблюдаем, не даст другим странам возможности доверять способности ветслужбы России обеспечивать безопасность продукции.

На отдельных предпрятиях все может быть замечательно. Но никого не интересует, как работает конкретное предприятие – всех интересует, как работает система обеспечения продовольственной безопасности в целом. Именно это сегодня – самое важное препятствие на пути российского мяса на международные рынки.

Ветеринарная служба России перестала быть надежным органом государственной власти, который основывается в своей работе на научных подходах и международной практике.

Серьезную обеспокоенность вызывает наличие в стране нелегальных и полулегальных предприятий по производству продуктов животного происхождения. Их существование приводит не только к угрозе здоровья населения, но и к созданию условий для недобросовестной конкуренции. С этим явлением также невозможно справиться без сильной и единой национальной ветеринарной службы. Отечественному бизнесу необходимо создание равных условий для всех участников рынка, иначе незаконное предпринимательство получает преимущество. Отсутствие в России адекватной ветеринарной службы может привести к тяжелейшим экономическим последствиям.

Нам необходимо разработать комплекс мер по обеспечению эпизоотической безопасности в России как основного условия беспрепятственного выхода на внешние рынки отечественной продукции, обратив особое внимание на гармонизацию законодательства в области ветеринарии с документами международных организаций (Кодекс Международного эпизоотического бюро и Кодекс Алиментариус, ФАО, ВОЗ, ВТО, СФС). Это позволит обеспечить единство требований и применения мер как при производстве животноводческой продукции для внутреннего потребления, так и для формирования экспортного потенциала. **мс**

Прогноз мирового производства и потребления основных видов мяса (тыс. тонн)

	2000	2005	2008	2010	2015	2020	2030	2050	2050 к 2008
ВЕСЬ МИР									
Говядина									
Производство	59578	62830	65686	66874	71197	76222	85948	105620	1,61
Импорт	6667	7871	8057	8717	10030	11211	13825	18995	2,36
Потребление	59001	62182	65221	66313	70635	75685	85240	105110	1,61
Свинина									
Производство	89182	98446	101463	106428	114565	123557	142243	179637	1,77
Импорт	3517	5450	6483	5746	6396	7006	8254	10710	1,65
Потребление	88917	98035	100916	106050	114206	123208	141864	179241	1,78
Мясо птицы									
Производство	69519	84553	93731	100164	113401	125879	151238	201851	2,15
Импорт	6435	8040	10201	10185	11218	12703	15439	20753	2,03
Потребление	69077	84044	93329	100101	113329	125802	151153	201749	2,16
РАЗВИТЫЕ СТРАНЫ									
Говядина									
Производство	30104	29038	30354	30222	30485	31391	33102	36600	1,21
Импорт	4249	4600	4006	4152	4535	4960	5908	7705	1,94
Потребление	29248	30049	29967	29957	30514	31588	33690	37956	1,27
Экспорт	5080	3616	4394	4409	4492	4772	5341	6468	1,47
Свинина									
Производство	37392	38380	40947	41452	43296	45298	49892	59117	1,44
Импорт	2106	3662	3683	3297	3378	3328	3364	3376	0,92
Потребление	36333	37668	38763	39901	41530	43253	47377	55637	1,44
Экспорт	2982	4162	5648	4616	4933	5171	5648	6608	1,17
Мясо птицы									
Производство	32053	36840	39315	39891	43258	46161	52326	64664	1,64
Импорт	2239	3528	3800	3518	3608	3733	4007	4432	1,17
Потребление	30535	36471	38390	39269	42439	45261	51349	63369	1,65
Экспорт	3735	3817	4607	4147	4425	4626	4970	5694	1,24
РАЗВИВАЮЩИЕСЯ СТРАНЫ									
Говядина									
Производство	29475	33792	35332	36651	40712	44831	52846	69020	1,95
Импорт	2418	3271	4051	4565	5429	6251	7917	11209	2,77
Потребление	29753	32132	35253	36356	40121	44097	51731	67154	1,90
Экспорт	2165	4939	4136	4887	6204	7198	9428	13841	3,35
Свинина									
Производство	51790	60065	60516	64977	71268	78259	92351	120520	1,99
Импорт	1411	1788	2800	2450	3018	3678	4890	7333	2,62
Потребление	52584	60367	62153	66149	72676	79955	94487	123604	1,99
Экспорт	502	1428	1191	1285	1611	1980	2743	4228	3,55
Мясо птицы									
Производство	37467	47713	54417	60273	70143	79718	98912	137187	2,52
Импорт	4197	4512	6401	6667	7610	8970	11432	16322	2,55
Потребление	38542	47573	54939	60832	70890	80541	99804	138379	2,52
Экспорт	3083	4737	5889	6148	6966	8317	10842	15698	2,67
НАИМЕНЕЕ РАЗВИТЫЕ СТРАНЫ									
Говядина									
производство	2448	2715	2820	2920	3232	3579	4240	5577	1,98
импорт	71	149	173	242	348	369	518	788	4,56
потребление	2399	2784	2907	3089	3515	3886	4701	6319	2,17
экспорт	120	80	85	72	66	62	57	46	0,54
Свинина									
производство	640	954	1023	1102	1304	1510	1948	2818	2,75
импорт	21	62	75	79	107	125	145	187	2,48
потребление	660	1015	1097	1179	1410	1635	2097	3015	2,75
экспорт	1	1	1	1	1	1	1	1	0,93
Мясо птицы									
производство	950	1467	1609	1733	1951	2164	2579	3413	2,12
импорт	269	485	531	536	788	1065	1624	2741	5,17
потребление	1211	1947	2132	2262	2731	3219	4190	6135	2,88
экспорт	9	5	7	7	8	10	13	20	2,78

Автор:



Олег Клепиков,
генеральный директор компании
inFOLIO Research Group

Время революционных переворотов прошло

Переворотов в потребительских предпочтениях мясной продукции подобных «революции» середины нулевых годов, когда удельный вес говядины на рынке резко упал на фоне взлета интереса к куриному мясу, в этом году уже не наблюдалось.

Фактически текущий год продемонстрировал уже давно наметившиеся тренды: говядину покупают все меньше, свинину и мясо птицы – все больше. И если падение объемов потребления говядины, вызванное сокращением поголовья крупного рогатого скота в России, в процентном выражении по сравнению с предыдущим годом может показаться не очень убедительным (речь идет о 2,7%), то пятилетние замеры фиксируют падение спроса на 15,5%.

По нашим данным к концу первого полугодия 2010 года мясо птицы (прежде всего, куриное мясо) заняло до 39% рынка. Почти 31% принадлежал свинине и менее 27% – говядине. От-

носительно большую долю занимает баранина – 2,3%.

Следует отметить, что в последние два с половиной года (2008, 2009, первая половина 2010) рынок растет, прежде всего в стоимостном выражении, значительно опережая натуральные показатели. Согласно нашим прогнозам на конец года, он имеет все шансы подрасти до 2,3 трлн руб.

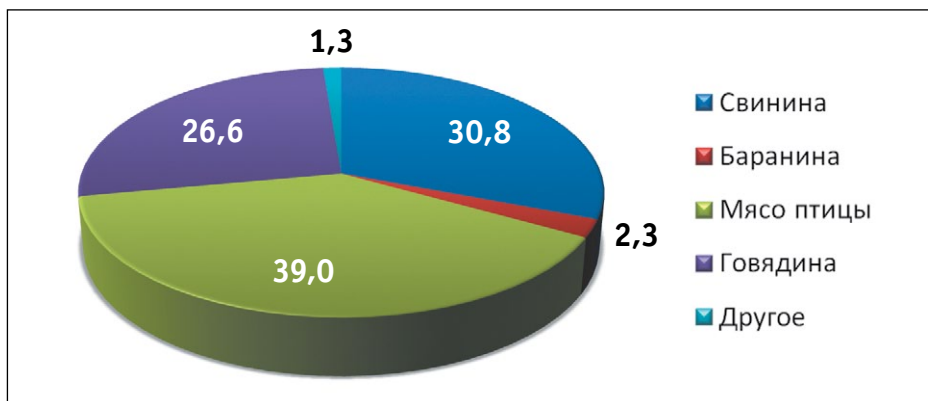
Необходимо также учесть, что в 2009 году натуральные объемы продаж колбасных изделий росли незначительно. Прирост происходил в основном за счет подорожания. Зато уже в этом году есть все шансы получить первый значительный послекризисный прирост.



Поголовье КРС несомненно продолжит сокращаться. Светлое будущее ждет лишь мясо птицы: ее доля в 2011 году превысит 41%.

Главным фактором развития рынка в следующем году станет ожидаемый рост доходов населения, а значит и потребления мясных продуктов. В настоящий момент мы не готовы дать процентный прогноз в силу неясности макроэкономической ситуации. Но в любом случае логично предположить постепенное уменьшение доли говядины в структуре потребления, так как поголовье крупного рогатого скота несомненно продолжит сокращаться. Также хотелось бы отметить тенденцию, которая начнет проявляться в течение ближайших пяти лет – постепенный отказ широких слоев населения от свинины в силу «диетических» причин. Светлое будущее ждет лишь мясо птицы, доля которой в 2011 году превысит 41%. **мс**

Структура потребления мяса и мясной продукции в первом полугодии 2010 года



ДВАДЦАТЬ ЧЕТВЕРТАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

НАЦИОНАЛЬНАЯ СЛАВА



И КОНКУРС

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

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

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

Организаторы:

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



Исполнительная дирекция:

ООО «АМСКОРТ ИНТЕРНЭШНЛ»

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

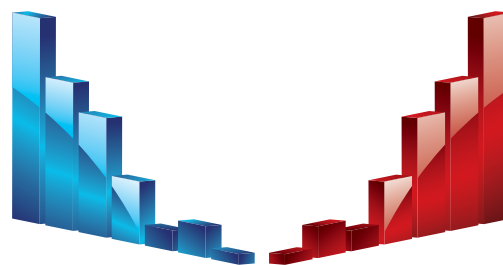
Тел.: (499) 760-33-86, (495) 234-50-42. Тел./факс: (499) 760-33-56, 760-36-57, 760-33-82

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

Автор:



Игорь Березин,
президент Гильдии маркетологов, партнер
консалтинговой компании Semperia M&S,
советник президента исследовательского
холдинга Romir



Потребительский рынок – 2010: от восстановления к росту

Основным драйвером большого экономического подъема 2001-2008 годов являлась благоприятная конъюнктура мировых сырьевых и финансовых рынков. Ставка на углеводороды закрепляла архаичную структуру российской экономики и практически не оставляла шансов на модернизацию. К тому же этот фактор не является устойчивым и надежным, что продемонстрировали события осени 2008 – весны 2010 года.

Однако за 8 лет реального экономического роста с темпом в 7% годовых и номинального роста (в рублях и долларах) на 25-30% в годкратно возросли объемы внутреннего потребительского рынка. И теперь, а также в перспективе нескольких ближайших лет именно внутренний потребительский рынок и его развитие может и должно стать драйвером для общего экономического роста, с устойчивыми темпами в 3-4% в год.

В первом полугодии 2010 года основными факторами роста российской экономики стали повышение доходов от главных отраслей – экспортеров продукции (нефть, газ, металлы) и замедление темпов роста инфляции. Реальные располагаемые доходы населения за первые 6 месяцев увеличились на 4,8% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Совокупная емкость потребительских рынков в России сегодня составляет около 700-800 млрд долл. США. И уже в ближайшие годы может возрасти до 1 трлн долларов. Даже ми-

ровой кризис не привел к значительному снижению совокупного объема потребительского рынка в пересчете на доллары и евро. А в рублях он даже номинально вырос.

Практически все его основные сегменты в настоящее время сохраняют хороший потенциал для роста. Потому что, за редким исключением, ни на одном из потребительских рынков даже в период бума второй половины 2006 – первой половины 2008 года не наблюдалось «перепотребления».

В полной мере это касается рынка мяса и мясoproductов. Расходы на мясные продукты составляют около 30-33% от всех расходов на покупку продуктов питания. Расходы на питание, в свою очередь, составляют около 30-33% рас-

ходов россиян. Таким образом, рынок мяса и мясoproductов это 9-10% от общего объема потребительского рынка в стране, или 65-80 млрд долл. в розничных ценах. В то же самое время по показателям потребления мяса и мясoproductов на душу населения Рос-

сия все еще отстает не только от США и Франции, но также от Польши и Венгрии. Это формирует серьезный потенциал роста рынков мясных продуктов в России.

Развитие потребительских рынков сдерживается неуверенностью потребителей, напуганных неясными

перспективами рынка труда. Это проявляется в значительном росте нормы сбережений, которая в разы выше, чем в странах Западной Европы. За последние 10 лет только однажды,

Дальнейший рост рынка мяса и мясoproductов будет сопровождаться серьезными сдвигами по категорийным и ценовым сегментам.

Потребление продуктов питания в России и других странах

Продукт	Россия	Польша	Германия	Франция	США
Мясо и мясoproductы	53	70	87	95	120
Молоко и молочные продукты, масло	239	276	436	428	270
Рыба и рыбoproductы	13	17	15	27	11
Сахар	39	35	37	36	28
Растительное масло	12,5	20	17	17	33
Овощи и бахчевые	106	109	95	135	123
Фрукты и ягоды	51	54	132	96	121
Хлебные продукты, макарроны, бобовые	121	117	91	110	90

в конце 2008 года, произошел серьезный отток сбережений из банковских вкладов. Но к началу осени 2010 года сбережения, номинированные в рублях, более чем на 20% превысили докризисный уровень.

В прошлом году резко сократилось потребление товаров длительного пользования. Продажи автомобилей сократились в два раза в натуральном выражении. Продажи мебели и бытовой техники снизились на 25-30%. А вот расходы на покупку продуктов питания и товаров повседневного спроса устойчиво росли: на 20-30% в рублях к соответствующему месяцу предыдущего года. Так граждане защищали достигнутый уровень текущего потребления. Эту тенденцию мы наблюдали до мая 2010 года.

Летом текущего года на фоне заметного восстановления уровня расходов на товары длительного пользования – одежду и обувь, бытовую технику, автомобили – мы стали наблюдать торможение роста, а затем и снижение расходов на покупку продуктов питания и товаров повседневного спроса. При этом размер среднего чека несколько снизился, а количество различных магазинов, посещаемых в течение месяца, существенно возросло. Очевидно, что многие россияне стали более активно искать выгодные ценовые предложения. Свои коррективы в потребительское поведение внесла и аномальная летняя жара.

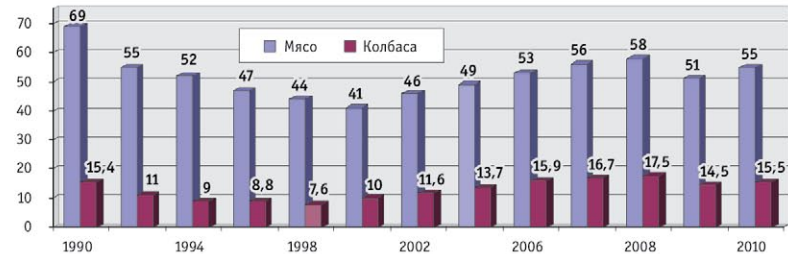
Необходимо отметить, что за последние 1,5 года довольно низкие доходы бюджетников и пенсионеров росли опережающими темпами по отношению к инфляции потребительского рынка. А вот доходы среднего класса (квалифицированные рабочие, менеджеры среднего звена, специалисты) стагнировали и даже снижались в реальном выражении, что заставляло эту группу населения более рационально и экономно подходить к вопросу расходования семейного бюджета.

Именно неравномерность в динамике доходов основных групп населения в сочетании с последствиями плохого урожая зерновых для производителей и возможными проблемами с кормами позволяет говорить о том, что дальнейший рост мясного рынка, скорее всего, будет довольно неравномерным, с серьезными сдвигами по категорийным и ценовым сегментам мясopодуктов. **ms**

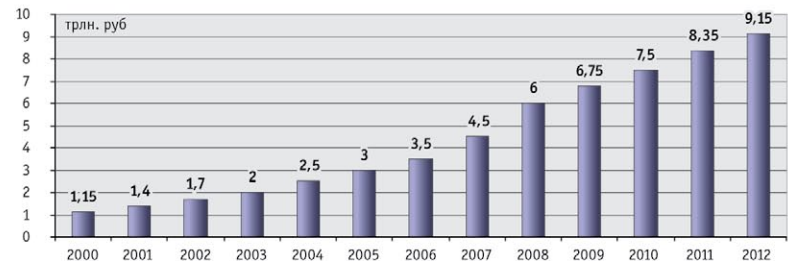
Изменение структуры потребительских расходов, 1988-2009



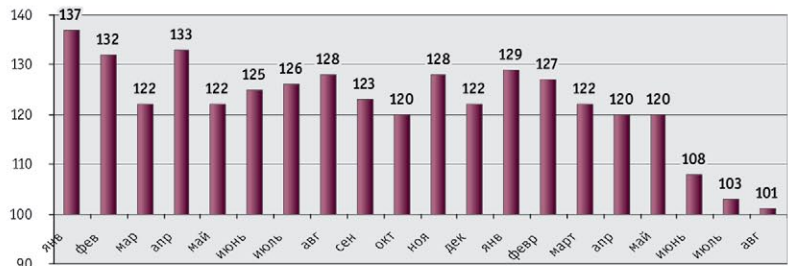
Потребление мяса и колбасы в России в 1990-2010 годы, кг на чел. в год



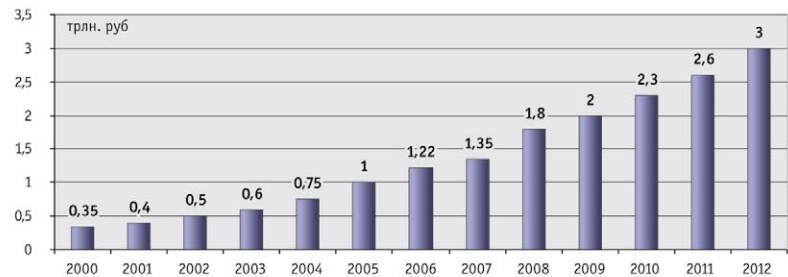
Динамика рынка продуктов питания (без алкоголя и табака), 2000-2012



Индекс повседневных потребительских расходов в 2009-2010 годы. Источник – Ромир. 100% – значение соответствующего месяца предыдущего года



Динамика рынка мяса в России, 2000-2012



Автор:



Анастасия Ларина,
ведущий специалист
аналитического отдела

Компания: **Фонд «Институт экономических
и социальных исследований»**

Мясные полуфабрикаты: выбираем привычное

Современный ритм жизни набирает обороты, продолжая оказывать влияние на потребительское поведение и, соответственно, структуру питания населения. Кто хотя бы однажды не сталкивался с ситуацией, когда некогда или некому приготовить горячий обед? Производители внемлют чаяниям хозяек, студентов и холостяков, предлагая спасительные продукты быстрого приготовления: одни «быстрорастворимые», другие – «замороженные». Разнообразие предлагаемого ритейлерами меню позволяет легко, быстро и за небольшие деньги накормить семью или же внезапно пришедших гостей.

Фонд «Институт экономических и социальных исследований» поинтересовался у жителей Волгограда, как часто им приходится покупать мясные полуфабрикаты, чем они руководствуются при выборе, какие марки они предпочитают и как вообще относятся продающимся в магазинах пельменям, голубцам, котлетам и прочим замороженным продуктам питания. В проведенном в сентябре опросе приняли участие 1000 человек – горожане старше 18 лет, постоянно проживающие в Волгограде.

Частота покупки мясных полуфабрикатов

Мясные замороженные полуфабрикаты хотя бы иногда покупают 60,3% жителей Волгограда, формируя целевую аудиторию рынка. При этом чаще всего приобретаются пельмени: порядка 84,2% потребителей данного продукта приобретают их не реже одного раза в месяц, а это – около половины совершеннолетнего населения города (см. табл. 1 и табл. 2).

Котлеты, зразы и колбаски также пользуются популярностью – не реже раза в месяц их покупают 44% волгоградцев. Менее востребованы блинчики, сырники другая выпечка, а также пицца – их хотя бы иногда приобретают порядка трети жителей города. Голубцы замыкают рейтинг – этот продукт с разной периодичностью приобретают лишь 22% населения.

Таким образом, в структуре потребления замороженных мясных полуфабрикатов доминируют пельмени и котлеты – привычные, знакомые с детства продукты. Именно традиционная составляющая является существенным фактором, формирующим спрос в данном сегменте.

Сегодня на рынке представлен широчайший ассортимент «заморожки», который пока тестируется нынешним поколением, и уже через несколько лет привычка потребления, существующая в на данный момент, перейдет в новые семьи к подрастающим детям, расширяя покупательскую аудиторию.

Волгоградцы в среднем два раза в месяц покупают замороженные пельмени и котлеты, раз в два месяца – блинчики и другую выпечку и еще реже – раз в квартал – голубцы и пиццу.



В структуре потребления замороженных мясных полуфабрикатов доминируют пельмени и котлеты – привычные, знакомые с детства продукты.

Рис. 1. Опыт покупки замороженных мясных полуфабрикатов

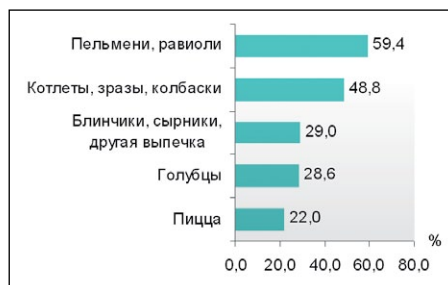


Таблица 1. Частота покупки замороженных полуфабрикатов внутри целевой аудитории (волгоградцы, хотя бы иногда покупающие мясные ЗПФ)

Как часто Вы покупаете следующие замороженные полуфабрикаты?	Один раз в неделю и чаще	Два-три раза в месяц	Один раз в месяц	Один раз в 2-3 месяца	Один раз в полгода	Один раз в год и реже	Никогда не покупаю	Затрудняюсь ответить, отказ
Пельмени, raviоли	36,7	27,9	19,7	8,1	5,1	1,0	1,2	0,3
Котлеты, зразы, колбаски	32,8	22,2	17,9	5,3	1,8	0,8	18,1	1,0
Блины, сырники, другая выпечка	6,8	8,8	10,0	12,9	7,5	2,2	48,6	3,3
Голубцы	5,0	3,0	5,6	8,6	12,1	2,2	59,2	4,3
Пицца	6,1	4,0	9,8	16,1	9,1	2,3	46,3	6,3

Среди целевой аудитории частота потребления по основным продуктам мясной заморозки выше: в среднем три раза в месяц в данном сегменте покупаются пельмени и котлеты, примерно раз в месяц-полтора – блины и другая выпечка, а также голубцы (см. рис. 2).

Лидером волгоградского рынка мясных полуфабрикатов является продукция торговой марки «Царь-продукт» Волгоградского мясокомбината, входящего в состав агрохолдинга «Агро Инвест». Компания выпускает несколько видов пельменей и котлет; также в ее ассортименте можно найти такие позиции, как антрекот, шейка, суповой набор, шашлык, гуляш и т. д. В Волгограде бренд «Царь-продукт» ассоциируется, прежде всего, с колбасными изделиями и мясными деликатесами, однако признание потребителей уже получили кондитерские изделия и молочная продукция. Совсем недавно компания инвестировала более 5 млн руб. в покупку и установку новых линий по обработке и упаковке овощной продукции, благодаря которым производится также чистка и калибровка овощей.

Пельмени под маркой «Медвежье ушко» охватывают треть покупательской аудитории. Продукция выпускается ЗАО «ПОКОМ» с 2003 года и уже стала лауреатом почетных наград: «Сто лучших то-

варов России», золотая медаль X-й Всероссийской выставки «Покумай российское» и Серебряный диплом «Выбор сетей» в рамках выставки «Продэкспо-2006», «Благолепные» – занимают незначительную долю рынка (2,3%).

Рис. 2. Частота покупки замороженных мясных полуфабрикатов



Пельмени компании «Мириталь» замыкают тройку лидеров с существенным отрывом от полуфабрикатов, выпускаемых агрохолдингом «Агро Инвест» и ЗАО «ПОКОМ», на их долю приходится 16,5% покупок замороженных мясных полуфабрикатов. Под маркой «Мириталь» выпускается около десяти видов пельменей («Домиоли», «Фроловские», «Особые», «Иркутские», «Самолепные»

и т. д.), а также вареники. Бренд «Баба Люба» представлен пельменями «Для зятя», «Для внучат», «Для дочки». Среди прочего «Мириталь» предлагает замороженные готовые блюда, такие как «Свинина по-деревенски с картофельными ломтиками» или «Ломтики куриной грудки с картофелем в сливочном соусе» др.

ЗАО «Качественные продукты» известно в Волгограде преимущественно благодаря продуктам брендов «Смак» и «Русский хит». На двоих эти торговые марки завоевали 14,9% потребительской аудитории, при этом 8,6% приходится на «Смак» и 6,3% – на «Русский хит».

«Ермолинские полуфабрикаты» представлены в Волгограде широкой сетью фирменных торговых точек, работа в сегменте «эконом», что обеспечивает высокий уровень узнаваемости и, соответственно, спроса – 13,4% потребителей мороженых мясных полуфабрикатов отдают предпочтение этой марке. Существенную долю занимают крупные федеральные производители «Талосто» и «Дарья». Производством пельменной компания «Талосто» занимается порядка 15 лет (в 1995 году было запущено производство пельменей «Богатырские»), а пельмени «Сам Самыч» стали лауреатом премии «Бренд года». На сегодняшний день производитель

Таблица 2. Частота покупки замороженных полуфабрикатов среди волгоградцев

Как часто Вы покупаете следующие замороженные полуфабрикаты?	Один раз в неделю и чаще	Два-три раза в месяц	Один раз в месяц	Один раз в 2-3 месяца	Один раз в полгода	Один раз в год и реже	Никогда не покупаю	Затрудняюсь ответить, отказ
Пельмени, raviоли	22,1	16,8	11,9	4,9	3,1	0,6	40,4	0,2
Котлеты, зразы, колбаски	19,8	13,4	10,8	3,2	1,1	0,5	50,6	0,6
Блины, сырники, другая выпечка	4,1	5,3	6,0	7,8	4,5	1,3	69,0	2,0
Голубцы	3,0	1,8	3,4	5,2	7,3	1,3	75,4	2,6
Пицца	3,7	2,4	5,9	9,7	5,5	1,4	67,6	3,8

предлагает пельмени («Сам Самыч», «Богатырские»), блинчики («Мастерица»), котлеты («Богатырские») и вареники «Варёнушки». Кроме того, компания «Талосто» является крупнейшим поставщиком мороженого и теста. Широта направлений работы и зарекомендованное качество в одном сегменте гарантирует высокий показатель спроса в других – такой синергетический эффект свойственен и волгоградскому производителю – лидеру рейтинга ТМ «Царь-продукт».

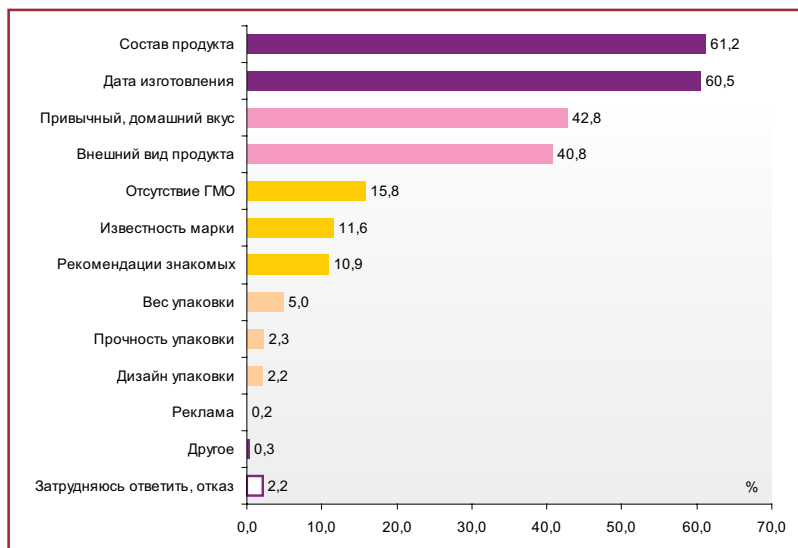
Компания «Дарья» известна, прежде всего, благодаря пельменям и котлетам одноименной марки. Однако премиальный сегмент, представленный ТМ «Грандшеф», и так называемый «базовый сегмент», представленный ТМ «Добрый продукт», менее известны среди волгоградцев. В настоящее время компания «Дарья» продолжает работу по расширению ассортимента, выводя на рынок пельмени с сыром («Дарья – четыре сыра») и линию продукции под торговой маркой «Легкая жизнь», включающую готовые блюда: куриные наггетсы, стейк, крылышки, шницели, медальоны, филе.

Пельмени торговых марок «Морозко», «Ложкарев» (ООО «Шельф-2000»), «Останкино» (ОАО «Останкинский мясоперерабатывающий комбинат») выбирают для себя 5-7% потребителей. В категорию «Другое» были отнесены замороженные мясные полуфабрикаты, рейтинг которых составляет менее 5%: «Равиолло» (4%), «Государь» (3,6%), «Дарина» (2,5%), ООО «Райпотребкооперация» («Три поросенка» (3,5%) и «Лентяй» (0,2%), «От Палыча (3,3%), «Золотой петушок» (3%) и др.

Критерии потребительского выбора

На что же обращают внимание покупатели, когда выбирают для себя мясную замороженную продукцию? Первую по значимости группу факторов формируют состав продукта и дата изготовления – две трети потребителей ставят во главу угла собственное здоровье, избегая потенциально опасных добавок

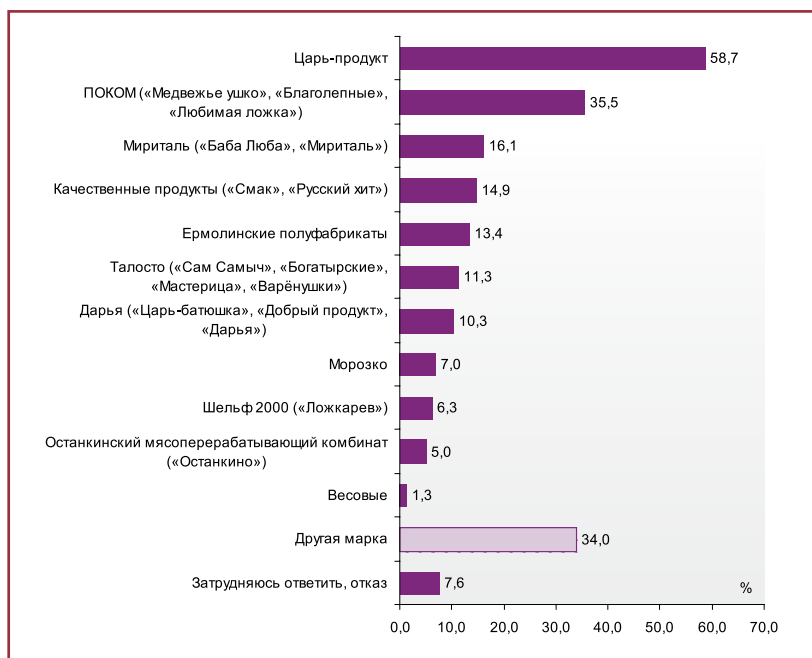
Рис. 4. Критерии выбора замороженных мясных полуфабрикатов



и покупки просроченного товара (см. рис. 4). Вторую группу формируют такие критерии, как привычный, домашний вкус (42,8%) и внешний вид продукта (40,8%), то есть компоненты потребления, связанные с ожиданиями покупателей получить вкусное и аппетитное блюдо, не готовя его самостоятельно.

Третью группу факторов, важных не менее чем для 10,9% потребителей, формируют отсутствие генномодифицированных составляющих, что еще больше подчеркивает значимость безопасного для здоровья состава продукта, а также известность марки и рекомендации знакомых. Примечательно, что волгоградцы не указывают на рекламу в числе факторов выбора, в то же время обращая внимание на известность бренда. Игнорирование влияния рекламы – осознанное или нет – это типичная черта потребительского поведения, проявившаяся и в сфере рынка мясных полуфабрикатов.

Рис. 3. Рейтинг марок мясных замороженных полуфабрикатов



Отношение населения к полуфабрикатам

Отношение волгоградцев к мясным полуфабрикатам специалисты Фонда «Институт экономических и социальных исследований» попросили выразить, оценивая степень согласия с высказываниями. Наибольший протест среди населения вызывает фраза «Полуфабрикаты – полноценная замена домашней еды», а в большей степени придерживаются такой точки зрения, что полуфабрикаты экономят не только время, но и деньги (см. рис. 5).

Если оценивать степень согласия с утверждениями по шкале от 1 до 5, где значению «3» соответствует высказывание «Отчасти согласен, отчасти не согласен», можно составить рейтинг и получить представление о мотивах покупки полуфабрикатов.

Очевидно, что население убеждено в том, что настоящую домашнюю кухню невозможно заменить продуктами быстрого приготовления, ни с точки зрения питательности, ни с точки зрения пользы для здоровья.

Но экономия времени и в ряде случаев денег обеспечивает стабильный спрос на полуфабрикаты. Можно предположить, что производители в условиях жесткой

конкуренции приближают качественные характеристики продукции к высоким требованиям потребителей, расширяя ассортимент и создавая привлекательный имидж. Покупатели полуфабрикатов ожидают получить вкусное и безвредное блюдо, приближенное по своим свойствам к домашней кухне, поэтому компании, создавая рекламные сообщения, традиционно акцентируют внимание на натуральных, высококачественных ингредиентах в составе, образах семьи и семейных ценностях, формируя тем самым благоприятное восприятие продукции населением.

Анализируя рейтинг компаний, факторы выбора продукции и отношение к высказываниям, касающимся полуфабрикатов, конкурентные преимущества компаниям обеспечивает соответствие таким характеристикам, как:

- высокий уровень известности;
- лидерство и положительный имидж в других сегментах (молочная продукция, кондитерская продукция, колбасная продукция и т. д.);
- эксклюзивное предложение (готовые блюда и закуски, продукция премиум-сегмента, включение в ассортимент новых вкусов и т. д.);

«На основании особенностей восприятия потребительскую аудиторию можно разделить на две, примерно равные, категории – “противники” и “сторонники” полуфабрикатов».

В результате факторного анализа, на основании особенностей восприятия полуфабрикатов потребительскую аудиторию можно условно разделить на две категории, примерно равные по соотношению – «противники» и «сторонники». Первая группа – это, скорее, «пассивные» потребители, для которых покупка полуфабрикатов – это вынужденная мера, связанная с нехваткой времени. Представители второй категории лояльно относятся к полуфабрикатам, считая, что ими вполне можно заменить домашнюю кухню, они экономят деньги и время, а в их составе нет ничего, что может представлять опасность здоровью. Среди так назы-

Рис. 6. Отношение к замороженным мясным полуфабрикатам

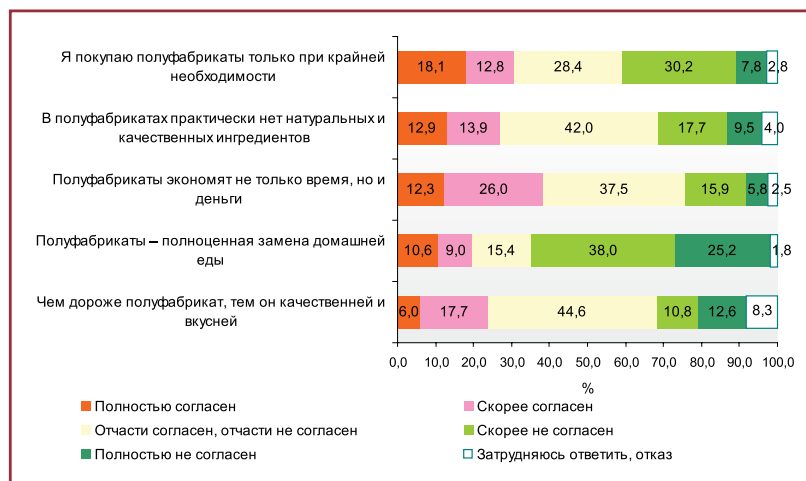


ваемых «противников» в большей степени представлены женщины: если их доля в числе первой группы составляет 63,6%, то в числе второй – 53,6%. Благосклонна к полуфабрикатам молодежь до 35 лет, а также граждане пенсионного возраста, несмотря на то что удельный вес населения старше 55 лет в составе покупателей мясных полуфабрикатов составляет только 25%. А волгоградцы в возрасте от 34 до 55 лет, напротив, в большей степени проявляют неприязнь к продуктам данного сегмента, составляя 41,2% группы «противников».

Среди «сторонников» в большей степени представлены граждане со скромным достатком, тогда как более 70% «вынужденных» потребителей легко обеспечивают себя всем необходимым, кроме крупной бытовой техники (доля таковых среди «сторонников» на 10% меньше). «Противники» не отличаются устойчивыми потребительскими предпочтениями, чаще выбирая непопулярные марки и зачастую даже не запоминая их. Лояльные покупатели, напротив, формируют ядро целевой аудитории лидеров рейтинга: ТМ «Царь-продукт», компании «ПЮКОМ» («Медвежье ушко», «Благолепные»), «Мириталь» и «Качественные продукты» («Русский хит» и «Смак»), «Талосто» («Сам Самыч», «Богатырские», «Мастерица» и «Варёнушки») и «Ермолинские полуфабрикаты».

Итак, практически две трети волгоградцев формируют потребительскую аудиторию замороженных мясных полуфабрикатов. Основную долю рынка занимают пельмени и котлеты, потребление которых считается традиционным и привычным. Другие позиции ассортиментного ряда пока только завоевывают расположение покупателей. Двойное отношение к полуфабрикатам сформировано такими преимуществами, как возможность сэкономить время и получить блюда с приемлемыми вкусовыми качествами, и такими недостатками, как наличие ненатуральных и, вероятно, вредных ингредиентов в составе, а также неидеальное соответствие аналогичным блюдам, приготовленным дома. Эти соображения разделили потребительскую аудиторию на две фактически равные группы, представители первой из которых проявляют лояльное, позитивное отношение к данному сегменту рынка, а второй – продолжая приобретать время от времени полуфабрикаты, настаивают на их неполноценности. **МС**

Рис. 5. Оценка степени согласия с утверждениями





Великие Луки заявили о великих свиноводческих планах

Великолукский мясокомбинат в 2013 году построит крупнейшую на Северо-Западе свиноводческую ферму мощностью 480 тыс. голов товарных свиней в год. Инвестиции в ее создание оцениваются в 14 млрд руб.

Участники рынка говорят о чресчур амбициозных планах Великолукского мясокомбината и относятся к ним с определенной долей скепсиса. Хотя условия для создания импортзамещающих производств в стране созданы хорошие, признают они.

О проекте рассказал губернатор Псковской области Андрей Турчак во время визита в Петербург. На комбинате оперативно рассказали о проекте не смогли, сославшись на то, что руководство в командировке.

Как рассказал начальник управления сельского хозяйства, ветеринарии и государственного технического надзора Псковской области Николай Романов, проект Великолукского мясокомбината рассчитан на три года и предполагает создание комплекса мощностью 480 тыс. товарных свиней в год. До недавнего времени, по словам господина Романова, мясокомбинат закупал сырье для своего мясоперерабатывающего производства у сторонних производителей России и зарубежья. По словам господина Романова, сегодня мощность производства Великолукского мясокомбината составляет 200 тонн в сутки. «Это треть по величине производство мясopодуKтов в России», — отмечает он.



Производство свинины в регионе с вводом комплекса, по его словам, увеличится в 9 раз. Сейчас два крупнейших свиноводческих комплекса псковщины — МУП «Шелонский» и «Агроинвест» — производят 25 тыс. голов товарной свинины каждый.

«Собственное производство свинины позволит Великолукскому мясокомбинату создать производство полного цикла. Кроме того, у предприятия есть 550 торговых точек по стране, таким образом,

сбыт продукции также гарантирован», — говорит господин Романов.

По словам чиновника, 20% инвестиций, которые будут направлены в создание комплекса — собственные средства комбината. Остальное в виде кредита предоставляет «Сбербанк». Компания участвует в федеральной программе по развитию агропромышленного комплекса. В рамках этой программы предприятие первые три года не будет выплачивать тело кредита. Только проценты по нему. Они составляют 12% годовых. Причем 8,5% в размере ставки рефинансирования Центробанка компенсируются из федерального бюджета. Еще 3% от ставки кредита будет компенсировано компании из бюджета Псковской области по программе «Поддержка сельского хозяйства Псковской области до 2012 года».

Согласно планам, первое оборудование для свиноводческой фермы поступит в начале 2011 года, ввод в эксплуатацию первых очередей намечен на лето-2011.

«КоммерсантЪ»



Вторая порция бекона

«Камский бекон» намерен вложить 6 млрд руб. в удвоение производства свинины — до 50 тыс. тонн в год. Эксперты связывают это с планами дальнейшей экспансии за пределы республики, где свиной рынок практически отсутствует.

По их мнению, уже к 2013 году татарстанский производитель может стать крупнейшим игроком в Приволжском федеральном округе.

Для этой цели компания сейчас строит две свинофермы в Татарстане общей площадью 112,8 м². В ближайший месяц начнется эксплуатация нового свинокомплекса площадью 36,8 тыс. м², который будет производить 5 тыс. тонн свинины в живом весе в год, а к октябрю 2011 года будет достроена еще одна ферма в 76 тыс. м² производительностью 33,5 тыс. тонн свинины ежегодно.

Объем рынка свинины в Татарстане в 2009 году, по оценкам экспертов, составил 60-77 тыс. тонн. Крупнейшими игроками являются компании «Камский бекон» и «Агрофирма «Саба», занимающие 40 и 11% рынка соответственно. ««Саба» также намерена к 2013 году увеличить производство с 6,3 тыс. тонн до 18,9 тыс. тонн», — рассказал главный экономист агрофирмы Руслан Нигматзя-

нов. Хотя потребность Татарстана в свинине, по его словам, невелика, этот сегмент России практически свободен.



Эксперты считают, что «Камский бекон» удваивает мощности производства, чтобы увеличить присутствие в Поволжском федеральном округе. По мнению аналитика Института конъюнктуры аграрного рынка Романа Кипота, «Камский бекон» может стать крупнейшим игроком в округе. Сейчас он занимает около 10% поволжского рынка и находится на пятом-шестом месте по производству свинины в Поволжье.

«КоммерсантЪ»

«Талина» пересмотрит систему стимулирования сотрудников

Департамент по работе с персоналом ГК «Талина» исследовал социально-психологический климат на самом молодом предприятии холдинга — Мясоперерабатывающем комбинате «Даурский», в г. Краснокамск Забайкальского края.

ТАЛИНА

Изучалось отношение сотрудников к компании, степень их лояльности; удовлетворенность персонала работой и психологической атмосферой в коллективе. В исследовании приняли участие 111 человек, 74% сотрудников предприятия. Исследование проводилось методом анкетирования.

Проведенное исследование показало, что работники лояльно настроены к предприятию и считают «МК «Даурский» хорошим местом для работы (94%), 81% опрошенных готовы рекомендовать своим знакомым работать на предприятии и 78,6% убеждены, что условия труда лучше, чем в других компаниях. Наряду с этим иссле-



дование выявило и существующие проблемы. К наиболее серьезным из них относится время окончания и фактическая длительность рабочего дня, неэффективная система материального стимулирования труда, а также вынужденное решение сотрудниками задач, не имеющих прямого отношения к непосредственным обязанностям.

Для решения перечисленных проблем будет пересмотрена система материального стимулирования труда, должностные инструкции и положения о структурных подразделениях в целях четкого разделения обязанностей, описаны бизнес-процессы на заводе, а также изменение режима работы.

Информагентство РАД



«Мироновский хлебопродукт» займется экспортом

Крупнейший производитель мяса птицы в Украине — компания «Мироновский хлебопродукт» изучает возможность экспорта в США. МХП уже начал переговоры о поставках мяса с местными производителями полуфабрикатов.

Доля компании на украинском рынке приближается к 50%, и МХП необходимо найти новые рынки для сбыта своей продукции, объясняют аналитики. Но на получение разрешений от американских регуляторов уйдет не менее двух лет.



Предправления МХП Юрий Косюк на днях провел в Лондоне встречу с американскими производителями полуфабрикатов в рамках переговоров о поставках украинского мяса курицы в США. «Господин Косюк заявил, что главным потенциальным конкурентом видит третьего крупнейшего производителя курятины в США — компанию Perdue, специализирующуюся на производстве мяса в ценовом сегменте «выше среднего». Маржа Perdue на 5-7% выше, чем, к примеру, у более крупной Tyson Foods», — пишет Agrimoney. Конкурентами

в МХП также считают существующих импортеров в США, в основном из Южной Америки.

В МХП уверены, что смогут продавать мясо в США дешевле местных производителей. «Американские компании, как правило, заключают контракты с клининговыми предприятиями, с ветеринарными службами и т. д. У них много субконтрактников, которые также должны зарабатывать», – отмечает господин Косюк. – МХП же все основные операции проводит в рамках одного предприятия – это дает преимущество в плане себестоимости». Также он обратил внимание, что издержки и заработная плата в Украине на порядок ниже, а 90% корма для птицы производит сама группа. «Мы надеемся поставлять мясо тем производителям, которые заинтересованы в повышении своей маржи при производстве полуфабрикатов», – добавил господин Косюк. – Но для реализации планов МХП должен получить согласие американских регуляторов. Этот процесс займет около двух лет».

Выход на международные рынки важен для МХП, так как, учитывая строительство новой фабрики в Винницкой области, компании необходимы новые рынки сбыта, отмечает гендиректор ИК ВВ Capital Ник Пицца. Первые две очереди фабрики мощностью 100 тыс. тонн каждая планирует-

ся ввести в эксплуатацию в 2013-2015 годах, что позволит увеличить производственные мощности МХП с нынешних 380 тыс. тонн до 600 тыс. тонн в год. «Но МХП рискует оказаться под пристальным вниманием Антимонопольного комитета, так как с вводом в эксплуатацию первой очереди комплекса в Винницкой области его доля во внутреннем потреблении приблизится к 50%», – говорится в отчете ИК «Ренессанс Капитал».

«КоммерсантЪ»



Норманн прибавил к алкоголю мясо

Помимо алкогольного направления Группа компаний «НормаН-Виват» собирается заняться дистрибуцией мясных продуктов.

Владелец пермской сети **Вадим Юсупов** рассчитывает занять серьезные позиции в крае по этому направлению. Участники рынка отмечают, что сделать это будет край-

не сложно, так как все крупные производители мяса имеют собственную систему поставок.

Крупнейший пермский ритейлер – Группа компаний «НормаН-Виват» приобрела контрольный пакет долей компании «Черкизово-Пермь+», эксклюзивного продавца мясопродуктов с «Черкизовского мясокомбината» (ЧМК, г. Москва) на территории края. Согласно данным «СПАРК-Интерфакс», входящая в группу «Виват» «Алкогольная компания «Лидер» в начале октября получила 69,57%, остальные доли распределены среди четырех физлиц: Алексей Афанасьев, Михаил Соловьев, Игорь Махнев и Сергей Добрынин (по 7,61%).

По словам владельца сети «НормаН-Виват» Вадима Юсупова, его партнерами по проекту стали бывшие сотрудники торговой группы «Добрыня». Вместе с ними, по сути, он создал совместное предприятие, которое собирается заниматься дистрибуцией мясных продуктов, не только ЧМК, по всему Пермскому краю и занять серьезные позиции.

По словам **коммерческого директора сети магазинов «Семья» Елены Зоной**, в колбасном сегменте «Черкизово-Пермь+» не удастся стать лидером. «Крупные производители мяса, такие как «Кунгурский мясокомбинат», «Пермский мясокомбинат», на-

прямую работают с торговыми сетями. У них хорошо налажена система сбыта», – поясняет госпожа Зонова.

«КоммерсантЪ»

МК «Украина» инвестирует в логистику



«Расширение автопарка позволяет нам уменьшить количество торговых точек, обслуживаемых каждым автомобилем», – объясняет **Людмила Горшкова, директор по маркетингу мясокомбината «Украина»**. – Тем самым сокращаются маршрут и время пребывания нашего продукта в пути. Для нас это принципиально, потому что максимальное расстояние доставки продуктов «Украина» – 100 км».

«Все автомобили оснащены GPS-передатчиками», – говорит **Виталий Деледвика, управляющий директор мясокомбината «Украина»**. – Мы имеем возможность

SOLUTIONS FOR QUALITY AND QUANTITY



PSS RMM 160 | Frozen Meat Grinder

Преимущества:

- Быстрое и бережное измельчение любого вида замороженного мяса, предварительно измельченного на блокорезке или ленточной пиле с температурой до -10 °С;
- Достижение самых лучших результатов при измельчении;
- Гарантия исключительного качества конечного продукта;
- Подача двумя специальными подающими шнеками;
- Простое управление;
- Защитный кожух режущей головки;
- Электрические и механические узлы оборудования закрыты защитными кожухами;
- Полированная поверхность;
- Соблюдение самых высоких гигиенических стандартов сводит к минимуму возникновение бактерий;
- Простая и быстрая дезинфекция.



PSS RMM мясорубки для замороженного мяса предназначены для цехов пищевой промышленности, для быстрого и бережного измельчения любого вида замороженного мяса, предварительно измельченного на блокорезке или ленточной пиле с температурой до -10 °С, а также для измельчения свежего мяса. Это оборудование гарантирует рентабельность производства, а так же достижение высокого результата при измельчении. PSS RMM мясорубки обеспечивают исключительное качество конечного продукта.



отслеживать не только маршрут каждого автомобиля, скоростной режим, но и состояние холодильного оборудования. Мы пытались отдавать логистику на аутсорсинг. К сожалению, мы сталкивались с ситуациями, когда, экономя бензин, водители отключали холодильники. Это неизбежно отражается на качестве продуктов как летом, так и зимой. В теплое время продукт может попросту испортиться. Зимой он вымораживается и утрачивает как минимум товарный вид. Теперь подобные ситуации исключены.

GPS-передатчики вмонтированы и в КПК, которыми пользуются торговые представители «Окраины». Их обязанность – регулярно обходить закрепленные за ними торговые точки, чтобы собирать информацию о наличии продукции «Окраина» на полках. Эти данные позволяют оперативно реагировать на спрос – не допускать дефицита продуктов «Окраина» в магазинах, а главное, не позволяют им залеживаться на прилавках. В результате потребитель получает мясную гастрономию «Окраина» свежей. Вся информация, которую торговые представители заносят в КПК, тут же попадает в базу данных.

«Все, что мы делаем, – говорит Виталий Деледидка, – подчинено логике системы ХАССП, которая почти три года действует на «Окраине». Система возлагает на производителя обязанности по обеспечению контроля качества и безопасности продукта на всех стадиях, предшествующих его покупке: от приемки сырья до прилавка. И мы неустанно совершенствуем эту систему. В выигрыше не только наш покупатель. Совершенствуясь, мы сокращаем финансовые издержки».



«Черкизово» приобретает птицеводческую площадку

Группа «Черкизово» сообщает о приобретении птицеводческой площадки «Заречная» в рамках проекта по увеличению мощностей в Пензенском блоке птицеводства.

Группа «Черкизово» подписала договор о приобретении 100% контрольного участия в Птицефабрике «Заречная», расположенной в Пензенской области. Приобретенный актив представляет собой птицеводческую площадку на

41 птичник, которые рассчитаны на содержание 1550 тыс. голов бройлеров. Приобретенная площадка органично интегрируется в общий проект по увеличению мощностей Пензенского блока птицеводства, начатый в конце 2009 года.



Группа планирует начать работы по восстановлению площадки «Заречная» сразу после окончания юридического оформления сделки, а запустить площадку в эксплуатацию планируется ориентировочно осенью 2011 года. При этом ее производственная мощность составит 22,5 тыс. тонн птицы в год в живом весе, что позволит ускорить процесс ввода мощностей по выращиванию птицы в Пензенском блоке, а также полностью загрузить убойный завод на 14 тыс. голов в час.

Проект по увеличению мощностей в Пензенском блоке птицеводства компании включает в себя строительство современного убойного цеха на 8 тыс. голов в час в дополнение к уже существующему цеху на 6 тыс. голов в час, а также инкубатория на 105 млн яиц в год, комбикормового завода мощностью порядка 300 тыс. тонн комбикормов в год и птичников, возводимых на действующих и новых площадках Васильевской птицефабрики.

Общая стоимость сделки по приобретению ООО Птицефабрика «Заречная» составила 160 млн руб. (приблизительно 5,2 млн долл.). В реализацию проекта по восстановлению площадки планируется инвестировать от около 560 млн руб. (приблизительно 18 млн долл.).

agronews.ru

Алтаймясопром возобновит проект создания мегафермы

Эпопея со строительством мегасвинокомплекса в Тальменском районе длится уже больше пяти лет. На протяжении этого времени компания «Алтаймясопром» неоднократно заявляла, что объект будет построен, однако сроки начала работ постоянно сдвигались.

В начале октября стало известно, что инвесторы проекта провели ряд встреч с представителями Внешэкономбанка в Москве. В Главном управлении сельского хозяйства



(ГУСХ) Алтайского края заверяют: предварительное согласие на финансирование получено и Алтаймясопром готов приступить к возведению свинокомплекса.

В планы компании входит строительство трех откормочников на 330 тыс. голов свиней мощностью 39 тыс. тонн мяса в год, перерабатывающего и племенного предприятия. Эти объекты будут располагаться в Тальменском районе. Здесь Алтаймясопром уже пять лет арендует более 600 га земель. Весь комплекс зданий планируется разместить на пяти площадках. На одной из них инвестор за прошедшие годы успел вскрыть грунт и залить фундамент нескольких корпусов. Остальные площадки пусты.



«Выделенные участки земли идеально подходят для возведения подобного предприятия, – считает Михаил Масягин, заместитель главы администрации Тальменского района по агропродовольственному комплексу. – Здесь есть удобная транспортная развязка, возможность для подключения к природному газу и электроснабжению. В общем, заходи и строй».

По словам Владимира Попрядухина, заместителя начальника ГУСХ, с 2008 года компания «Алтаймясопром» детально прорабатывала свой проект и решала проблемы с финансированием. «В настоящий момент проект оценивается в 6,2 млрд руб. Реализовываться он будет в основном за счет заемных средств. На прошлой неделе в Москве прошло подписание соглашения между Алтаймясопромом и представителями банка, которое позволит данной компании открыть кредитную линию. При этом 30% стоимости проекта составят собственные деньги предприятия».

Алтайпресс



Топ-70 сетей FMCG

Агентство INFOLine составило рейтинг торговых сетей FMCG России. В январе-сентябре 70 крупнейших сетей FMCG открыли 874 магазина.

Рост торговых площадей, обеспеченный открытиями гипермаркетов «Магнит», «Карусель», «О'Кей», супермаркетов «Виктория», «Атак», «Азбука вкуса» и дис-



каунтеров и магазинов у дома «Дикси», «Копейка», «Мария-Ра», «Холидей», «7Я Семья», «Квартал», «Монетка», «Аникс», а также других сетей, превысил 315 тыс. м². На начало октября Top-70 розничных сетей имели 10,928 тыс. магазинов общей площадью 7,1 млн м². Площадь работающих в России гипермаркетов выросла за отчетный период на 39 тыс. м², супермаркетов – более чем на 16,2 тыс. м², дискаунтеров и магазинов у дома – на 296 тыс. м². На начало октября на рынке присутствовали 424 гипермаркета, примерно 1,169 супермаркетов (общая торговая площадь более 1,2 млн м²), около 9,335 тыс. дискаунтеров и магазинов у дома (около 3,3 млн м²). Эксперты отмечают, что в 2010 году наиболее востребованный формат для российских розничных компаний – дискаунтер и гипермаркет. Концепция формата супермаркет продолжает изменяться в сторону сокращения доли непродовольственных товаров и увеличения доли свежих продуктов. Некоторые торговые компании отказываются от развития данного формата или реформируют супермаркеты.

Retailer.ru



Инфляция начнет снижаться во втором квартале 2011 года

Россия может вернуться на траекторию снижения инфляции во втором квартале следующего года. Об этом сообщил, выступая в Институте современного развития, первый заместитель председателя Банка России Алексей Улюкаев.

«Я думаю, что Россия во втором квартале 2011 года вернется на траекторию снижения инфляции и по итогам следующего года мы впишемся в официальный прогноз по инфляции в размере 6-7%», – подчеркнул он.

По словам А. Улюкаева, рост инфляции в последние месяцы в основном произошел за счет ло-

кального шока предложения из-за засухи. «Это является основным фактором, но не единственным, поскольку в эти месяцы постепенно реализовался инфляционный риск, чего мы ранее опасались», – отметил первый зампред Центробанка.

Несколькими днями ранее министр финансов Алексей Кудрин отметил, что по итогам года инфляция в России может оказаться выше запланированных 8%. «Будет около 8%, +/- 0,1 процентного пункта», – рассказал вице-премьер журналистам в кулуарах встречи МВФ в Вашингтоне.

Изначально правительство планировало, что в этом году удастся удержать инфляцию на уровне 6-7%. Однако засуха, пожары, неурожай и последовавший за ними рост цен на продовольствие спутал карты Минэкономразвития и Минфина, заставив пересмотреть прогноз до 8%.

По данным Росстата, к началу октября инфляция в стране достигла отметки 6,4%. В последние несколько месяцев она стабильно прирастает по 0,2 процентного пункта в неделю. Впрочем, МЭР ожидает снижения цен на некоторые продовольственные товары (к примеру, гречки) и пока не намерено менять

свой прогноз, зафиксированный на отметке 8%.

Согласно проекту федерального бюджета на 2011 год и плановый период на 2012-2013 годы, инфляция в России составит в следующем году 6,5%, в 2012 году – 6%, а в 2013 году ожидается снижение этого показателя до 5,5%.

РБК



«Империя» X5

В скором времени X5 может утроить бизнес в Ростовской области. Компания вышла на финишную прямую в переговорах по приобретению бизнеса одной из крупнейших продуктовых сетей области – «Империи продуктов», которую развивает группа компаний «Мега-Дон».

О том, что сделка близка к завершению, рассказал топ-менеджер одного из поставщиков продовольственной продукции обеих сетей. По его словам, магазины «Империи продуктов» в области распродают товар и скоро заработают под вывеской «Пятерочки» – об этом компании уже

договорились. По магазинам в самом Ростове переговоры продолжаются, но близки к завершению.

Один из бывших топ-менеджеров «Агроторг-Ростова» (эта компания была франчайзи X5) говорит, что «Империя продуктов» пытаются продать уже «года два-три».

Генеральный директор X5 Хбликян в августе говорил, что сеть насчитывает 60 магазинов в Ростове и около 10 в области, все они разных форматов – магазины «у дома» и супермаркеты. Менеджер X5 отмечает, что речь идет именно о магазинах «у дома»: на их базе X5 продолжит активное развитие в регионе формата «Пятерочки».

Источник, близкий к X5, рассказал, что компания возьмет в аренду большинство магазинов, где сейчас располагаются «Империи продуктов»; средняя площадь магазина – от 80 до 200 м².



В конце декабря 2009 года **Сергей Грешилов, на тот момент директор филиала «Южный» X5 Retail Group**, рассказывал, что в 2010 году компания планирует добавить к имеющимся 28 магазинам в Ростове и области и 4 в Краснодаре примерно столько же: 1/3 из них – в Краснодарском крае и 2/3 – в Ростовской области. С помощью «Империи продуктов» она сможет даже перевыполнить эти планы, говорит менеджер X5.

У основного конкурента X5 – краснодарского «Магнита», который развивается исключительно органически, – в Ростовской области на конец января 2009 года насчитывалось более 400 магазинов (вчера представитель компании не смог дать более свежие данные).

«Ведомости»




Блестеть будет всё!

любая тара, формы, противни, тележки...



Оборудование для мойки производственной тары «VELOX Barchitta» с производительностью от 80 до 5000 изделий в час «под ключ»



ППТК

Санкт-Петербург, Галерная ул. 30 литер «А», оф. 1Н
т. (812) 325 46 75, 570 12 26. e-mail: info@pptk.ru

реклама

Автор: **Антон Замятин**,
руководитель проекта по частным маркам
ГК «Мосмарт»

Запуск товаров под СТМ – форма партнерских отношений поставщика и сети

В течение 2009 года ведущие игроки российского продуктового ритейла значительно активизировали работу с товарами под собственными марками. Одна из ключевых причин – экономическая выгода private label для ритейлеров и изменившиеся потребительские предпочтения, вызванные снижением доходов россиян и ростом цен на товары и услуги.

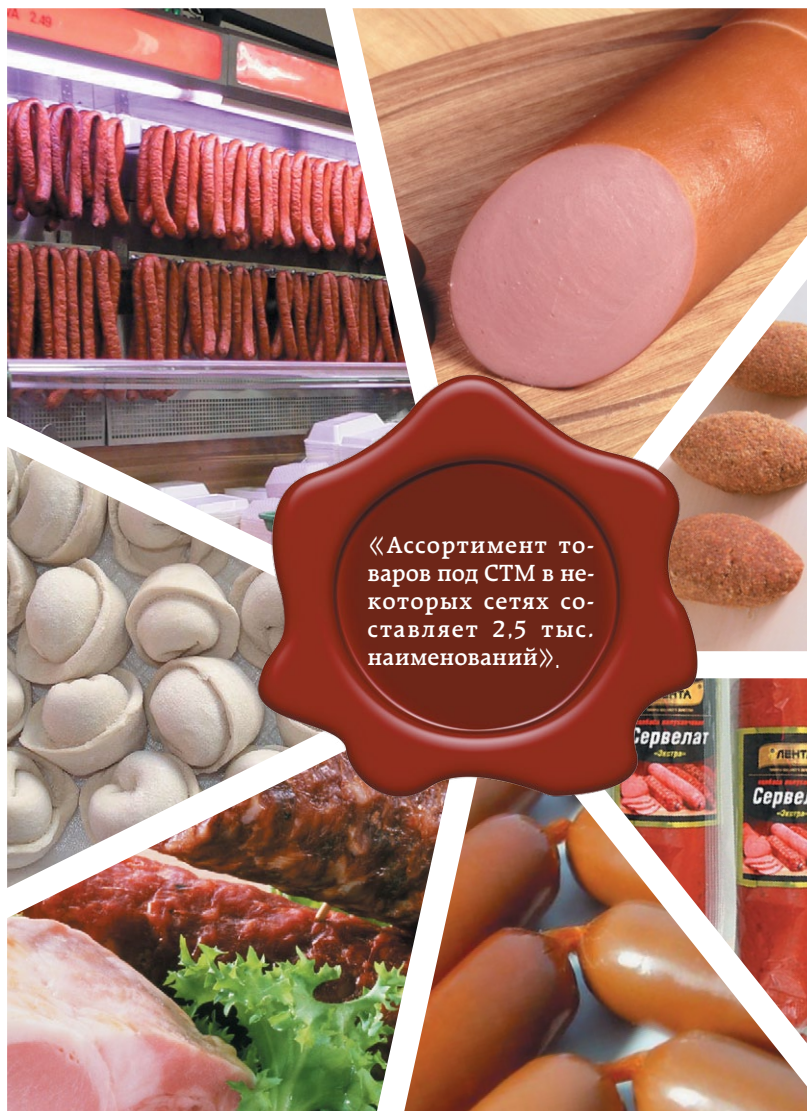
Развитие собственных марок стало для многих торговых сетей одним из стратегически важных направлений развития на 2010-2012 годы.

СТМ в России и мире

В среднем по миру доля СТМ составляет около 17%, но в зависимости от уровня развития рынков и степени проникновения форматов современной торговли в разных странах этот показатель колеблется от десятых долей процента до почти половины розничного товарооборота.

В наиболее развитых рынках, например в Европе, где высока доля жестких дискаунтеров, доля СТМ может превышать 40% от общего розничного товарооборота FMCG-категорий.

Частные торговые марки особенно интенсивно развиваются в странах, где существует очень жесткая конкуренция на уровне магазинов, пользующихся высокой лояльностью покупателей к розничной сети.



Вектор частной марки является продолжением вектора бренда торговой сети. Марки взаимно поддерживают друг друга, не разрушая, а сохраняя целостный образ каждой.

Мосмарт ориентирован на покупателя, который стремится сделать выгодную покупку, не переплачивая за бренд. Выбор покупателей в пользу собственных торговых марок сети гипермаркетов «Мосмарт» – это вопрос доверия, которое является высшей ценностью компании.

Структура рынка

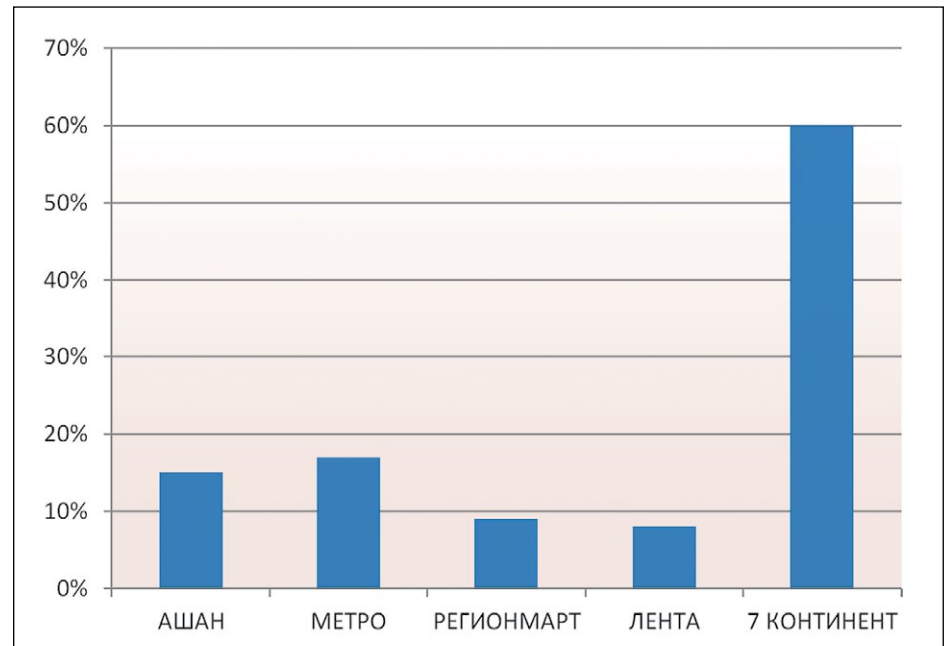
Ассортимент товаров под СТМ в некоторых сетях составляет 2,5 тыс. наименований продовольственных и непродовольственных товаров. Изначально ритейлеры выпускали товары под собственными марками в категориях социально значимых товаров – монопродукты: яйца, хлеб, сахар, молоко и молочные продукты, а также питьевая вода, растительное масло, крупы и бакалейная группа в целом.

Основным преимуществом товаров сети традиционно считалась низкая цена. В среднем частные торговые марки по-прежнему на 20-25% дешевле брендов производителей. Однако за последние годы почти все крупные ритейлеры активно конкурируют с производителями в премиальном сегменте.

Производители товаров под СТМ

К настоящему моменту количество производителей, выпускающих това-

График 1. Рост спроса на товары СТМ в 2009 году



Источник: Мосмарт (по данным «Мое дело. Магазин» Елена Ткаченко)

ры под собственными марками для Мосмарт, достигло примерно 50 компаний, среди которых есть как небольшие региональные производители, так и крупные компании. Однако преобладают среди них все же региональные предприятия, у которых нет собственных известных брендов, поскольку основным критерием для большинства ритейлеров является себестоимость товаров. Им необходим большой объем продаж, что достигается за счет производства товаров под марками сетей.

Миф об СТМ

Главный миф об СТМ – розничные сети физически устраняют бренды конкурентов из собственного торгового пространства в пользу СТМ.

Отвечу: это происходит, когда заменяемые марки не обладают четко сформулированным брендом или же рынок вообще не брендирован.

У брендов есть форa на старте: в момент совершения покупки они воспринимаются как гарантия качества. Бренды облегчают процесс выбора в товарных категориях с большим количеством наименований. Ведущие бренды строили отношения с покупателями на протяжении десятилетий через рекламу и постоянное качество продукта.

Национальные бренды представляют ценность и для розницы. Если в продаже их нет, покупатель может сменить магазин. Ритейлеры вынуждены не только хранить, но и продвигать (иногда себе в убыток) популярные бренды – поскольку именно по цене брендированных товаров покупатель судит об общих ценах в магазине.

Излишний упор на private labels размывает их силу. «Растягивание» магазинного бренда на слишком большое количество товарных категорий размывает его имидж. Приходится вводить в обращение суб-бренды.

Таблица 1. СТМ – выгоду получают все

ПРОИЗВОДИТЕЛИ	СЕТИ	ПОКУПАТЕЛИ
<ul style="list-style-type: none"> • Загрузка мощностей • Возможность эффективно планировать запасы • Гарантированные продажи • Сокращение от затрат на маркетинг • Способ обойти конкурентов на объемах производства • Товар занимает на полке лучшее место, и возможно, что это место конкурента • Лояльное отношение сети • Малоизвестные региональные компании имеют шанс дистрибуции товаров по всей сети компании 	<ul style="list-style-type: none"> • Высокая рентабельность продаж • Дешевое производство • Аргумент давления на поставщиков • Привлечение клиентов • Запуск новинки на мощностях поставщика по собственным потребностям включая упаковку и состав продукта • Контроль качества (при наличии данной структуры внутри сети либо налаженном аутсорсинге) 	<ul style="list-style-type: none"> • Товар по привлекательной розничной цене • Гарантированное качество



Рекомендации производителю СТМ

Производителям национальных брендов следует:

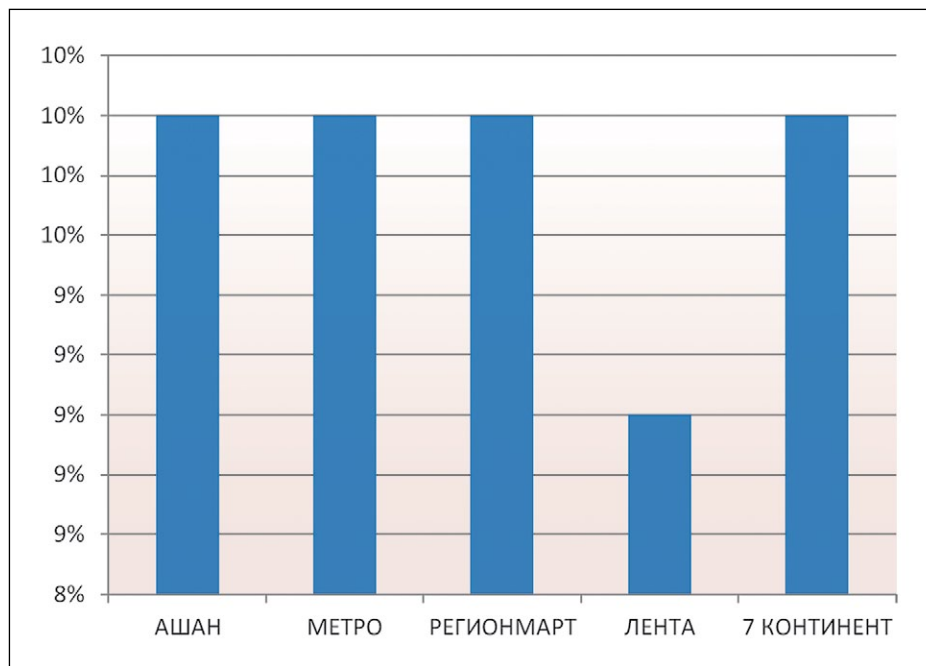
- **инвестировать в бренд.** Инвестиции в улучшение продукта поддерживают его преимущества, предоставляют поводы для информационных и рекламных посланий, позволяют держать более высокую цену и заставляют private labels конкурировать по качеству, что делает те менее выгодными. Продуманно проводить расширения. Слишком много расширений запутывают покупателя и ухудшают имидж производителя как эксперта в данной конкретной категории. В дополнение если расширения дробят бизнес, розничные цены на эту категорию товаров падают. Это открывает дверь для private labels;
- **аккуратно использовать «бойцовые» бренды.** Подобные бренды располагаются «между» традиционными и private labels и предназначены защищать первые от последних. «Бой-

Таблица 2. Динамика доли товаров под СТМ в совокупном обороте продуктовых розничных сетей

год	%
2004	10
2005	9
2006	7
2007	6,5
2008	6
2009	5
2010	4

Источник: РосБизнесКонсалтинг, Мосмарт

График 2. Предполагаемая доля товаров СТМ на конец 2009 года



Источник: Мосмарт (по данным «Мое дело. Магазины» Елена Ткаченко)

цовые» бренды предоставляют альтернативу ориентированным на цену покупателям. Однако «бойцовый» бренд может вдруг начать конкурировать с главным брендом в борьбе за покупателя, который бы и так не стал переключатся на private labels;

- **выстраивать конструктивный диалог с розницей.** Производители брендов должны знать о своих покупателях больше, чем производители private labels. Но еще лучше они должны знать своих партнеров в розничном бизнесе. Производители и продавцы, работая вместе, могут максимизировать свою прибыль, не прибегая к private labels;
- **следить за ценами.** При сокращении разрыва в цене число покупателей, переключившихся от private labels к брендам, будет в два раза выше, чем число переключившихся обратно при повышении ценового разрыва. Использовать промоушен. Сильные бренды могут закрепить за собой фиксированные места на полках и оборудовать их в своем стиле, предоставлять торговцам дополнительные скидки за увеличение продаж и т. д.;
- **относиться к private labels серьезно.** Каждый маркетинговый план должен включать разделы, посвященные ограничению влияния private labels, как на национальном, так и на конкретных региональных рынках. **ис**

* СПРАВКА:

Согласно данным компании Euromonitor International, доля расходов россиян на продукты питания остается высокой – это около 20% от бюджета. В кризис торговые сети несколько сдали свои позиции, но зато увеличили долю частной марки на своих прилавках: если с 2004 по 2008 год СТМ занимала 3-4% ассортимента, то к 2010 году по некоторым торговым сетям она достигла 10%. Представители ритейла объясняют это просто: в кризис у покупателей стало меньше денег, и они обратили свое внимание на более дешевые, но зачастую не менее качественные товары под брендом сетей.

По прогнозам генерального директора консалтингового агентства «Качалова и коллеги» Игоря Качалова, доля российских СТМ вскоре может достичь 30% ассортимента розничных сетевых магазинов.

MATIMEX

Группа компаний «MATIMEX» является эксклюзивным представителем фирмы «AUTOTHERM» в странах СНГ.

Многообразие качества

Программа оборудования

- > камеры парового копчения
- > универсальные копильные камеры
- > камеры холодного копчения и созревания
- > камеры для варки, запекания и интенсивного охлаждения
- > камеры для копчения рыбы

Преимущества

- > увеличение выходов
- > сокращение времени копчения
- > повышение производительности
- > высокая надежность и долговечность оборудования
- > простое обслуживание
- > стабильный цвет выпускаемых продуктов



Техника и Технология Мясной Промышленности

Технологии



Оборудование для убоя и разделки



Подготовка сырья



Производство мясных и колбасных изделий, полуфабрикатов



Копильное оборудование, камеры варки, созревания, интенсивного охлаждения



Упаковочные машины, этикетировщики



Логистика, гигиена



MATIMEX AG
Großbauerstraße 8,
1210 Wien, Austria
Tel. +43 1 2905173
Fax: +43 1 2905198
matimex@matimex.at

ЗАО «МАТИМЭКС»
121357, Россия, Москва
ул. Верейская 29, стр. 134
Tel. +7 495 7877797
Fax: +7 495 7877798
matimex@mtmx.ru

ЗАТ «МАТИМЭКС Україна»
01001, Київ, Україна
вул. Софіївська 4, кв. 26
Tel. +38 044 2790409
Fax: +38 044 2790409
matimex@matimex.ua

Townsend RevoPortioner - революционные



ВОЗМОЖНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА формованных продуктов

Новаторская технология формовки, реализованная в машине RevoPortioner, позволяет осуществлять непрерывную формовку продуктов постоянной формы и массы из красного мяса. Машина формирует порционные изделия из мясного фарша под низким давлением.

Изделия имеют стабильную массу и отлично сохраняют структуру сырья. Эта технология способна удовлетворить все ваши потребности в глубокой переработке - сегодня и в будущем.

- Подходит для чистой говядины и мясных смесей
- Возможность достижения высокой производительности
- Стабильно высокая точность формы и массы
- Сохранение текстуры и структуры сырья
- Широкий выбор вариантов продуктов

За более подробной информацией обращайтесь в компанию Townsend Further Processing:

Тел. +7 495 229 00 10

Электронная почта: sergey.tsitovich@marel.com | www.marel.com/townsend

Независимо от того, какие продукты вы планируете производить и какой процесс хотите усовершенствовать, Townsend Further Processing - ваш лучший выбор. Мы предлагаем решения для производства колбасно-сосисочных изделий, формовки порционных продуктов, маринования, нанесения покрытий и тепловой обработки.

Автор:



Виктория Загоровская

Наука как творчество, жизнь как работа

Во Всероссийском научно-исследовательском институте мясной промышленности им. В. М. Горбатова 8-9 декабря 2010 года состоится 13-я Международная научно-практическая конференция, посвященная памяти Василия Матвеевича Горбатова и 80-летию со дня основания института.

Сегодня ВНИИМП – один из крупнейших научных центров Европы, специализирующийся в области развития отечественной науки о мясе.

Значительный период деятельности института связан с творчеством выдающегося ученого, кандидата технических наук, доцента, лауреата Государственной премии СССР Василия Матвеевича Горбатова.

Василий Горбатов возглавлял ВНИИМП в период с 1955 по 1976 год. Биология и химия мяса, электрофизические и реологические методы исследования, технология холодильной обработки мяса – эти и другие проблемы были решены при его участии.

Начиная с 1957 года ВНИИМП принимает участие в работе ежегодного Европей-

ского конгресса работников мясной промышленности. Благодаря содействию Василия Горбатова в 1962 году русский язык стал официальным языком этого международного форума.

Василием Горбатовым опубликовано около 400 научных работ: монографий, статей, выпущена серия справочников из 10 томов. Он получил более 40 патентов за рубежом. Государственной премии СССР Василий Горбатов в числе группы авторов был удостоен за создание роторного агрегата для заморозки мяса в блоках.

В 1999 году институту было присвоено его имя. В филиале РГАНТД на постоянном хранении находятся документы, отражающие научную деятельность ученого. Это заявочные материалы на изобретение «Линии изготовления сосисок без оболочки», по которому было выдано авторское свидетельство с измененной формулировкой – «Устройство для изготовления колбасных изделий без оболочки» (1969), «Устройство для посола и созревания мяса» (1969). В частности, при его участии на базе института



хирургии им. Вишневского шли разработки по созданию средства для лечения ожогов (комбутек), приготовляемого из ахилловых сухожилий крупного рогатого скота.

В декабре прошлого года в рамках 12-й Международной научно-практической конференции «Обеспечение продовольственной безопасности России через наукоемкие технологические переработки мясного сырья», посвященной памяти Василия Горбатова, состоялось торжественное открытие бронзового бюста ученого, выполненного скульптором Дмитрием Кукколосом.

Тема конференции этого года – «Инновационные аспекты переработки мясного сырья и создания конкурентоспособных продуктов питания».

Программа мероприятия предусматривает рассмотрение следующих проблем:

- инновационные технологии производства продуктов питания;
- сырьевая база отрасли, животноводство и ветеринарная медицина;
- современные методы исследований сырья и готовых продуктов;
- производство безопасного продукта гарантированного качества;
- новые виды упаковки, ингредиенты, комплексных добавок и технологии их применения;
- экономика, маркетинг, реклама;
- переработка вторичных ресурсов мясной промышленности и экологические проблемы отрасли.

В рамках конференции запланированы доклады ведущих отечественных и зарубежных ученых. Материалы мероприятия будут опубликованы в сборнике ВНИИМП. **МС**



За создание роторного агрегата для заморозки мяса в блоках Василий Горбатов в числе группы авторов был удостоен Государственной премии СССР.

Сайт для топ-менеджеров
и специалистов пищевой
промышленности

ЛОВИ
ВОЛНУ!

■ МЯСНАЯ СФЕРА

■ КОНДИТЕРСКАЯ СФЕРА /
ХЛЕБОПЕЧЕНИЕ

■ МОЛОЧНАЯ СФЕРА

■ ПТИЦЕПРОМ

FM

sfera.FM



На сайте в удобной форме
представлены:

СТАТЬИ

на отраслевую тематику

НОВОСТИ

ФОТОРЕПОРТАЖИ

с прошедших мероприятий и выставок

ПОДПИСКА*

НА ЖУРНАЛЫ «СФЕРА»

**РЕКЛАМНЫЕ
ВОЗМОЖНОСТИ**

* действует спецпредложение

Покупка подразделения пищевых смазок Shell CASSIDA



Международная группа компаний FUCHS PETROLUB AG со штаб-квартирой в г. Маннхайм (Германия), производитель высокотехнологичных смазочных материалов и сопутствующих продуктов промышленного назначения, приобрела подразделение по производству пищевых смазочных материалов компании Shell International Petroleum, Лондон. Сделка завершилась 01 октября 2010 года.

Наряду с покупкой технологий, клиентской базы, а также мирового бренда CASSIDA группа компаний Fuchs приобрела персонал, занятый в области продаж и НИОКР смазочных материалов для пищевой промышленности; что позволит концерну расширить текущий ассортимент продуктов данного направления, а также стать ведущим международным поставщиком в сегменте рынка смазочных материалов для пищевой промышленности. Это еще один важный шаг к укреплению и расширению бизнеса компании FUCHS.

Необходимо отметить, что производство данной линейки пищевых смазочных материалов будет сертифицировано в соответствии с международными стандартами, включая сертификацию по стандарту ISO 21469. Все продукты будут зарегистрированы в соответствии с такими требованиями, как NSF H1, а также согласно требованиям, предъявляемым к кошерной и халяльной продукции.

Объемы продаж концерна, мирового лидера среди независимых производителей смазочных матери-

алов, по итогам 2009 года составили 1,2 млрд евро, а прибыль после уплаты налогов 121 млн евро. На сегодняшний день общая численность персонала группы компаний FUCHS составляет 3515 человек по всему миру.

В свою очередь «ФУКС ОЙЛ», как дочерняя компания концерна, рада предложить своим клиентам широкий ассортимент современных смазочных материалов, отвечающих самым актуальным спецификациям.

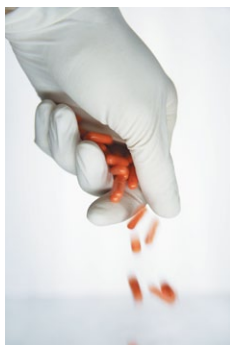
Получить более подробную информацию по вопросам приобретения на территории России многоцелевых смазочных материалов для оборудования пищевой промышленности и производства упаковки и дальнейшего их использования Вы можете по телефону: +7 (495) 727-27-41; по электронной почте: cassida-lubricants@fuchs-oil.ru контактное лицо – Михаил Коровочкин

Завод с перспективной «искусственного мяса»

Один из совладельцев компании «Русский агропромышленный трест» Вадим Варшавский объявил о намерении построить на Дону предприятие по производству аминокислот (лизин, треонин, метионин), получаемых при переработке зерна, мощностью 300 тыс. тонн продукции в год.

На сегодняшний день практически все аминокислоты в Россию импортируются, лишь в Белгородской и Новосибирской областях есть небольшие опытные производства.

Сумма инвестиций в проект, в котором предполагается участие немецкого инвестора корпорации Degussa (входит в группу Evonik Industries AG), составит порядка 150-180 млн долл. В настоящее время Degussa как раз подыскивает подходящую площадку в России для строительства завода по выпуску аминокислот. Пока рассматриваются варианты



размещения его в Ростовской области или в Татарстане. На «Русский агропромышленный трест» Degussa вышла сама с предложением совместно осуществить проект, и сейчас ведутся переговоры. «Даже если они откажутся от проекта, мы будем сами его реализовывать, причем именно на Дону, – пообещал г-н Варшавский. – Без производства собственных аминокислот сложно обеспечить нормальное развитие отечественного животноводства». По утверждению Вадима Варшавского, в России сегодня еще нет технологии по превращению растительного бел-

ка в животный без участия собственноручно животных.

Согласно плану инвестора, площадка под завод может появиться в Целинском или Миллеровском районах Ростовской области, где у входящего в «Русский агропромышленный трест» предприятия «Русская свинина» уже есть и еще планируются к строительству крупные свинопольные хозяйства на 100 тыс. голов. Именно они и должны стать главными потребителями продукции нового предприятия. Считается, что добавление аминокислот в комбикорма



позволяет в 2,5-3 раза сокращать затраты на откорм животных (до 2,8-3 кг кормов на 1 кг живого веса). Уникальный с точки зрения биотехнологий проект, по мнению инвестора, позволит фактически производить «искусственное мясо», как это с успехом делают в США, Бразилии и Европе, с которыми Россия сегодня не в состоянии конкурировать из-за отсутствия собственных производств. Сейчас в мире подобной технологией располагают только три компании.

Эксперт Online

Разработана новая антибактериальная пленка

Разработанная исследователями из Института Фраунгофера активная антибактериальная пленка может значительно увеличить срок хранения продуктов питания, уничтожая микроорганизмы на их поверхности.

Разборчивые покупатели хотят найти в супермаркетах порционные продукты, которые будут оставаться свежими и сохранять привлекательный внешний вид в течение многих дней. В особенности это относится к мясу и колбасным изделиям. И если изначально мясо забитого животного практически стерильно, в процессе разделки туши и дальнейшей обработки оно подвергается загрязнению различными микроорганизмами. В результате их жизнедеятельности на поверхности продукта образуются различные

вещества, меняющие его свойства (например, биогенные амины). Поэтому, оказавшись в супермаркете, столь аппетитно выглядящее мясо быстро теряет свой товарный вид.

Активная антимикробная упаковка, о которой заговорили относительно недавно (термин появился в начале 1990-х годов), позволяет сохранить качество продуктов в течение гораздо более длительного срока. В соответствии с действующими в Европе нормативными актами, срок хранения продуктов в такой упаковке может быть продлен, а сама упаковка может содержать компоненты, предназначенные для доставки активных веществ внутрь продукта или на его поверхность. В Японии уже используется «умная» упаковка, действующими ингредиентами которой являются серебро, васabi и этанол.

Каролин Хаузер, специалист по химии пищевой промышленности, разработала и испытала новую антимикробную пленку с механизмом контролируемого высвобождения активных веществ. Антимикробное средство попадает на поверхность продукта при непосредственном контакте с пленкой. Это вещество должно соответствовать всем требованиям действующих нормативов – не



иметь вкуса и запаха, не быть ядовитым или аллергенным. Кроме того, его должно быть легко наносить на упаковочную пленку. Исходя из этих соображений, Хаузер решила использовать сорбиновую кислоту, которую можно растворить в специальном лаке и нанести на поверхность пленки.

Взяв несколько порций мяса забитой днем ранее свиньи, Хаузер поместила на них колонии бактерий E. Coli (примерно 1000 единиц в каждой). После этого некоторые куски были завернуты в обычную пленку, а некоторые – в активную. После семи дней хранения при температуре +8 °C различия в цвете стали очевидны. Микробиологическая экспертиза подтвердила, что число бактерий на мясе в активной упаковке сократилось приблизительно в четыре раза. «Это означает, что наша активная пленка подходит для сохранения свежести и безопасности мяса, сыра, рыбы и прочих продуктов питания», – говорит Хаузер.

unipack.ru



ХОЛОДИЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ МЯСОПЕРЕРАБОТКИ КОМПАНИИ ООО «ПТФ «КРИОТЕК»



Комплексы уоя 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



реклама

Открыта подписка на журнал «Мясная сфера»



3 номера (полугодичная подписка) **1050 руб.** (350 руб./1 экз.)

6 номеров (годовая подписка) **2100 руб.** (350 руб./1 экз.)

Оформить подписку можно через:

ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ

тел.: +7 (812) 702-36-70
e-mail: podpiska@sfera.fm

НАШ САЙТ

sfera.FM

ПОЧТОВЫЕ КАТАЛОГИ

«Интер-Почта-2003» – индекс 12736
«Деловая Пресса» – индекс 10664DP



Сосиски «с бабочкой»

«Фешенебельная» марка деликатесных английских сосисок, созданная в XX веке фешн-фотографом Норманом Паркинсоном, вскоре предстанет перед требовательной невегетарианской лондонской публикой в новом «одеянии».



Новый стильный дизайн упаковки разработало лондонское агентство Jkr, а автором предыдущего «шедевра с бабочкой» является студия Springetts.

По словам **Шона Лингвуда**, дизайнера Jkr, новый дизайн подчеркивает вычурную «английскость» бренда, а сама бабочка, как элемент джентльменского гардероба, — принадлежность к высшему английскому обществу.

Popsop.ru

В поисках партнера

Стокгольмская фирма Innventia ищет партнера, который помог бы ей осуществить коммерциализацию технологии, помогающей сделать рентабельным производство наноцеллюлозы в промышленном масштабе.

Как рассказал **руководитель научно-исследовательского отдела Innventia Микаэль Анкерфорс**, наноцеллюлоза, или микрофибриллярная целлюлоза (MFC), обладает свойствами, которые привлекают интерес со стороны пищевой индустрии. Речь идет о прозрачном материале, который ведет себя как гель

при очень низких концентрациях с элементарными волокнами шириной 10-20 нанометров и длиной около 2 микрон. Его можно использовать в качестве стабилизатора в заправках, влагоудерживающего агента в бургерах и тесте и т. д. Наноцеллюлоза отличается высокой прочностью, поэтому она хорошо подходит для производства крекеров, вафель и хрустящих хлебцев. Материал обладает жаропрочностью и выдерживает температуру до 180 °С.



MFC известна с начала 1980-х годов. Тогда ее получали с помощью добавления волокон целлюлозы из древесной массы в гомогенизаторы высокого давления. Тем не менее ее производство оказывалось слишком затратным из-за использования большого количества энергии. Компания Innventia разработала способ, которым можно сократить затраты на производство. Она использует стадию предварительной обработки, которая заключается в «механической и ферментативной обработке» перед гомогенизацией. Это позволяет значительно снизить расход энергии, а также предотвращает забивание механизмов. В результате получается высококачественный конечный продукт, рассказал Анкерфорс.

upakovano.ru

Запрет на использование «заморожки»

Участники мясного рынка готовят обращение в Правительство РФ с просьбой отменить решение **главного санитарного врача России Геннадия Онищенко** о запрете на использование замороженного куриного мяса для производства полуфабрикатов.

В 2008 году Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека РФ (Роспотребнадзор) издала постановление №30, согласно которому с 1 января 2010 года вводится запрет на использование замороженного мяса птицы при производстве детского и диетического питания. Согласно этому же документу с 1 января 2011 года будет введен запрет на использование мяса птицы, кроме охлажденного, для производства всех видов пищевых продуктов.

В октябре глава Роспотребнадзора напомнил о предстоящем запрете. По словам Г. Онищенко, определенные опасения по поводу предстоящего запрета высказывают европейские поставщики мяса птицы, так как он коснется в первую очередь импортеров. При этом главный санитарный врач РФ добавил, что по этому вопросу продолжатся консультации с бизнес-сообществом.

Но российский бизнес недоумевает по поводу этих заявлений Г. Онищенко. В последние месяцы отраслевые ассоциации – Росптицесоюз и Национальная мясная ассоциация (НМА) – неоднократно обращали внимание Роспотребнадзора, что предстоящий запрет не имеет аналогов в мире и нанесет огромный ущерб российскому бизнесу, прежде всего мясоперерабатывающей промышленности и отечественной птицеводческой отрасли. По данным Росстата, 40% промышленного производства мяса птицы в стране приходится на замороженное и 60% – на охлажденное.

Споров по этому вопросу очень много, признает гендиректор Росптицесоюза Галина Быбылева. «Этот запрет вступает в противоречие с международными соглашениями, подписанными Россией», – добавил в беседе с «РБК daily» **руководитель исполнительного комитета НМА Сергей Юшин**. Статью, которая вводила запрет на использование замороженного мяса в переработке, год назад убрали из проекта техрегламента на мясо птицы. Нет этого ограничения и в Единых санитарно-эпидемиологических и гигиенических требованиях, действующих на территории стран Таможенного союза.



В связи с этим некоторые участники рынка готовы обратиться в правительство с просьбой проанализировать обоснованность запрета со стороны Роспотребнадзора и последствия его введения для мясной отрасли и потребителей.

Мясопереработчики уверены, что новый запрет в первую очередь скажется на стоимости вареных колбасных изделий. Невозможность следовать запрету неизбежно приведет к увеличению фальсификации документов, утверждают эксперты. Кроме того, будет ограничена возможность экспорта готовых продуктов из мяса птицы с высокой добавленной стоимостью, учитывая короткие сроки хранения охлажденного мяса.

«На поиск станции ушло много времени. Начали мы с предложений в 10 млн руб. Изучив рынок и преимущества каждого оборудования, пришли к выводу: дорого – не значит хорошо. Надеюсь, та система, на которой мы остановили свой выбор и приобрели за 1,5 млн руб., на долгое время позволит забыть о проблеме».

Аграрное обозрение



Сибирская Аграрная Группа
закрытое акционерное общество

Сибирская Аграрная Группа смягчит воду

На мясокомбинате №5 «Сибирской Аграрной Группы» установили современную систему обезжелезивания и смягчения воды.

Теперь предприятие будет использовать свою воду, соответствующую всем санитарным требованиям. «Проблема – ровесница комбината. Сколько мясокомбинат работает, столько лет и существуют трудности, связанные с качеством воды: у нас две своих скважины, вода артезианская, но санитарным требованиям без дополнительной обработки не соответствует. Вода жесткая, содержание железа превышено в 12 раз, – рассказывает **главный инженер МК Олег Шкуратов**.

В предыдущие годы на комбинате проблему решали по-разному, к примеру, использовали городской водопровод (дорогой для предприятия вариант). Временным решением проблемы была установка локальных систем очистки воды, а для технических нужд комбинат по-прежнему пользовался водой из скважин.



«На поиск станции ушло много времени. Начали мы с предложений в 10 млн руб. Изучив рынок и преимущества каждого оборудования, пришли к выводу: дорого – не значит хорошо. Надеюсь, та система, на которой мы остановили свой выбор и приобрели за 1,5 млн руб., на долгое время позволит забыть о проблеме».

«На поиск станции ушло много времени. Начали мы с предложений в 10 млн руб. Изучив рынок и преимущества каждого оборудования, пришли к выводу: дорого – не значит хорошо. Надеюсь, та система, на которой мы остановили свой выбор и приобрели за 1,5 млн руб., на долгое время позволит забыть о проблеме».

**Высококачественные
смазочные материалы для
пищевой промышленности**

URL: www.fuchs-oil.ru
E-mail: info@fuchs-oil.ru



Тел.: (495) 727 27 41
Факс: (495) 727 28 40

реклама

РЯД НАШИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ



DOMINIONI
PUNTO & PASTA

Оборудование для промышленного
производства пельменей и вареников.



Надежная круглосуточная эксплуатация.
Любой способ приготовления теста.
Самые востребованные формы изделий.



ППТК

Санкт-Петербург, Галерная ул. 30 литер «А», оф. 1Н
т. (812) 325 46 75, 570 12 26. e-mail: info@pptk.ru

реклама

мах качества воды», – говорит Олег Шурастов.

Преимущество станции по очистке воды еще и в ее экономичном обслуживании: первое вешательство (замена сорбента) предстоит предприятию только через 5-7 лет.

agru.ru

Производство мяса птицы увеличилось на 17,6%

Поголовье птицы продолжает демонстрировать хорошие результаты. Общий показатель по России в июле 2010 года только в сельхозорганизациях составил 340 млн голов, за месяц он вырос на 1%, относительно прошлого года – увеличился на 9%.

Центральный ФО и Приволжский ФО являются лидерами, им принадлежат 32 и 20% соответственно. По сравнению с численностью голов в июле 2009 года на момент исследования по всем федеральным округам отмечен рост.

По итогам месяца отрицательная динамика зафиксирована в трех округах: Северо-Кавказском – на 3%, в Центральном – 1%, и Северо-Западном – на 0,3%. В основе сокращения поголовья птицы в Северо-Кавказском ФО лежит снижение показателей в Карачаево-Черкесской Республике с 918,2 тыс. голов до 811,2 млн голов и в Кабардино-Балкарской Республике с 666,2 тыс. голов до 612,7 тыс. голов, сообщает «Meatinfo.Ru».



Объем птицы на убой по итогам 7 месяцев составил 1,9 млн тонн, что выше уровня прошлого года на 15,3%. Июльский показатель текущего года составляет 271,7 тыс. тонн, только за месяц объем вырос на 1,8%, а по итогам года и вовсе на 11,7%.

Мяса птицы по итогам января-июля 2010 года произвели на 17,6% больше аналогичного показателя прошлого года, а именно 1,5 млн тонн. В июле произведено 214,0 тыс. тонн, за месяц объем сократился на 2%, однако относительно июля 2009 года он выше на 13,3%. При этом импорт мяса птицы за 7 месяцев 2010 года составил 17,7 тыс. тонн, тогда как в прошлом году показатель был равен 460,3 тыс. тонн (меньше на 61%). За месяц объем поставок мяса птицы увеличился на 54% и составил всего 44,8 тыс. тонн, однако на фоне июля

2009 года текущий показатель сократился на 52%.

На первом месте среди стран-экспортеров по итогам отчетного периода располагается Бразилия, за 7 месяцев из этой страны к нам поставили 52,9 тыс. тонн мяса птицы. Относительно прошлого года этот показатель выше на 54%. Объем поставок из США за это время составил 23,72 тыс. тонн, что в 15 раз ниже уровня 2009 года.

agronews.ru



В Париж, на выставку!

С 17 по 19 октября в Париже, в выставочном центре «Sial» прошел международный студенческий конкурс на лучшую европейскую продукцию «Tropheelia Euro-2010».

В столицу Франции для участия в престижном конкурсе приехала делегация кафедры мясных и молочных продуктов под руководством заведующей кафедрой профессора Татьяны Гиро. Членоркурники технологического факультета Алексей Горбатов и Алексей Власов представили в Париже мясной ферментированный продукт «Студенческий».

«Мы впервые участвуем в этом конкурсе, подготовка к которому шла несколько месяцев, – говорит Татьяна Гиро. – По разработанным нами техническим условиям продукт «Студенческий» изготавливается из всех видов мяса методом ферментации, исключая термообработку, что способствует сохранению его биологической ценности. Мясное изделие вырабатывается на базе учебного комплекса №3 – в научно-производственном цехе технологического факультета».

Дизайн вакуумной упаковки разрабатывали специалисты отдела информации УНИД. Исследования качества произведенной продукции проводили сотрудники межфакультетской учебно-научно-испытательной лаборатории по определению качества пищевой и сельскохозяйственной продукции аграрного университета. Участие в конкурсе даст возможность расширить представления студентов о современном уровне производства мясных продуктов в Европе и, конечно, ознакомиться с инновационными разработками сверстников.

unipack.ru

Россия-Литва

В присутствии министров сельского хозяйства России и Литвы Елены Скрынник и Казиса Старкявичуса состоялось подписание меморандума о сотрудничестве между Ассоциацией крестьянских (фермерских) хозяйств и сельскохозяйственных кооперативов (АККОР) России и Литовской ассоциацией сельского туризма (ЛАСТ).

Подписи поставили президент АККОР Владимир Плотников и президент ЛАСТ Регина Сирусене-Ламаускене, сообщает пресс-служба Минсельхоза РФ.

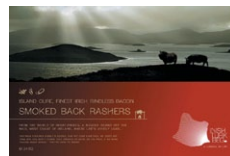
Как отметила Е. Скрынник, «данный документ позволит систематизировать наше сотрудничество в области сельского туризма и обеспечить реализацию конкретных совместных проектов». «Развитие конструктивного диалога фермерских ассоциаций двух стран является перспективным направлением российско-литовского взаимодействия в области сельского хозяйства», – подчеркнула министр.

К. Старкявичус убежден, что сотрудничество отраслевых организаций России и Литвы придаст новый импульс развитию АПК обоих государств. Меморандум, в частности, предусматривает обмен сельскими специалистами, проведение консультаций президентов организаций с целью разработки краткосрочных и долгосрочных программ сотрудничества.

agronews.ru

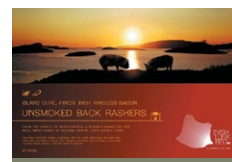
Coley Porter Bell ломают стереотипы

Агентство Coley Porter Bell вывело компанию Inish Turk Veg на мировой рынок товаров массового спроса, создав новый бренд и разработав дизайн для ее новой линейки рыбной и мясной продукции.



Агентство создало дизайн упаковки для копченого тунца, макрели и лосося, а также для свиной спинки и бекона. Маркетинговая стратегия компании основывается на принципе «сверху-вниз», поэтому изначально ее продукция будет продаваться только в самых эксклюзивных торговых точках, в другие же супермаркеты ее начнут поставлять в течение 2010 года.

Дизайн упаковки подчеркивает уникальную позицию Inish Turk Veg's на рынке. Вместо того



чтобы показывать продукт через маленькое отверстие на пластиковой упаковке, что стало уже привычным решением, дизайнеры поместили продукты в прозрачную вакуумную упаковку в картонные конверты. О качестве говорят минималистичное оформление, цветовая палитра и запоминающаяся фотография.

На упаковке с беконом изображен маленький силуэт жареного на вертеле поросенка, а на упаковке с рыбой... тоже силуэт поросенка, но лещащего рыбу. Кроме того, Coley Porter Bell разработало целую систему пунктуации для обложки: в качестве запятой используется фигурка морского конька, чайки ставятся вместо кавычек, а рыбка заменяет дефис.

Popsop.ru

Импорт мяса в Украину снизится на 22%

В 2010 году импорт мяса в Украину предполагается на уровне 310 тыс. тонн. Такой прогноз дал министр аграрной политики Украины Николай Присяжнюк. Так, импорт мяса в текущем году может снизиться на 22% по сравнению с ввезенными объемами в 2009 году.

По мнению Н. Присяжнюка, отечественная животноводческая отрасль еще не вышла на необходимые объемы производства мяса. При этом, по его словам, в этом году в Украине сохраняется дисбаланс по этому виду продукции, и Украина будет вынуждена импортировать мясо. Министр прогнозирует импорт мяса в 2010 году на уровне 300-310 тыс. тонн.

Напомним, по данным Госкомветмедицины, в 2009 году импорт мясного сырья в Украину составил порядка 400 тыс. тонн, в 2008 году – 530 тыс. тонн. Согласно информации профильных ассоциаций, в 2009 году в Украину было импортировано 398,3 тыс. тонн мясной продукции, в том числе говядины – 16,5 тыс. тонн, свинины – 216,6 тыс. тонн, мяса птицы – 165,2 тыс. тонн. По их словам, около 40% ввезенного по импорту мяса птицы и свинины, а также 90% говядины была низкосортная продукция.

По данным Госкомстата, за первое полугодие 2010 года импорт мяса в Украину в денежном выражении снизился на 36% по сравнению с аналогичным периодом 2009 года.

ЛІГАБізнесІнформ

Авторы: **Анастасия Семенова**, **Виктория Насонова**, **Леонид Веретов**,
Д. Т. Н., К. Т. Н., К. Т. Н.

Компания: **ГНУ ВНИИМП им. В. М. Горбатова**
Россельхозакадемии

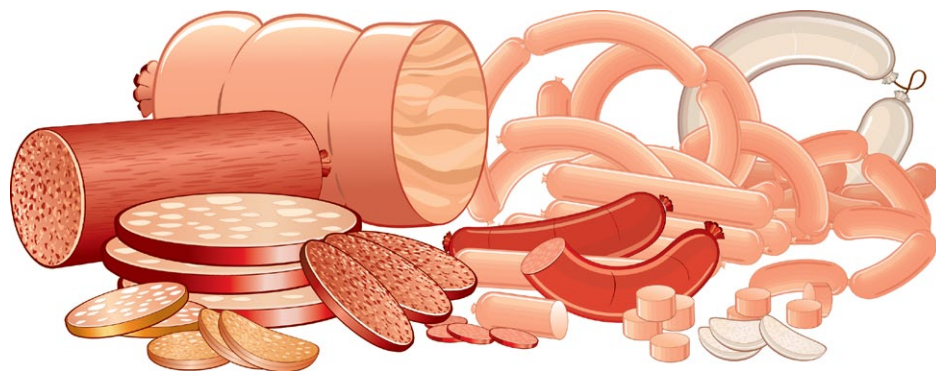
Новые стандарты на мясные продукты

ГНУ ВНИИМП им. В. М. Горбатова в соответствии с программой разработки национальных стандартов по заказу Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии представил новые национальные стандарты.

Среди них – ГОСТ Р 53588-2009 «Колбасы полукопченые. Технические условия», ГОСТ Р 53515-2009 «Колбасы жареные. Технические условия», ГОСТ Р 53587-2009 «Колбасы вареные из конины. Технические условия», ГОСТ Р 53591-2009 «Колбасы полукопченые из конины. Технические условия», ГОСТ Р 53643-2009 «Продукты из свинины вареные. Технические условия».

Целью разработки новых стандартов было установление общих требований, обеспечивающих качество и безопасность мясных продуктов в соответствии с законами «О защите прав потребителей», «О качестве и безопасности пищевых продуктов», «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения», санитарными правилами и нормами «Гигиенические требования к качеству и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов».

Национальный стандарт **ГОСТ Р 53588-2009 «Колбасы полукопченые. Технические условия»** распространяется на мясные продукты – полукопченые колбасы (колбаски), выпускаемые в охлажденном или замороженном виде и предназначенные для непосредственного употребления в пищу и приготовления различных блюд и закусок и вводится в действие с 01.01.2011.



Новые национальные стандарты позволяют производителям выпускать высококачественную мясную продукцию широкого ассортимента с увеличенными сроками хранения, отвечающую требованиям современного рынка.

Разработанный стандарт включает в себя 29 наименований полукопченых колбас, из них 10, известных по ГОСТ 16351-86: «Армавирская», «Краковская», «Охотничьи колбаски», «Полтавская», «Таллинская», «Одесская», «Свиная», «Украинская», «Баранья», «Польская», и 19 новых: «Говяжья», «Венгерская», «Дачная», «Крестьянская», «Сервелат Московский», «Столичная», «Алтайская», «Ветчинная», «Городская», «Застольная», «Закусочная», «Краснодарская», «Любительские колбаски», «Пикантная», «Покровская», «Ростовские колбаски», «Русская», «Сервелат Российский», «Уральская».

В стандарте предусмотрено использование широкого ассортимента мясного сырья: говядины жилованной первого и второго сортов, жирной, колбасной, односортовой, свинины жилованной нежирной, полужирной, жирной, односортовой, колбасной, обреси жилованной свиной и говяжьей, мяса голяшек свинных, свинных пашины и щеквины, шпика, грудинки свиной, баранины жилованной односортовой, жира-сырца говяжьего, свиного и бараньего (подкожного и курдючного). Также перечень используемого сырья включает в себя субпродукты мясные обработанные: обресь мясную свиную

и говяжью, диафрагму говяжью, шкуру свиную, печень, мясо голов свиных и говяжьих.

При расширении ассортимента полукопченых колбас для формирования их вкусоароматических особенностей были использованы различные композиции пряностей: перца черного, душистого, красного, паприки, кориандра и тмина, ореха мускатного и кардамона, корицы, горчицы, гвоздики молотых.

ГОСТ Р 53515-2009 «Колбасы жареные. Технические условия» разработан впервые и введен в действие с 1 июля 2010 года. Стандарт распространяется на мясные продукты – жареные колбасы, выпускаемые в охлажденном и замороженном состоянии, также предусмотрен выпуск жареных колбас, залитых жиром, упакованных в емкости от 1,5 до 5,0 дм³ из керамики или других материалов.

В новый стандарт были включены 10 наименований жареных колбас, из них «Украинская жареная», выработывавшаяся раньше по ГОСТ 16351-86 и 9 новых рецептур: «С грудинкой», «Баранья с луком», «Русская жареная», «Баранья», «Свиная», «Жареная подомашнему», «С луком», «Пряная», «Украинская жареная», «С печенью».

Рецептуры колбас предусматривают использование разнообразного мясного сырья, оригинальных сочетаний пряностей, также допускается применение ячменной, овсяной или гречневой муки, гречневой крупы, пшеничной муки или картофельного крахмала, жилованной щекотины.

Взамен отдельных пряностей в ГОСТ Р 53515-2009 и ГОСТ Р 53588-2009 предусмотрено применение пряных смесей по ТУ 9199-974-00419779 «Пряные смеси «ВНИИМП» для полукопченых и жареных колбас».

Разработаны два новых стандарта на колбасы из конины: **ГОСТ Р 53587-2009 «Колбасы вареные из конины. Технические условия»** и **ГОСТ Р 53591-2009 «Колбасы полукопченые из конины. Технические условия»**. Стандарты были разработаны взамен республиканских стандартов РСТ РСФСР 319-88 и 320-88 с сохранением ассортиментов. Разработанные стандарты распространяются на мясные продукты – вареные колбасы из конины и по-

лукопченые колбасы из конины, предназначенные для непосредственного употребления в пищу и приготовления различных блюд и закусок, в том числе для продукции халяль, и начинают действовать с 1 января 2011 года.

При разработке ГОСТ Р 53587-2009 и ГОСТ Р 53591-2009 были учтены особенности производства мясной продукции из конины, так как национальный потребитель ожидает традиционного для своей этнической или религиозной группы продукта, а массовый потребитель ожидает новых вкусовых достоинств и высоких органолептических характеристик.

Для производства колбас используют конину жилованную высшего, первого, второго сортов, односортовую

пространяется на мясные вареные продукты из свинины, предназначенные для непосредственного употребления в пищу и приготовления различных блюд и закусок.

В настоящее время на вареные продукты из свинины действует ГОСТ 18236-85, не отвечающий требованиям действующей законодательной и нормативной документации.

В новом стандарте, который вступает в силу с 1 января 2011 года, ассортимент вареных продуктов из свинины сохранен без изменений и включает цельнокусковые продукты – «Окорок тамбовский», «Окорок воронежский», «Окорок обезжиренный», «Рулет ленинградский», «Рулет ростовский», формованные продукты и ветчины – «Свинина прессованная», «Ветчина для завтрака», «Ветчина в оболочке», «Ветчина в форме», «Бекон прессованный», «Мясо свиных голов прессованное».

Для изготовления продуктов применяют свинину в охлажденном состоянии и полученные при ее раздел-

ке: свинину нежирную, тазобедренную и лопаточную части, свинину от тазобедренной, лопаточной, спинной, поясничной, шейной частей, головы свиные, мясо свиных голов.

Предусмотрено применение пряностей: перца черного, душистого молотых, а также листа лаврового, пищевых фосфатов, чеснока и лука репчатого.

Для повышения хранимостности мясных продуктов, вырабатываемых по ГОСТ Р 53588-2009, ГОСТ Р 53515-2009, ГОСТ Р 53587-2009, ГОСТ Р 53591-2009, ГОСТ Р 53643-2009 предусмотрено применение лактата натрия (калия) и комплексной пищевой добавки «Баксолан» по ТУ 9199-438-00419779.

Взамен нитрита натрия в разработанных стандартах (кроме ГОСТ Р 53515-2009 на жареные колбасы) рекомендуется применять посолочные смеси «НИСО» по ТУ 9199-762-00419779.

Новые национальные стандарты позволяют производителям выпускать высококачественную мясную продукцию широкого ассортимента, с увеличенными сроками хранения, отвечающую требованиям современного потребителя. **МС**



Целью разработки новых стандартов было установление общих требований, обеспечивающих качество и безопасность мясных продуктов

и жирную, конский подгривный жир, жир-сырец конский, говядину жилованную жирную, жир-сырец говяжий и бараний, в том числе курдючный, жир костный говяжий топленый пищевой. Исключены из перечня сырья шпик свиной, кровь пищевая, плазма и сыворотка крови, в связи с этим стандарты на колбасные изделия из конины могут быть использованы для производства продукции халяль.

Продукты из свинины отличаются хорошими вкусовыми качествами, высокой пищевой ценностью и пользуются большим спросом у покупателей. Новый национальный стандарт **ГОСТ Р 53643-2009 «Продукты из свинины вареные. Технические условия»** рас-

Список новых ГОСТов

Номер нового документа	Название	Дата введения	Взамен какого документа
ГОСТ Р 53514-2009	«Мясо и мясные продукты. Иммунопреципитационный метод определения массовой доли животного (говяжьего, свиного, бараньего) белка»	01.07.2010	
ГОСТ Р 53641-2009	«Мясо и мясные продукты. Метод определения остаточной активности кислой фосфатазы, выраженной массовой долей фенола в колбасных изделиях из термически обработанных ингредиентов»	01.01.2011	
ГОСТ Р 53642-2009 (ИСО 936:1998)	«Мясо и мясные продукты. Метод определения массовой доли общей влаги»	01.01.2011	
ГОСТ Р 53748-2009	«Консервы мясные. Мясо рубленое. Технические условия»	01.01.2011	<ul style="list-style-type: none"> • ГОСТ 10149-62 «Консервы мясные. Свиная жирная. Технические условия» • ГОСТ 15170-91 «Консервы мясные. Говядина измельченная. Технические условия» • ГОСТ 17707-72 «Консервы мясные. Бекон рубленый. Технические условия»
ГОСТ Р 53644-2009	«Консервы мясные фаршевые. Технические условия»	01.01.2011	<ul style="list-style-type: none"> • ГОСТ 9163-90 «Консервы мясные и мясорастительные. Сосиски. Технические условия» • ГОСТ 12186-77 «Консервы мясные. Фарш свиной сосисочный. Технические условия» • ГОСТ 12187-66 «Консервы мясные. Колбасный фарш ветчинно-рубленый. Технические условия» • ГОСТ 12296-66 «Консервы мясные. Колбасный фарш отдельный. Технические условия» • ГОСТ 12297-66 «Консервы мясные. Колбасный фарш любительский. Технические условия»
ГОСТ Р 53515-2009	«Колбасы жареные. Технические условия»	01.06.2010	
ГОСТ Р 53588-2009	«Колбасы полукопченые. Технические условия»	01.01.2011	
ГОСТ Р 53591-2009	«Колбасы полукопченые из конины. Технические условия»	01.01.2011	
ГОСТ Р 53587-2009	«Колбасы вареные из конины. Технические условия»	01.01.2011	
ГОСТ Р 53645-2009	«Изделия колбасные вареные для детского питания. Технические условия»	01.01.2011	
ГОСТ Р 53643-2009	«Продукты из свинины вареные. Технические условия»	01.01.2011	<ul style="list-style-type: none"> • ГОСТ 18236-85 «Продукты из свинины вареные. Технические условия»

Источник: Книга «Колбасные оболочки: натуральные, искусственные, синтетические» (Ланг Б. А., Эффенбергер Г., перевод с нем. языка Семеновой Е. А. под научной ред. Смурьгина В. Ю.), СПб., «Профессия», 2009

Производство оболочки из полимерных материалов

Колбасные оболочки из полиэфира, полиамида, смешанного сополимера ПВДХ, полипропилена и полиэтилена часто называют пластиковыми, полимерными или синтетическими. Несмотря на то что полимерная оболочка производится из различных синтетических материалов с разными свойствами и, соответственно, может иметь разное назначение, способ ее производства, предполагающий использование высокомолекулярных соединений, является единым.

Исходное сырье для производства этих колбасных оболочек поступает с химических или нефтехимических заводов, то есть с предприятий нефтеперерабатывающей отрасли. В результате химических реакций из мономеров получают высокомолекулярное сырье, для чего в зависимости от избранной технологии используют полимеризацию или поликонденсацию. В соответствии с применяемым типом реакций полученный материал называют полимеризатом или поликонденсатом. Он представляет собой порошкообразную или зернистую субстанцию, используемую в дальнейшем в виде гранулята. В таком виде данное сырье поступает на предприятия, вырабатывающие полимерную оболочку, для дальнейшей переработки.

Описанные синтетические материалы обладают одним общим свойством – они способны к пластификации, то есть при нагреве становятся пластичными, затем плавятся. Эту способность используют при производстве искусственной оболочки – в соответствующих установках грануляты расплавляют, формируют синтетический рукав, который в заключение охлаждают. Для термопластификации синтетических материалов с последующим получением колбасной оболочки применяют рукавные экструдеры. Типичной установкой является экструдер с фильерой. Метод экструдирования (от англ. extrusion – выталкивание, выдавливание), применяемый при изготовлении полимерных оболочек, основан на использовании фильеры с кольцевым отверстием для формирования рукава. При этом гранулят подается непосредственно в загрузочную воронку экструдера или предварительно смешивается с соответствующими добавками. Из воронки гранулят поступает в находящийся снизу цилиндр, где он с помощью шнеков перемещается в концевую часть цилиндра. При этом он уплотняется и расплавляется за счет нагрева стенок цилиндра. Для удаления возможных загрязнений расплав пропускают через фильтровальную сетку и лишь после этого продавливают через расположенную в концевой части цилиндра фильеру с кольцевой щелью. Шириной кольцевой щели определяется толщина стенок по-

лучаемого бесшовного рукава. После выхода из кольцевой щели рукав раздувают воздухом для придания ему окончательного диаметра и для получения стенок заданной толщины. Благодаря подаваемому внутрь рукава воздуху он охлаждается, однако иногда используют и внешнее воздушное охлаждение рукава. После охлаждения рукав поступает на прижимные вальцы, где его плоско складывают, при этом из рукава выходит воздух, введенный в него на предыдущем этапе. Затем сложенный рукав наматывают на бобину.

Для уменьшения колебаний толщины стенок рукава во время его изготовления до минимума используют специальные приемы. Например, обычно применяют метод вертикального восходящего или нисходящего экструдирования.

Если необходимо получить термоусадочную синтетическую оболочку, то выходящий из фильеры рукав подвергают

Таблица 1. Сокращения названий синтетических материалов, используемых при производстве колбасных оболочек

Название полимера	Сокращенное обозначение	
	международное	русское
Полиэтилентерефталат	PET	ПЭТ
Сополимер поливинилиденхлорида	PVDC	ПВДХ
Полиамид	PA	ПА
Полимер ε-капролактама	PA 6	ПА
Полимер 1,6-гексаметилендиамина и адипиновой кислоты	PA 66	ПА 66
Полимер 1,6-гексаметилендиамина и азеланиновой (нонаидиновой) кислоты	PA 69	ПА 69
Сополимер ε-капролактама и 1,6-гексаметилендиамина и адипиновой кислоты	PA 6/66	ПА 6/66
Полимер 1,6-гексаметилендиамина и себацтиновой кислоты	PA 610	ПА 610
Сополимер ε-капролактама и 12-додекалактама	PA 6/12	ПА 6/12
Полимер 9-аминопералгоновой кислоты	PA 9	ПА 9
Полимер 11-аминоундекановой кислоты	PA 11	ПА 11
Полимер 12-аминододекалактама	PA 12	ПА 12
Полипропилен	PP	ПП
Полиэтилен	PE	ПЭ
Поливиниловый спирт	PVAL	ПВС
Сополимер этиленвинилацетата	EVA	EVA
Сополимер этиленвинилового спирта	EVON	EVON

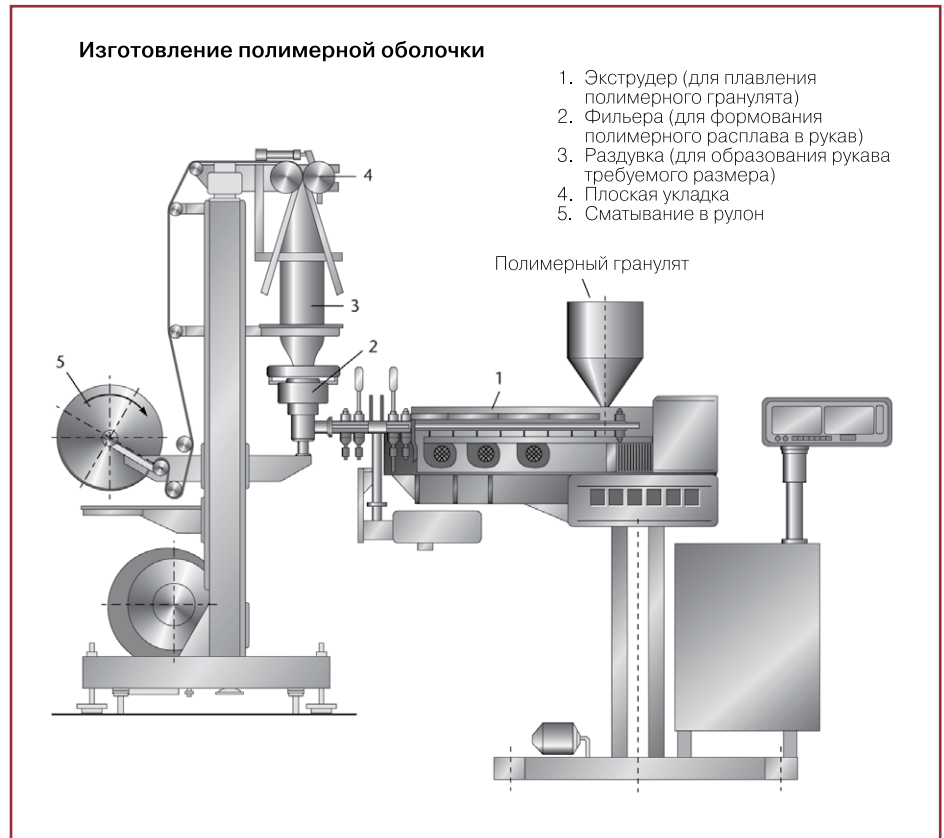
сильному растяжению в термопластичной зоне, при этом растяжение может осуществляться как в ширину, так и в длину. В результате получают моноили биаксиально ориентированную колбасную оболочку. Если при дальнейшем использовании оболочку подвергают термообработке, переводя ее в термопластичное состояние, эта фиксация прекращает действовать и происходит усадка оболочки. Способность возврата к исходному состоянию, называемая также степенью усадки или релаксацией, может быть очень значительной и достигать 50%, если этому предшествовало соответствующее растяжение.

Усадочные оболочки производят в основном из сополимеров ПВДХ, полиэфиров, а также из полиамида. В последние годы особое внимание уделялось разработке полиамидных оболочек, целью которых было получение усадочной версии данного типа оболочки. Благодаря внесению в полиамид других синтетических материалов на основе полиолефинов, полиэфиров, поливинилового спирта или сополимеров этилена и винилацетата, удалось создать благоприятные условия для растяжения рукава. При использовании на практике полученная таким образом оболочка проявляет хорошие усадочные свойства. Биаксиально вытянутые усадочные оболочки или эластичные растяжимые колбасные оболочки из полиамида подходят для изготовления копченых колбас, позволяя снизить потери веса при хранении готовых изделий в холодильной камере.

В индустрии полимерных материалов, а следовательно и на предпринятиях по изготовлению искусственной оболочки возникли и получили широкое распространение определенные сокращения названий синтетических материалов, использование которых принято на международном уровне (см. табл. 1).

Производственные условия, а также оснащение экструдера должны соответствовать виду используемого полимера. Так, например, для экструдирования полиэтилена необходимы совершенно другие температура, давление, а также скорость экструдирования, чем для экструдирования полиамидов. Материалы, из которых изготовлены экструдер и его основные элементы (шнеки, цилиндры и фильеры), пригодные для экструдирования сополимера ПВДХ,

Схема производства однослойной колбасной оболочки из синтетического материала



не подходят для экструдирования полипропилена.

Для получения окрашенной искусственной оболочки в промышленных условиях используют, как правило, уже окрашенные грануляты или грануляты с высокой концентрацией определенного пигмента, так называемый «суперконцентрат». В последнем случае суперконцентрат добавляют к неокрашенному грануляту, поскольку окрашивание синтетических материалов гораздо выгоднее и надежнее производить на стадии изготовления гранулята.

Относительно недавно был разработан метод производства искусственной оболочки с применением технологии коэкструдирования, в последнее время широко используемой при производстве пленок. При коэкструдировании искусственная оболочка состоит не из одного вида полимера, а из двух или нескольких слоев разных полимеров, что ведет к получению многослой-

ной оболочки. Для применения такой технологии необходимо специальное оборудование. В процессе коэкструдирования применяются две или более отдельных экструзионных установок, в которых расплавляются соответствующие полимеры. Число этих установок зависит от количества слоев изготавливаемой оболочки. Экструдеры соединяют между собой с помощью кольцевой фильеры с несколькими зазорами, которую иногда на практике называют «черным ящиком». Из этой фильеры одновременно выдавливаются несколько рукавов, которые соединяются сразу же после выхода

из фильеры. Для обеспечения надежной адгезии отдельных слоев между собой необходимо, чтобы их соединение произошло на термопластичном участке. Благодаря соответствующей предварительной обработке степень адгезии можно увеличить. Так, например, между отдельными слоями рукава

Метод экструдирования основан на использовании фильеры с кольцевым отверстием для формирования рукава.

Для обеспечения надежной адгезии отдельных слоев между собой необходимо, чтобы их соединение произошло на термопластичном участке. Благодаря соответствующей предварительной обработке степень адгезии можно увеличить. Так, например, между отдельными слоями рукава

могут экструдироваться специальные материалы, повышающие адгезию до требуемого уровня. Такие материалы, служащие для скрепления слоев, называют праймерами. До последнего времени производители искусственных оболочек основное внимание уделяли коэкструдированию полиамидов различного химического состава и полиамидов с полиолефинами. В результате коэкструдирования получают колбасную оболочку, характеристики которой объединяют в себе возможности используемых полимеров и их положительные свойства.

Возможно также производство полимерной оболочки кольцевой формы. Для этого используют различные технологии. Кольцевую оболочку можно формовать сразу же в процессе экструдирования, при этом используют фильеру соответствующей конструкции. Другим способом является формирование колец после экструзии. Для этого используют термоусадочную оболочку, наполняют ее воздухом и по спирали обводят вокруг нагретого вращающегося цилиндра. В местах контакта оболочки с цилиндром происходит усадка искусственной оболочки, приводящая к сжатию находящегося внутри оболочки воздуха. В результате оболочка растягивается с внешней, не соприкасающейся с цилиндром стороны. После формирования колец полимерную оболочку охлаждают и направляют на дополнительную обработку.

При производстве синтетических оболочек всегда предполагалось изготовление бесшовного рукава, однако существует еще один метод изготовления полимерной оболочки. Так, например, при экструдировании сополимеров ПВХ или при соединении нескольких симметрично расположенных слоев этого полимера образуется рукав, диаметр которого значительно превышает калибр соответствующей оболочки.

Из такого широкого рукава изготавливают рукава меньшего диаметра. Происходит это следующим образом: на больших экструдерах производят рукава диаметром около 300 см и более. После экструдирования рукав скла-

«Благодаря вращению фильеры, всего экструдера или наматывающего устройства достигается получение оболочки с равномерной толщиной стенок».

Для получения окрашенной искусственной оболочки в промышленных условиях используют, как правило, уже окрашенные грануляты или грануляты с высокой концентрацией определенного пигмента.



дывают, в результате чего образуется двойное полотно. Сразу же после изготовления или после нанесения печати двойное полотно нарезают полосами соответствующей ширины для последующего формирования из них рукава заданного калибра. Однако пленочное полотно может быть изготовлено непосредственно на экструдере с так называемой щелевой фильерой, в этом случае исключается стадия складывания и нарезки рукава. Рукав образуется на соответствующей формовочной установке, имеющей так называемый «формовочный выступ». С помощью этого выступа пленка формируется в рукав, причем

края пленочного полотна накладываются внахлест и фиксируются сварным продольным швом. При изготовлении рукава из сополимеров ПВХ, как правило, используют высокочастотную сварку, поскольку другие методы сварки, например ультразвуковая сварка, в этом случае не подходят. Многослойные пленки из комбинированных полимер-

ных материалов, например пленки ПЭ/ПА/ПЭ, могут быть соединены с помощью контактной тепловой или импульсной сварки. Наряду с явным недостатком, заключающимся в наличии видимого продольного шва, такие обо-

лочки имеют ряд преимуществ. Так, например, экструзия большого рукава более выгодна с экономической точки зрения, чем производство колбасной оболочки малого диаметра. Другим преимуществом является возможность межслойной печати. Для этого отдельные слои разделяют и наносят на них одноцветную или многоцветную печать, используя флексографию или глубокую растровую печать. После нанесения печати оба слоя вновь соединяют, при этом может быть использовано клеевое ламинирование. В этом случае печать находится между слоями и не повреждается практически при любом внешнем воздействии.

Формование шовного рукава и его сварку может осуществляться на предприятиях по изготовлению искусственных оболочек, оснащенных формовочными установками, или, что встречается гораздо чаще, последующая подготовка оболочки происходит на мясоперерабатывающих предприятиях. Это объясняется тем, что на этих предприятиях имеется формовочное оборудование, шприцы и клипсаторы, например таких известных марок, как «Kartridge-pak-Maschine» («KP-Maschine») или «Polyclip TSA-Maschine». На этих установках в ходе одной рабочей операции происходит формирование и сварка пленочного рукава, набивка оболочки фаршем, и на заключительной стадии проводится одновременное двухстороннее клипсование батона с последующей обрезкой. **МС**

Автор: **Григорий Талярэк**,
директор технического
производства

Компания: **РАДЭК с.й.**
72-001 Kolbaskowo
Kamieniec 50
Szczecin, PL.

Россия – страна возможностей

Польская фирма Radex впервые приняла участие в ярмарке «Агропродмаш-2010».

Продукты фирмы, относящиеся к широко понимаемой сфере гигиены переработки пищи, уже несколько лет существуют на российском рынке. На настоящий момент наблюдается интенсивное совершенствование производственной базы пищевой промышленности. Необходимость выполнения высоких санитарных требований, определяемых Европейским союзом, заставляет российских клиентов искать современные решения в области гигиены.

Radex уже 20 лет успешно продает системы мойки низкого давления и оборудование для санитарных шлюзов на польском рынке и на рынках многих стран Европы.

Представленные на ярмарке комплексные предложения решений в этой области вызвали несомненный интерес посетителей.

Благодаря качеству и объему предложения специалисты компании установили деловые отношения с потенциальными торговыми партнерами, проектными бюро и конечными клиентами.

«Radex уже 20 лет успешно продает системы мойки низкого давления и оборудование для санитарных шлюзов на польском рынке и на рынках многих стран Европы».

Во время визитов клиентов на стенде специалисты с удовольствием выслушали положительные отзывы о преимуществах оборудования, закупленного клиентами фирмы несколько лет тому назад.

Результаты участия в ярмарке «Агропродмаш» подтверждают

огромный потенциал российского рынка и указывают на возможность налаживать взаимовыгодные бизнес-контакты со многими фирмами.

Опыт, полученный во время ярмарки, является стимулом интенсивного развития контактов и встречи с партнерами Radex на «Агропродмаш-2011». P



ВСЁ ДЛЯ ГИГИЕНЫ В ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Системы центральной мойки



Санитарные шлюзы для гигиены персонала



Наши партнёры в Европе

HATCHTECH
INCUBATION TECHNOLOGY

HygieneTechnik

Inwestpol consulting



Наши партнёры в России





Компания: **ООО «Интермик-Рустех»**,
российское представительство
группы INTERMIK

Головной офис:

INTERMIK Sp. z o.o.
01-747 BAPŠABA,
ul. Elblaska 15/17,
тел.: +48 22 633-42-85,
факс: +48 22 633-42-96,
e-mail: intermik@intermik.eu
www.intermik.eu

Москва:

тел.: +7 (495) 231-19-00,
e-mail: intermik@intermik.ru

Киев:

тел.: +38 (044) 230-26-91,
e-mail: intermik@intermik.kiev.ua

Брест:

тел.: +375 (162) 25-92-21,
e-mail: intermik@brest.by

Мир Интермик: от куттеров до клипс

Оборудование группы «Интермик-Металбуд» вызывает особый интерес среди мясопереработчиков многих стран мира, и объяснение тому самое простое – разумное соотношение цены и качества.

Семейство куттеров «Тайфун», выпускаемых «Интермик-Металбуд», насчитывает уже пять типоразмеров. Первые два – на 60 и 125 литров – невакуумные, куттеры на 200 и 330 литров выпускаются в двух исполнениях – невакуумные и вакуумные, куттер на 550 литров – только вакуумный. Все они имеют комплектацию, учитывающую практически любые запросы заказчиков, от автоматической смазки до контроля работы куттера через Интернет. Но конструкторы не останавливаются на достигнутом – сейчас в Польше проходят испытания варочных куттеров для производства паштетов горячим способом.

Для выпуска деликатесной продукции необходима тщательная подготовка сырья (инъецирование рассолом и массажирование). Специалистами «Интермик-Металбуд» разработаны инжекторы типа МН с количеством игл от 10 до 408, предназначенные для МПК разной мощности. Новые модели инжекторов оснащаются мультиголовками, что позволяет производить смену игл за несколько секунд. Новинка – «интеллектуальный» инжектор МНМ-117, все параметры которого обеспечиваются сервоприводом и подлежат бесступенчатой регулировке.

Особое место при производстве деликатесов занимают линии МиМ по инъецированию «мяса в мясо». Эти линии успешно работают в Польше на многих предприятиях, а в России – на одном из ведущих мясокомбинатов Петербурга.

При производстве копченостей огромную роль играет подготовка рассола. Обращаем ваше внимание на комбиниро-

ванные мешалки (механическое и инжекторное перемешивание) емкостью 400, 1000 и 1500 литров, которые по желанию заказчика могут оснащаться системой охлаждения, и барабанные фильтры для использованного рассола. Затраты на приобретение оборудования окупаются экономным использованием дорогостоящих рассолов и их повторным использованием.

Предприятиям, специализирующимся на производстве деликатесов из мяса и птицы, «Интермик-Металбуд» предлагает наборы оборудования, состоящие из вакуумного массажера, инжектора, мешалки для рассола и барабанного фильтра.

Вакуумные массажеры типа МА PS с емкостью барабана от 500 до 10 тыс. литров позволяют выпускать изделия высшего качества. Используя микропроцессорное управление, можно работать по 20 программам массажирования с заданными технологическими параметрами.

МА PS серии СН выпускаются с охлаждением корпуса барабана. Вакуумные массажеры типа МАG PS и МАG PS СН предназначены для дефростации и массажирования под вакуумом и дефростации и массажирования под вакуумом с охлаждением. Размораживание сырья осуществляется как с помощью циклического впрыска пара внутрь барабана, так и посредством подогрева рубашки барабана.

Новинка – вакуумная мешалка-массажер МАМ, с помощью которой можно интенсивно, но бережно отмассировать партии мясного сырья, обеспечивая великолепную связываемость продукта.

Все большую популярность набирает Novotherm – новое поколение универсальных термокамер. Постоянные поиски новых решений в конструкции термокамер, в системе распределения воздухопотоков и температур позволили довести процесс термической обработки колбасных изделий до совершенства.

Все модели термокамер полностью изготавливаются из высококачественной нержавеющей стали, оснащаются надежным микропроцессором, позволяющим заложить в память 22 программы, а также системой автоматической мойки. В настоящее время универсальные термокамеры выпускаются в нескольких вариантах по видам энергоносителей – электрические, паровые, электро-паровые, газовые, дизтопливные.

Ассортимент продукции «Интермик-Металбуд» охватывает практически весь технологический процесс переработки от приема скота до выпуска готовой упакованной мясной продукции.

Предприятия, работающие с полутушами, активно используют дообвалочный пресс «Геркулес», позволяющий максимально отделить все мясо от кости и получить дополнительную прибыль. «Интермик-Металбуд» предлагает деловым партнерам итальянское оборудование фирмы Risco, входящей в холдинг INTERMIK, – вакуумные

шприцы, волчки, фаршемешалки, блок-резки. Последняя новинка – автоматическая вязальная машина Rs7. Она позволяет резко уменьшить трудозатраты при производстве, например сарделек в говяжьей череве, и значительно поднять производительность.

Ассортимент продукции «Интермик-Металбуд» охватывает практически весь технологический процесс переработки от приема скота до выпуска готовой упакованной мясной продукции. Это удобно и выгодно партнерам компании. ■

Самые современные технологии для мясоперерабатывающей промышленности

INTERMIK



NOWICKI

Novotherm

RISCO

KLIMATHERM



INTERMIK Sp. z o.o.
01-747 Warszawa, ul. Elbląska 15/17
tel. +48 22 633 42 85
fax +48 22 633 42 96
e-mail: intermik@intermik.eu
www.intermik.eu

Москва
(7 495) 231 19 00
intermik@intermik.ru

Киев
(380 44) 230 26 91
intermik@intermik.kiev.ua

Брест
(375 162) 25 91 91
intermik@brest.by

Рига
(371) 739 59 606
metalbud@balticum.lv

Алматы
(3272) 55 61 72
kazakhstan@intermik.eu

Ташкент
(998) 71 117 45 10
uzbekistan@intermik.eu

Ашгабат
(99312) 362 421
turkmenistan@intermik.eu

Ереван
(374 1) 550 141
caucasus@intermik.eu



Авторы: **Владимир Малков**,
руководитель департамента
мясоперерабатывающего оборудования

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

«Все флаги в гости будут к нам»

Бессмертные слова Александра Сергеевича как нельзя лучше характеризуют повышенный интерес ведущих мировых машиностроителей к российскому пищевому рынку. Взяв старт на весенней выставке IFFA во Франкфурте-на-Майне, где русские буквально произвели фурор обилием заказов, это активное внимание к нашим потребностям достигло апогея осенью, на юбилейном Всероссийском пищевом форуме «Агропрод-маш-2010».

Количество представленных здесь новых машин, технологий, идей со всех концов света впечатляло. Не стала исключением и выставочная программа АГРО-3. Инновационные технические, технологические и проектные разработки, семинары и мастер-классы, проведенные прямо на стенде, собрали большое количество гостей из всех без исключения регионов России, а также Украины, Белоруссии, республик Средней Азии и Закавказья, стран Балтии и др.

Максимальное внимание всех посетителей привлекли новинки, обеспечивающие существенную экономию затрат и индивидуализацию производимого продукта. Сообразуясь с российскими реалиями и запросами своих клиентов, компания АГРО-3 сформировала специальный выставочный заказ для своих иностранных партнеров, который и был продемонстрирован.

В частности, большой интерес вызвала совместная разработка фирм Frey и Webomatic – автоматизированная линия с компьютерным управлением для производства и упаковки брикетов с мясным фаршем, полуфабрикатами, изделий из мяса, птицы, рыбы, овощей, творожных и сырных масс. Линия укомплектована шприцом, специальными модулями для формования, укладки и транспортировки продукта, изготовленными фирмой Frey, а также подающим конвейерным столом и трейдером для запечатывания контейнеров с продуктом производства фирмы Webomatic.

Актуальной была и новая модификация Konti-куттера фирмы Seydelmann для изготовления любых видов колбас, включая структурные, произ-



водительностью до 10 тонн в час. Вообще среди ориентированных на российский рынок новинок этой компании следует отметить: новый универсальный автоматический волчок AU200S, который способен одновременно, без замены рабочего инструмента измельчать свежее, охлажденное и блочное замороженное мясо; куттер K604AC-8 емкостью 600 литров; а также комбинированные производственные линии на базе куттера Konti.

Не снижаются темпы развития аграрно-промышленного сектора в России, поэтому вопросы убоя и первичной переработки скота волновали большое количество посетителей. Новую установку продемонстрировала на стенде АГРО-3 фирма Banns – бокс оглушения углекислым газом на 120 голов в час для предприятий АПК и животноводческих комплексов полного цикла.

Большой интерес у посетителей вызвала новая резательная система с автоматическим управлением фирмы Foodlogistik для измельчения (до заданной формы и размера) всех видов охлажденного мяса, сыра, овощей и др.

Специально для российских производителей была разработана и новая модификация климатической камеры Mauting для сырокопченых

колбас. Ее отличает повышенная производительность и современный эргономичный дизайн. Кроме того, постоянный партнер АГРО-3 чешская фирма Mauting, один из лидеров на российском рынке термического оборудования, представила на выставке универсальную коптильню, варочный котел и новую камеру небольшого объема УКМ СОМРАСТ для производства колбасных изделий и копченостей на предприятиях малой и средней мощности, фабриках-кухнях и в системе общепита.

Большой интерес был проявлен к формующему автомату английской

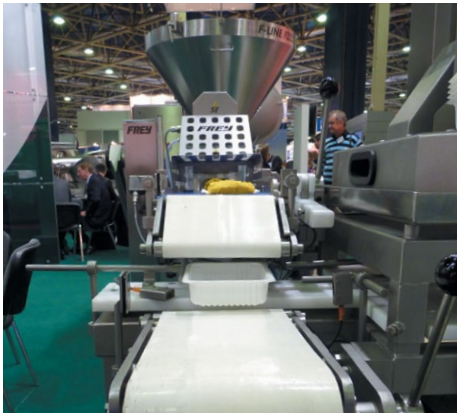
была в центре внимания как у представителей мясной и молочной промышленности, так и торговли и общественного питания.

Большой интерес в этом году вызвали и разработки фирмы Vakona. Ее многоигольчатые инъекторы с большой точностью обеспечивают заданный уровень инъекции, а массажеры осуществляют процесс массирования в щадящем режиме, без нарушения структуры мяса.

Преимущество массажеров Vakona состоит в том, что сменные лопасти легко превращают массажер в смеситель, позволяя подготовить сырье для ветчин

Formcook Webomatic, Frigoimpianti. Семинары проходили в течение двух выставочных дней на стенде компании, и их программа включала такую актуальную на сегодняшний день проблематику, как:

- первичная переработка скота;
- организация цехов обвалки и складская логистика;
- современные подходы к изготовлению продуктов высокой степени готовности (европейский опыт);
- основная философия упаковки продуктов;
- новые технологии производства сыровяленых колбас и деликатесов.



Если суммировать впечатления и посетителей, и работавших на выставке специалистов компании АГРО-3 и ее иностранных партнеров, можно отметить, что 15-я юбилейная выставка «Агропродмаш-2010» оправдала свой статус и самые оптимистические ожидания



компании Deighton для производства котлет, фрикаделек, тефтелей, овощных и рыбных шариков и др.

Новой разработкой шведской фирмы Formsook для термической обработки полуфабрикатов стала модернизированная печь Combi с дополнительными конструктивными элементами (в том числе свободной зоной) для приготовления сложных многокомпонентных изделий, включая блинчики с начинкой, мясо по-французски, мясо и рыбу «под шубой» и т. п.

Лучшим техническим и оптимальным экономическим решением для производства запеченных мясных продуктов и полуфабрикатов высокой степени готовности по-прежнему остается камера АГРО-ТЕРМ. На выставке она

и колбас, перемешать натуральные полуфабрикаты с маринадами и заливками, а также смешать различные салаты, гарниры, соусы и другие пищевые массы.

Практический интерес специалистов к санитарно-гигиеническому оборудованию объясняется более жесткими требованиями к качеству и безопасности продуктов питания, а также необходимостью увеличения их сроков хранения. Поэтому демонстрировавшееся на стенде гигиеническое оборудование фирмы Roser оказалось весьма востребованным.

Ну и конечно, гвоздем деловой программы стали семинары и мастер-классы, организованные компанией АГРО-3 совместно с фирмами Banns, Kainz,

Семинары посетили более 60 специалистов мясной промышленности, включая руководителей, инженеров и технологов, по единодушному мнению которых научный и профессиональный уровень мероприятия оказался весьма высоким.

А в целом если суммировать впечатления и посетителей, и работавших на выставке специалистов компании АГРО-3 и ее иностранных партнеров, можно отметить, что 15-я юбилейная выставка «Агропродмаш-2010» оправдала свой статус и самые оптимистические ожидания. Ее уже смело можно считать не только главной российской выставкой по пищевому оборудованию, но и одной из ведущих мировых выставок по этой тематике (наравне с IFFA, IBA и др.).



АГРО-3

MAUTING



KNECHT

MAGURIT

fatosá s.a.

BANSS

FREUND

AM2C



TIPPER TIE technopack.

TIPPER TIE ALPINA



FOODLOGISTIK



RHEOV

DEIGHTON

WEBOMATIC



wugkainz GmbH

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) 320-15-08

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

Автор:



Виталий Смургин,
к. т. н., директор по продажам
компании «Логос»

Тайна российской двойственности

Российский рынок колбасных оболочек движется следом за европейским, но в то же время своим собственным путем. Эта двойственность обусловлена, с одной стороны, давлением собственных производителей пластиковых оболочек, а с другой – востребованностью оболочек иных типов, в России не выпускаемых и тем самым подверженных общемировым тенденциям производства и дистрибуции.

Пластик в России лидирует при упаковке вареных колбасных изделий, а также стремится выбиться в лидеры в сегменте полукопченых и варено-копченых колбас. А столько сосисок, упакованных в пластик, вы не найдете нигде в мире! Более того, сегодня различные виды пластиковых оболочек предлагаются в проницаемом для копильного дыма вариантах, имитируя целлюлозные. В этом заключается наша российская особенность рынка.

Достоинства перевешивают недостатки

Пластиковые или синтетические оболочки относятся к широкому классу барьерных и завоевали большую популярность на рынке колбасных изделий благодаря механической прочности и высоким барьерным свойствам.

Они изготавливаются на основе полиамида, полиолефинов, реже поливинилиденхлорида и полиэфира, как в однослойных, так и многослойных исполнениях, с различными характеристиками по барьерности и проницаемости. Широкое применение в производстве колбасных и сосисочных оболочек нашли многослойные полимерные композиции, сочетающие в себе полезные свойства нескольких материалов. Они позволяют существенно увеличить срок годности продукта, уменьшить потери при термообработке, снизить риск биохимической и микробиологической порчи, так как обладают лучшими барьерными свойствами,

«Основное преимущество полиамидных оболочек – полная унификация материала, отличная клипсуемость и сниженная по сравнению с искусственными проницаемость».



чем однослойные. Ряд уникальных свойств многослойных оболочек обеспечивает новые технологические и производственные возможности мясопереработки.

Основное преимущество полиамидных оболочек – полная унификация материала, отличная клипсуемость и сниженная по сравнению с искусственными проницаемость, позволяющая получить значительный прирост выходов за счет сохранения влаги в продукте. То есть полиамидные оболочки фактически заменяют собой корочку копчения, характерную для копченых колбас и сосисок в коллагеновых и целлюлозно-фиброзных оболочках. Однако они позволяют получить хороший вкус и аромат копчения в продукте только при условии соблюдения особых, как правило более жестких, режимов копчения.

К факторам риска при их применении можно отнести недостаточность необходимой в некоторых случаях усадки, из-за чего набитые в такой материал колбасы могут иметь не вполне хороший внешний вид, когда оболочка отслаивается от фарша, особенно ближе к местам зажима. При варке из колбасного фарша может выделяться влага, которая из натуральных и искусственных оболочек удаляется естественным путем. Если готовить такие колбасы в непроницаемом материале, могут образовываться отеки. Тем не менее многолетний опыт применения научил мясопереработчиков успешно бороться с этим злом. Кроме того, серьезный недостаток пластиковых колбасных оболочек и пакетов, в особенности из-



Основным фактором, способствующим развитию рынка колбасных оболочек, является развитие рынка мясопереработки и связанное с этим увеличение ассортимента мясной продукции,

готовленных на основе поливинилденхлорида – нерешенная проблема их утилизации, применительно к нашей стране это означает отсутствие ее вовсе.

«Острый» сегмент

Сегмент пластиковых колбасных оболочек является, пожалуй, одним из самых «острых» по уровню конкуренции. В России их производят более четырех предприятий, кроме того, все наиболее крупные европейские компании также пытаются представить свою продукцию на российском рынке. Несмотря на то что высокие цены существенно сдерживают их продвижение, некоторые производители, расположенные в странах так называемого ближнего зарубежья, смогли обеспечить приемлемый уровень цен и занять или по крайней мере претендовать на определенную нишу.

Не следует сбрасывать со счетов и китайских поставщиков, периодически предлагающих свои услуги по поставкам очень недорогих пластиковых оболочек. Хотя надо отметить, что логистика поставок этого продукта до

сих пор не проработана, поэтому на российском рынке его практически нет, чего не скажешь о бывших советских странах Средней Азии. В связи с этим отечественные производители доминируют на российском рынке в долях, примерно соответствующих производственным мощностям их предприятий. Кстати, у всех производителей основой для придания барьерных свойств оболочке является полиамид, обычно в сочетании с полиолефиновыми слоями.

Новаторство

Несомненно, основным фактором, способствующим развитию рынка колбасных оболочек, является развитие рынка мясопереработки и связанное с этим увеличение ассортимента мясной продукции, а следовательно и видов используемой оболочки. В рамках традиционного ассортимента происходит создание новых форм «на потребу дня», в особенности это характерно для пластиковых оболочек, которые стали уже и проницаемыми, и кольцевыми, могут содержать декоративные элементы, зачастую изго-

Сегмент пластиковых оболочек характеризуется наибольшим разнообразием ассортимента по сравнению с остальными.

* СПРАВКА:

Большинство рынков колбасных и сосисочных оболочек были признаны в значительной мере монополизованными, устоявшимися и не испытывающими значительных обновлений, за исключением пластиковых, которые переживают активное развитие начиная с 90-х годов XX в.

тавливаются в соответствии с нанотехнологиями, все больше стараются имитировать натуральные, фиброзные и белковые оболочки.

Можно сказать, что сегмент пластиковых оболочек характеризуется наибольшим разнообразием ассортимента по сравнению с остальными.

На основе собственного последнего опыта могу привести в качестве примера одну из «революционных» новинок – дымопроницаемую однослойную пластиковую оболочку для полукопченых, варено-копченых и вареных колбас, проходящих стадию копчения. Так, недавно в ассор-

тименте компании «Логос» появились оболочки GSD и GSN SMOKE, которые характеризуются хорошей паро- и дымопроницаемостью, а также высокой технологичностью. Они отличаются от натуральных и искусственных аналогов относительно невысокой ценой, хорошей пропускной способностью для элементов копчения дыма и увеличенными сроками хранения колбас.

Говоря об инновациях, нельзя обойти вниманием новый продукт украинского производителя «ПентоПак» – полиамидную оболочку «Пентафлекс-Экстра Н». Это уникальная оболочка, которая не требует замачивания, а процент перенаполнения составляет до 10%. Также, по желанию, возможно исключение процесса душирования. Пентафлекс-Экстра Н® достаточно универсальна и может использоваться также для изготовления продукта в формах, так как стабильно удерживает оттиск форм любой конструкции. Новая оболочка обладает хорошей эластичностью в сочетании с высокой усадкой. На сегодняшний день Пентафлекс Экстра по совокупности свойств не имеет аналогов в России.

... И традиции

Между тем в выбранном пути развития рынка колбасной продукции, а следом за ним и рынка оболочек кроется некая консервативность, сдерживающая его рост, под которым мы понимаем, прежде всего, многообразие форм. Потребитель ориентируется на традицию и приверженность определенной марке.

Несмотря на то что пластиковые оболочки не устают удивлять многообразием форм, кажется, даже здесь процесс подходит к своему логическому завершению. Семь слоев – это предел, так как больше просто не нужно; проницаемые и кольцевые варианты оболочек предлагаются уже практически для всего ассортимента мясopереработчиков. Только сырокопченые колбасы избежали этой участи, да и то были попытки. Картинка, наносимая на поверхность оболочки, по качеству вплотную приблизилась к офсету. Варианты с шероховатой или матовой поверхностью, поверхностью с впаянным шнуром и т. д. активно предлагаются и продвигаются на рынке.

«Бюджетная» надежда

Соотношение потребления оболочек определяется структурой групповых сегментов колбасных изделий, и каждое предприятие само определяет эту структуру исходя из ситуации в регионе продаж. В любом случае в сложившейся экономической ситуации потребление продукции «премиум»-сегмента имеет тенденцию к сокращению, что приводит к уменьшению потребления оболочек для таких продуктов, в частности натуральных. В то же время средний и «бюджетный» сегменты «одеваются» в относительно недорогие белковые и пластиковые оболочки, что стимулирует определенный рост спроса на них.

На сегодняшний день пластиковые оболочки можно признать самым перспективным и развивающимся сегментом, который составляет серьезную конкуренцию другим видам колбасных оболочек, прежде всего искусственным. И эта тенденция в ближайшем будущем сохранится, хотя победитель в этой борьбе вряд ли когда-нибудь будет определен. **mc**

the **art** of spices








Традиции и богатый опыт Венгрии доступны в России

«ЗАО М Профуд» предлагает производителям мясных и куриных изделий пищевые добавки высокого качества:

- широкий спектр смесей специй и добавок, рассолов, фосфатов,
- изысканные вкусы и ароматы
- специальные оболочки

Повышайте качество и снижайте затраты!

«М Профуд» предоставит Вам решения и ответы на все вопросы мясо- и птицеперерабатывающей отрасли и обеспечит комплексную технологическую поддержку.

Обращайтесь с доверием к нашим сотрудникам!

Представительство в России: ООО ТД «ПРОФУД» 140415, Московская обл., г. Коломна, ул. Савельича, д.28
 Тел.: 8(495) 972-2747, 8(901)-505-5260 Факс: 8(496) 614 - 6084 Mail: profood-kolomna@yandex.ru Web: www.profood.hu
 Санкт-Петербург 8(812)412-23-49 Н.Новгород 8(8314)66-20-23 Магнитогорск 8(3519)48-30-06 Новосибирск 8(3833)48-36-79
 Ставрополь 8(8652)56-07-96 Воронеж 8(4732)60-45-86 Челябинск 8(919)339-44-12 Красноярск 8(3912)29-60-90
 Саратов 8(8462)45-02-85 Волгоград 8(8442)48-82-42 Екатеринбург 8(982)606-40-00 Краснодар 8(918)315-98-80



ЗАО «ШАЛЛЕР»

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

NORBERT SCHALLER GESMBH

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

Компания SCHALLER LEBENSMITTELTECHNIK® в рамках выставки «Агро-продмаш-2010» провела форум «Рынок упакованных продуктов питания: текущее состояние и тенденции развития».

Какой должна быть идеальная упаковка?

Кроме компании-организатора и ее партнеров, в мероприятии приняли участие представители розничных сетей, в частности категорийные менеджеры METRO и Billa, что позволило отразить точки зрения всех участников рынка.

В ходе форума обсуждались три наиболее актуальные темы: упаковка свежего мяса, продукция фиксированного веса и информация на этикетках, в частности вопросы, связанные с кодированием.

Первый в мире супермаркет открыл в 1886 году в США Фрэнк Вулворт, это стало отправной точкой для развития торговых сетей. В Россию западные сети пришли 10-12 лет назад и сразу стали диктовать производителям свои требования к внешнему виду и качественным характеристикам упаковки. «Сохранность, свежесть, гарантия качества, максимально длительные сроки хранения, узнаваемость торговой марки, возможность вертикальной презентации на полках и предоставление достоверной информации о продукте – все это для нас важно», – пояснила **руководитель управления закупками колбасных изделий сети METRO Татьяна Огородова**.

По мнению представителей METRO и Billa, частыми проблемами, связанными с упаковкой мясной продукции и птицы, являются развакуумирование, изменение цвета при соприкосновении с пленкой, скопление жидкости и повреждение этикетки.

Ведущий специалист «Шаллер» Анатолий Борисов представил технологии и оборудование, позволяющие решить каждую из проблем. «Мы предлагаем решение задачи на одной упаковочной машине – термоформирующем автомате Sealpac с использованием термоусадочных пленок, – отметил он. – Кроме автоматизации, которая снижает затраты на персонал, термоформеры Sealpac отличаются высоким уровнем гигиены, что обеспечивает длительные сроки хранения. При укладке цельных тушек птицы и больших кусков мяса термоусадочная пленка позволяет не калибровать продукт. Еще одно интересное решение – технология TenderPac, разработанная компанией Sealpac. Упаковка состоит из двух секций, что позволяет делать вертикальную презентацию товара.

При этом мясной сок стекает в нижнюю камеру, где находится абсорбирующая подушка. В результате мы получаем увеличенный срок хранения и идеальную выкладку в магазине».

Отличительной особенностью машин Sealpac является их универсальность. На базе одной термоформирующей установки производитель может выпускать упаковку в модифицированной газовой атмосфере, вакуумную, в термоусадочной пленке или упаковку со скин-эффектом.

Следующая тема, поднятая в ходе форума, – упаковка штучной продукции

фиксированного веса. На этот запрос SCHALLER LEBENSMITTELTECHNIK® отвечает слайсером Bizerba A510 со встроенными весами, который нарезает даже некалиброванный продукт с фиксированным весом.

Серьезная проблема – изъяны при печати информации на этикетке продукта, особенно в штрих-кодах, приводящие к тому, что продавец на кассе не может отсканировать товар. «Проблема нечитаемости штрих-кода чаще всего относится к несвоевременной замене термоголовки, – объяснил **руководитель группы по продаже весовой техники и оборудования для нарезки и упаковки SCHALLER LEBENSMITTELTECHNIK® Игорь Кочанов**, – а системы оборудования Bizerba позволяют контролировать правильность нанесения и считывания штрих-кода непосредственно на предприятии, тем самым предотвращая появление изъянов». Он представил нестандартные подходы к кодированию: двумерные штрих-коды и высокочастотные радиометки RFID, с помощью которых на небольшом участке можно заложить достаточное количество информации, в том числе логистической.

В ходе форума были представлены и другие инновационные идеи, которые могут быть реализованы на оборудовании Sealpac с применением материалов Cryovac. Например, технология EasyPeelPoint с углублением в углу лотка для легкого открывания или альтернатива стандартной упаковке курицы система Chicken Dome. Все они призваны помочь производителям быть на шаг впереди конкурентов и значительно повысить лояльность покупателей. ■



В ходе форума обсуждались три наиболее актуальные темы: упаковка свежего мяса, продукция фиксированного веса и информация на этикетках



УПАКОВКА/ УПАК ИТАЛИЯ 2011

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

25 – 28 января 2011

Москва, ЦВК «Экспоцентр» на Красной Пресне

www.upakowka.ru

Информационная поддержка:



В сотрудничестве:



При поддержке:



Подкомитета по развитию
индустрии упаковки ТПП РФ



Ассоциации производителей
упаковочного
и перерабатывающего
оборудования «ПАКМАШ»



Национальной
конфедерации упаковщиков



Правительства Москвы

При содействии:



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

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



Автор:



Константин Коновалов,
руководитель консультационно-информационного
Бюро «Тезаурус», г. Кемерово
konovalov.clan.su



Концепт малого производства в России

Слово «технология» объединяет два понятия: «*techne*» – искусство, ремесло, техника и «*logos*» – учение, наука. Таким образом, технология – это учение или наука о способах и средствах переработки материала.

Пищевая технология – отрасль знания прикладного характера, занимающаяся изучением способов производства продуктов. Современная пищевая промышленность насчитывает несколько десятков отраслей, работающих по оригинальным схемам и на специфическом оборудовании.

Пищевые добавки – это природные, идентичные природным или синтетические химические соединения, вводимые в продукты питания с целью придания им заданных свойств, ускорения технологического процесса, увеличения срока годности. Среди используемых пищевых добавок наибольшее применение находят нитриты и фосфаты, оказывающие ряд отрицательных эффектов на здоровье человека. В связи с этим дальнейшее развитие пищевых технологий направлено на получение продуктов «здорового» питания со сниженной химической нагрузкой, а также на разработку специальных продуктов для детей, лиц с ослабленным здоровьем и пожилых людей. В связи с распространением остеопороза у лиц пожилого возраста, одним из факторов которого служит избыточное потребление фосфатов, актуальной задачей остается снижение фосфатосодержащих добавок в продуктах.



Малый бизнес по-русски.
Площадь железнодорожного вокзала, г. Кемерово.

Замена без потерь

Лимонная кислота и ее соли – наиболее перспективные органические добавки, способные частично или полностью заменить фосфаты. Чаще всего их применяют в качестве регуляторов pH, что особенно важно в технологии переработки мясного сырья. Соли лимонной кислоты в рекомендуемых концентрациях не оказывают влияния на органолептические свойства готового продукта.

Цитраты представляют собой сухие кристаллические продукты, легко растворимые в воде даже при низких температурах. При смешивании в различных сочетаниях с лимонной кислотой цитраты создают стабильную буферную систему в широком диапазоне pH.

Лимонная кислота – природный метаболит, входящий в состав костной ткани и участвующий в обмене веществ. По сравнению с фосфатами цитраты обладают рядом диетоло-

гических и технологических преимуществ – увеличивают сохранность и усвоение витаминов и минеральных веществ, не оказывают отрицательного воздействия на баланс кальция в организме, что особенно важно в питании детей и лиц пожилого возраста.

Лимонная кислота и ее соли хорошо сочетаются с другими органическими кислотами и их производными, которые в ряде случаев проявляют синергизм с цитратами, усиливая или дополняя их положительные эффекты: повышение срока хранения, сохранение цвета и аромата мясных изделий.

В производстве различных пищевых продуктов и напитков используются цитраты натрия, калия и кальция, но особое распространение получили цитраты натрия.

Технологические свойства калиевых солей лимонной кислоты исследованы в меньшей степени. Изучение применения цитрата калия в производстве пищевых продуктов представляет интерес не только в технологическом отношении, но и в плане дополнительного источника калия в питании человека, что особенно актуально для людей, занимающихся тяжелым физическим трудом, спортсменов, лиц пожилого возраста и страдающих сердечно-сосудистыми заболеваниями.

Например, в Германии разработали технологию производства вареной колбасы без фосфатов, которая основана на применении в производстве оптимально подобранной комбинации биологически активных веществ. На этикетке произведенной по такой технологии колбасы указано, что продукт не содержит стабилизаторов и аллергенов. Действие технологии основано на целенаправленном регулировании значения pH. Дефростированное или охлажденное мясо как бы возвращается в состояние парного и тем самым приобретает оптимальную водосвязывающую способность. Очень важно соблюдать рецептуру и температурный режим куттерования. Температура в помещении, в котором проводится куттерование, не должна превышать 12 °С. Готовая продукция не отличается от колбас, произведенных по обычной технологии. Добавленное биологически активное вещество распадается в ходе производственного процесса, что исключает необходимость его декларирования.

Для производства ветчинных изделий без применения фосфатов пред-

лагается средство, при использовании которого достигается тот же эффект, что и при посоле, основанном на применении фосфатов. Действие препарата основывается на повышении уровня pH в обрабатываемом мясе, вследствие чего оно достигает состояния парного. При последующем массивном повышении активности белка и способность мяса связывать воду. Благодаря содержащемуся в препарате стабилизатору цвета, даже при повышенном уровне кислотности достигается интенсивное покраснение мяса и сохранение полученного цвета.

Варено-копченые изделия, произведенные с применением этого средства, имеют более плотную консистенцию и вместе с тем более нежный вкус, чем продукты, выработанные с использованием фосфатов.

Неотъемлемой чертой рыночной экономики является получение качественного, конкурентоспособного продукта с максимальной рентабельностью его производства. Ориентируясь на получение прибыли производителем, мясная промышленность уделяет большое внимание использованию в технологиях производства пищевых добавок, повышающих потребительские свойства продукции, снижению себестоимости за счет повышения выхода готового продукта, сохранению традиционных органолептических показателей.

Одними из широко используемых в производстве мясопродуктов добавок являются фосфатные препараты, цель которых – удержать как можно больше влаги в результате взаимодействия с солерастворимыми и водорастворимыми белками мышечной ткани. Однако стоит учитывать и нежелательные последствия в изменении вкуса и уникальной структуры готового мясного продукта при превышении рациональной дозы вводимого с рассолом препарата. Вносимая в мясной полуфабрикат вода, а также фосфаты и полифосфаты, удерживающие ее в процессе термообработки и хранения готового продукта, способствуют удешевлению его стоимости, приданию уникальных органолептических свойств, увеличению

срока хранения, расширению ассортимента.

Использование большого ассортимента пищевых добавок в результате, по мнению автора, вместо ощутимой экономической выгоды для мясопроизводителей, привело к уменьшению спроса на их продукцию со стороны потребителей.

Экономическими «рычагами», особенно если у предприятия имеется своя сырьевая база, можно заработать

лояльность потребителя, производя продукцию по инновационным технологиям с применением натуральных ингредиентов – без затрат на дорогостоящие технологически-функциональные добавки, обучение специалистов, логистику. Имеется ряд технологий, в том числе разработанных автором статьи, в результате которых се-

бестоимость продукции никогда не станет более затратной, при условии прозрачности бизнес-процессов и оптимизации производства.

«Organic food» как тренд

Емкость мирового рынка экологически безопасных товаров и технологий в целом за последние несколько лет выросла в 9 раз и к 2010 году, по оценкам специалистов, достигла 400 млрд долл. Однако доля России в мировом производстве экологически безопасной продукции по-прежнему незначительна. Около 80% мирового рынка составляют продукты «organic», то есть произведенные «органическим способом» (без добавления улучшителей, заменителей, консервантов и т. д.), в соответствии с существующими экологическими стандартами и нормами (запрещающими, в частности, использование ГМО). При этом надо отметить, что экологически чистые продукты не всегда состоят только из натурального органического сырья, а натуральный продукт не всегда соответствует экологическим стандартам.

Особую роль в формировании культуры потребления сегодня играет сегмент NoReCa, который выступает в качестве сырьевого посредника. Эко-продукты сложно продавать че-

Особую роль в формировании культуры потребления экологически чистых продуктов играет сегмент NoReCa, который выступает в качестве сырьевого посредника.

рез обычную сетевую розницу, прежде всего потому, что они быстро портятся и с учетом низкой осведомленности покупателей и отсутствия культуры потребления требуют специализированных стратегий продвижения.

По мнению ведущих мировых специалистов, к 2025 году «organic food» будет продаваться везде, где можно найти стандартные продукты питания, то есть через все существующие розничные форматы, а не только в специальных магазинах. По прогнозам, широко распространится доставка «organic food» на дом и такие специфичные форматы, как торговля через Интернет. К 2025 году среднестатистическая семья будет регулярно потреблять хотя бы одно из наименований экологически чистой продукции, среди которой – не только продукты питания, но и одежда, мебель, средства личной гигиены и т. п. Наибольший рост продаж ожидается в следующих категориях «organic food»: молочная и мясная продукция, детское питание, фрукты и овощи, полуфабрикаты, а также в сегменте, ориентированном на конкретные возрастные группы, в том числе на беременных женщин и кормящих матерей, представителей старших поколений.

Экологическая еда – не только производство, это система контроля, причем само тестирование продуктов может оказаться отличным бизнесом.

Преимущества фабрики-кухни

Один из главных трендов развития современного общественного питания является создание крупных централизованных производств – так называемых фабрик-кухонь, продукция которых разовьется по сетям ресторанов и кафе, столовым при предприятиях, школах, больницах и пр.

Блюда заготавливают на высокопроизводительном оборудовании, затем подвергают быстрому охлаждению с последующей доготовкой на месте потребления. Следует подчеркнуть,

что данная система успешно развивается не только в столовых, но также в гостиницах и ресторанах премиум-класса (Hilton, Sbarro, Ibis). Можно выделить следующие преимущества фабрики-кухни в сравнении со схемой, при которой каждое предприятие индустрии питания располагает собственным производством на месте реализации: полностью пропадает необходимость в первичной обработке продуктов, сокращаются площади, которые, как правило, являются арендованными, стандартизация продукции гарантирует стабильное качество блюд, своевременное посту-

ной многоуровневой системой качества ISO.

На практике при загруженности производственных мощностей более чем на 70% избежать появления бракованной продукции не представляется возможным. Поэтому при заключении договоров поставки необходим компромисс между поставщиком и заказчиком.

Бесспорным преимуществом фабричного подхода к организации кухни можно считать сокращение издержек по контролю продукции с точки зрения ее целевого использования, так как максимальное количество операций (до 80%) можно проводить на едином производстве. Таким образом, возможно создание максимально эффективной, недорогой по сравнению с децентрализованными кухнями системы контроля качества и безопасности продукции. В таких условиях гораздо эффективнее используется вся линейка технологического оборудования.

В условиях создания фабрики-кухни происходит упрощение процесса планирования – важнейшей составляющей успешной деятельности предприятия в индустрии питания. При переходе на централизованную модель в ресторан поступает не сырье, а полуфабрикаты или блюда высокой степени готовности, появляется возможность перехода к штучному калькулированию. Соответственно в управленческом учете один полуфабрикат соот-

ветствует одному проданному блюду, отпадает необходимость постоянного контроля соблюдения норм и учета потерь на каждом объекте. На конечных производствах остаются достаточно простые операции, которые могут выполнять минимум сотрудников с более низкой квалификацией и меньшим уровнем заработной платы. Кроме того, минимизируется влияние такого фактора, как нестабильный спрос. В конечном счете можно сэкономить как минимум на четырех статьях расходов: персонал, нецелевое использование сырья, аренда, коммунальные платежи.



Емкость мирового рынка экологически безопасных товаров и технологий за последние несколько лет выросла в 9 раз и к 2010 году достигла 400 млрд долл. Однако доля России в мировом Эко-производстве по-прежнему незначительна.

пление заказчику необходимого объема продукции.

Для обеспечения высокого уровня качества необходима адаптированная система контроля качества поступающего на фабрику-кухню первичного сырья. Технологию, обеспечивающую соблюдение условий приготовления и хранения продуктов, необходимо использовать на всей производственной цепочке. Задача создания системы контроля качества на фабрике-кухне существенно облегчается при условии использования стандартного качественного сырья, полученного на поточном производстве с налажен-

Единообразии и унификации всей продукции (80% используемого сырья приходится на 10-15 позиций) вынуждает предприятия холдинга так или иначе стандартизировать ассортимент блюд. За гастрономическими изысками желающие их попробовать будут отправляться в рестораны высокой кухни. Охватить весь рынок индустрии питания централизованному производству вряд ли удастся, но определенная ниша на рынке фабрике-кухне гарантирована.

Кошачья экспертиза

Интересно, что в купеческих ресторанах дореволюционной России обязательно держали рыжих котов, отводя им специальную лавку в переднем углу зала. Служили пушистые мурлыки, как сказали бы сейчас, представительским целям – считалось, что чем толще ресторанный кот, тем вкуснее готовят в заведении. Кроме того, посетители с их помощью всегда могли проверить свежесть и качество блюд – произвести независимую кошачью экспертизу, – как известно, кошки продукты «второй свежести» не едят.

Можно сказать, «кошачья экспертиза» – первая историческая ступень в вопросе общественного признания регулярного тестирования и определения качества продукции, начиная с сырьевого источника. Причем контроль качества не должен заканчиваться в момент передачи продукции на

«Можно сказать, “кошачья экспертиза” – первая историческая ступень в вопросе регулярного тестирования и определения качества продукции».

склад или в торговую сеть, а иметь пролонгированное действие и аналитическое сопровождение до момента использования потребителем. Нужно предлагать информационное сопровождение и мониторинг показателей качества сырья и готовой продукции на всех этапах бизнес-процесса «от поля до стола». Это имеет прямое отношение к вопросу получения экологически чистого сырья и производству био-продуктов.

Применение новейших технологий в изготовлении и упаковке готовых продуктов в наши дни производят на базе современных производственных линий. Оригинальная упаковка, отвечающая современным требованиям по безопасности и эргономике, уникальна еще и тем, что ее специальная защитная среда обеспечивает высокое качество мясных продуктов, сохраняя все вкусовые свойства в течение месяца при температуре от +2 до +6 °С. Дело в том, что специально преобразованная газовая среда препятствует появлению бактерий и обеспечивает сохранение вкуса и всех свойств продукта при

длительном хранении.

Переполненность рынка разнообразными пищевыми добавками, а также чрезмерная наполненность рецептов ингредиентами искусственного происхождения чрезвычайно затрудняют выбор специалистом-технологом нужных ингредиентов. Ориентиром могут служить традиционные вкусовые предпочтения потребителей. **МС**



комплексные пищевые добавки

ЛАКСА®

Для производства варёных колбасных изделий, мясных деликатесов, ветчин, натуральных и рубленых полуфабрикатов.

Качество, которому доверяют!

129085, г. Москва, ул. Годовикова, д.9
Тел./Факс: (495) 232-20-01
E-mail: main@milord.ru
WWW.MILORD.RU

Милорд®

ХАССП
PG
ИСО 22000



Реструктурированные мясные продукты с использованием ферментов плазмы крови

В последние годы усилился спрос потребителей на натуральное цельнокусковое мясо. Его содержание в туше не превышает 15-20%, что заставляет переработчиков изыскивать способы перевода частей туш, не относящихся к первой или высшей категории, в наиболее предпочтительные формы. Современным решением является способ реструктуризации мелкокусковых форм в крупнокусковые, имитирующие по основным потребительским характеристикам натуральное мясо.

Ранние технологии по реструктуризации использовали способ расщипывания замороженного мяса с помощью особого устройства, которое создавало у мясной обрезки большую поверхность, за счет которой происходило их последующее связывание в единый кусок. Этот процесс, запатентованный компанией «URSHEL» и известный как «comitrol process» не нашел широкого применения из-за сложности контроля температуры и риска получения продукта кашеобразной текстуры при выходе за пределы оптимального температурного режима. Более широкое распространение получил способ нарезания сырья на кусочки («чанки») и формирование изделий из них. Эти кусочки и обрезь могут быть связаны между собой за счет актомиозинового белкового комплекса мясного сырья, растительных белковых ингредиентов, добавления гидроколлоидных гелеобразующих ингредиентов, а также посредством введения в систему сшивающих и склеивающих ферментных препаратов. Недостатком является необходимость использования соли, чтобы перевести миозин в растворимую форму, а также то, что для достижения требуемой консистенции и эмульгирования жира требуются крахмалы и/или функциональные растительные белки. А добавление этих компонентов происходит

«Компания «Сонак» предложила альтернативный продукт для создания реструктурированных мясных изделий – FIBRIMEX, натуральную природную склеивающую систему, основанную на белковых компонентах крови, обеспечивающих ее свертывание».

взамен мясного белка и приводит к понижению его содержания в продукте!

Сегодня предприятия, выпускающие реструктурированные мясные продукты, все чаще используют не ингредиенты растительного происхождения, а сшивающие ферментные препараты и натуральные компоненты мясного происхождения: плазму крови или природную клеевую систему из плазмы крови – тромбин и фибриноген.

Для этого на мясном рынке создались благоприятные предпосылки. Во-первых, появились инновационные технологии экстракции и фракционирования уникальных протеинов и ферментов крови животных, которые позволяют производить высокоочищенные продукты по привлекательным для потребителей ценам. Во-вторых, у потребителей сформировано негативное отношение к использованию соевых и других ингредиентов не мясного, а растительного происхождения. В этом контексте применение натуральных ингредиентов, выделенных из крови животных, выгодно отличается от широко используемых гидроколлоидов, являющихся по сути балластными веществами.

Ранее в России ферментные препараты использовались только для размягчения мясного сырья и придания ему лучшей консистенции, увеличения связывания

воды. С этой целью применяются, как известно, ферменты протеазного типа, которые не годятся для производства реструктурированных мясных изделий, когда нужно соединить мелкие кусочки в единое целое. Только сравнительно недавно, 5-10 лет назад, на рынке начали появляться ферменты сшивающего типа, например трансклутаминаза. Благодаря универсальности механизма он сшивает молекулы белков мяса не только друг с другом, но и с молекулами других белков, имеющихся в системе. Однако эта универсальность приводит к повышению расхода ферментного препарата. Кроме того, для успешного и эффективного действия необходимо иметь в продукте высокую долю растворенного доступного на молекулярном уровне белка с высоким содержанием амидных групп.

Компания «Сонак», которую представляет ЗАО «Партнер-М» предложила альтернативный продукт для создания реструктурированных мясных изделий – FIBRIMEX, натуральную природную склеивающую систему, основанную на белковых компонентах крови, обеспечивающих ее свертывание. Он доступен в виде порошка длительного хранения, но может быть поставлен и в виде двухкомпонентной жидкой замороженной формы. Обе формы содержат компоненты плазмы крови: концентрат белка фибриногена – неактивную составляющую клеящей системы, – фермент тромбин, который инициирует гелеобразование фибриногена и последующий процесс «склеивания». Отличительной особенностью продукта является то, что он работает на молекулярном уровне. FIBRIMEX успешно склеивает не только белковые составляющие части, но также жировые компоненты мясного сырья. Его использование позволяет технологу создать уникальные композиционные продукты, содержащие ткани жирового типа и ткани мяса животных. **Р**



ИНТЕРЬЕНТЫ
МЯСО ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ



Д-М

125480, Россия, Москва, улица Героев Панфиловцев, 20

Тел./факс: +7 (499) 657-55-55 • e-mail: office@komu-dobavki.ru • www.komu-dobavki.ru



Автор: **Кирасиров Александр**,
начальник юридического департамента
компания «САФИ Консалтинг»

Как защитить свою индивидуальность

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

Терминология

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

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

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

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

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

Бренд – не столько юридическое понятие, сколько маркетинговое, и рассматривается оно, как правило, намного шире, чем товарный знак. Иногда понятие «бренд» применяют к общеизвестным товарным знакам.

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

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

- Парижская конвенция по охране промышленной собственности 1883 года;

- Мадридское соглашение о международной регистрации знаков 1891 года;
- Ницкое соглашение о международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков 1957 года;

- Договор о законах по товарным знакам 1994 года;
- Минское соглашение о мерах по предупреждению и пресечению использования ложных товарных знаков и географических указаний 1999 года.

Исключительное (имущественное) право на товарный знак возникает только в силу его государственной регистрации (п. 1 ст. 1232 ГК РФ). Регистрация товарного знака в федеральном органе исполнительной власти по интеллектуальной собственности (Роспатент) подтверждает, что обозначение соответствует установленным критериям охраноспособности и приобретает статус товарного знака.

Следует отметить, что до момента регистрации любое лицо может использовать товарный знак без каких-либо правовых или административных последствий.

Документом, удостоверяющим исключительное право на товарный знак, является свидетельство, где приводятся его обозначение, виды деятельности, при которых он используется, срок действия приоритета товарного знака.

Регистрация

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

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



Охраняемый символ ® является предупредительной маркировкой. Тем самым правообладатель сообщает, что товарный знак охраняется на территории РФ.

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

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

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

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

Права обладателя

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

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

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

1) на товарах, в том числе на этикетках, упаковках товаров, которые производятся, предлагаются к продаже, продаются, демонстрируются на выставках и ярмарках или иным образом вводятся в гражданский оборот на территории РФ, либо

хранятся или перевозятся с этой целью, либо ввозятся на территорию РФ;

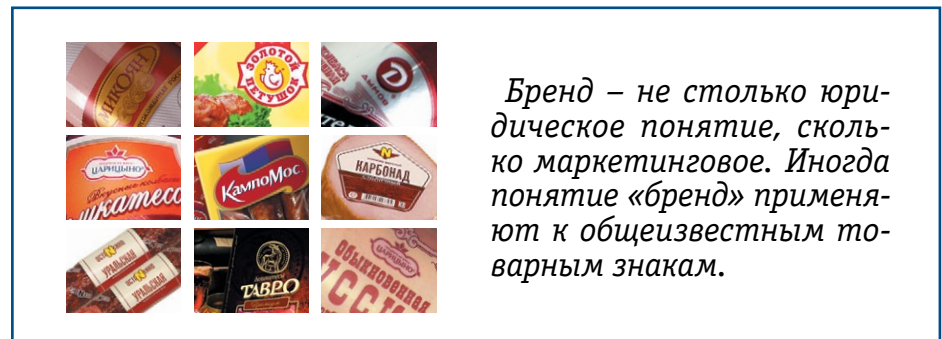
2) при выполнении работ, оказании услуг;

3) на документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот;

4) в предложениях о продаже товаров, о выполнении работ, об оказании услуг, а также в объявлениях, на вывесках и в рекламе;

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

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



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

буквы «R» в окружности (данное обозначение происходит от английского слова «registered» – зарегистрировано). Иногда вместо символа охраны рядом с товарным знаком указывают словесное обозначение «товарный знак» или «зарегистрированный товарный знак».

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

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

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

Защита

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

1) о признании права (к лицу, которое отрицает или иным образом не признает право, нарушая тем самым интересы правообладателя);

2) о пресечении действий, нарушающих право или создающих угрозу его на-

рушения (к лицу, совершающему такие действия или осуществляющему необходимые приготовления к ним);

3) о возмещении убытков (к лицу, неправомерно использовавшему средство индивидуализации без заключения соглашения с правообладателем (бездоговорное использование) либо иным образом нарушившему его исключительное право и причинившему ему ущерб);

4) об изъятии материального носителя (к его изготовителю, импортеру, хранителю, перевозчику, продавцу, иному распространителю, недобросовестному приобретателю);

5) о публикации решения суда о допущенном нарушении с указанием действительного правообладателя (к нарушителю исключительного права).

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

Нарушением исключительного права на товарный знак является не только использование самого зарегистрированного товарного знака, но и обозначения,

сходного с ним до степени смешения. Незаконное использование запрещается как на товарах, в отношении которых товарный знак зарегистрирован, так и на однородных товарах.

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

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

Если введение таких товаров в оборот необходимо в общественных интересах, то правообладатель вправе требовать удаления за счет нарушителя незаконно используемого товарного знака или сходного с ним до степени смешения обозначения.

Что ждет нарушителей

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

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

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

В случае когда незаконное использование товарного знака совершается неоднократно или причинило крупный ущерб, правонарушение влечет уголов-



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

ную ответственность, предусмотренную ст. 180 УК РФ.

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

Прекращение защиты

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

Хотелось бы также отметить основания прекращения правовой охраны то-

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

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

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

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

РОССИЙСКАЯ ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

Ведущее мероприятие продовольственного рынка – УЖЕ 9 ЛЕТ С ВАМИ!

16 – 18 ноября 2010, Марриотт Гранд Отель, Москва



Лев Хасис
Главный исполнительный директор и председатель правления X5 Retail Group



Антонио Баттиста
Генеральный директор real, - Hypermarket



Алексей Павлов
Генеральный директор СПАР Россия



Виктор Линник
Президент АПХ Мираторг



Дмитрий Древлянский
Президент Стойленская Нива



Яна Песоцкая
Генеральный директор Burger King Россия



Денис Лисак
Вике-президент по продажам Балтика



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



Виктор Бирюков
Президент Группы компаний Талина



Дариуш Куч
Вике-президент по Восточной Европе Danone Baby Nutrition



Виктор Семенов
Основатель Группы компаний Белая Дача



Андрей Даниленко
Президент Русские фермы

ФОРУМ 2010: ЦИФРЫ И ФАКТЫ

3 дня грандиозных событий и деловых мероприятий

5 дискуссий: анализ самых острых вопросов индустрии

6 круглых столов, посвященных различным сегментам пищевого сектора

9 лет в индустрии: опыт и КОМПЕТЕНТНОСТЬ

14 информативных и креативных сессий: измените представление о будущем

50+ докладчиков – ведущих игроков рынка

200+ участников ежегодно

10% СКИДКА*! VIP код RRC17MSD

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

ОФИЦИАЛЬНЫЙ
СПОНСОР
НАПИТКОВ:



ГЛАВНЫЙ
СПОНСОР:



МЕДИА-ПАРТНЕРЫ:



План Учебного центра ГНУ ВНИИ мясной промышленности им. В. М. Горбатова Россельхозакадемии, ноябрь-декабрь 2010 года

8-10 ноября

Инновации и опыт внедрения эффективной организации работы мясоперерабатывающих предприятий (на примере реальных проектов)

Семинар экономистов, финансистов, бухгалтеров и специалистов по нормированию сырья, материалов и труда

Программа обучения предусматривает проведение лекционных и практических занятий по следующим вопросам:

- современное состояние мясной промышленности и концепция развития отрасли на перспективу;
- принципы внедрения управленческого учета на предприятиях мясной промышленности;
- стратегия ценообразования в условиях рынка (обеспечение паритета цен на животноводческое сырье, мясо и мясные продукты);
- методические принципы нормирования расходов сырья, материалов и определения показателей выходов продукции;
- методические основы нормирования и организации труда, его оплаты на предприятиях мясной промышленности;

15-19 ноября

- современные технологии убоя, переработки скота, продуктов убоя и выработки мясных продуктов, направленные на повышение эффективности производства;
- оценка эффективности деятельности мясокомбината на основе управленческого и оперативно-производственного учета (реализованного в программном обеспечении «1С: Предприятие 8, Резон: Мясокомбинат 4»):
 - анализ эффективности бизнес-процессов при внедрении и поддержке системы менеджмента качества ИСО 9001, ХАССП;
 - современные управленческие технологии в информационных системах для мясоперерабатывающей промышленности;
 - системы производственной логистики. Разработка и постановка учета MES-уровня на предприятиях отрасли

Безопасность производства мяса, мясо- и птицепродуктов

15-й ежегодный семинар, в ходе которого предусмотрены выступления руководителей и ведущих специалистов ветеринарного надзора России, Госпотребнадзора России, ученых по ветсанэкспертизе и гигиене пищевых продуктов, руководителей производственных ветеринарных служб мясоперерабатывающих предприятий.

В программу включены следующие вопросы.

- Современные вопросы ветеринарно-санитарных мер и безопасности пищевых продуктов, в том числе в Таможенном союзе, в системах Госветнадзора и Роспотребнадзора РФ
- Юридические вопросы в ветеринарии
- О нормативах ЕС по микробиологическому контролю пищевых продуктов
- Создание системы ускоренных микробиологических и физико-химических методов лабораторного контроля – актуальная проблема при контроле пищевых продуктов
- Воздействие технологических факторов мяса и мясной продукции на устойчивость микроорганизмов
- Методология, в том числе ускоренные методы контроля микотоксинов, антибиотиков, эстрогенов, энтеротоксинов, ветеринарных препаратов в пищевых продуктах

15-19 ноября

- Контроль безопасности и качества при производстве мяса птицы и продуктов из мяса птицы
- Производство охлажденного мяса длительных сроков годности (проблема, пути решения)
- Современная система санитарной обработки
- Организация контрольных испытаний при сертификации пищевых продуктов
- Современные сведения о сальмонелле и листериозе пищевого происхождения (опасность, пути снижения)
- Вопросы контроля качества и безопасности при производстве и реализации мясной продукции для детского (школьного) питания
- О проекте МУК «Положение об испытательной лаборатории (центре) предприятия мясной промышленности (организация, функции, нормативы времени специалистов микробиологов, инженеров-химиков, биологов, гистологов)»
- Ознакомление с работой отдела производственного контроля в условиях мясоперерабатывающего предприятия (посещение предприятия)
- Круглый стол: обмен опытом, обсуждение результатов семинара

Национальные стандарты РФ на консервы мясные

Специалистам представится возможность ознакомиться с национальными стандартами на консервы, вступающими в действие с января 2011 года, узнать об инновационных технологиях консервированной продукции и готовых обеденных блюд

Программой предусмотрено рассмотрение следующих вопросов:

- национальные стандарты на консервы мясные:
 - вступающие в действие с 1 января 2011 года: ГОСТ Р 53748-2009 Консервы мясные. Мясо рубленое ГОСТ Р 53644-2009 Консервы мясные фаршевые
 - вступающий в силу с 1 июля 2011 года: ГОСТ Р Консервы мясные кусковые. Мясо тушеное Ассортимент, используемое сырье, показатели качества, применяемая тара, сроки годности;
- новые технологии мясных консервов, вырабатываемых

по национальным стандартам;

- национальные стандарты на скот для убоя, мясо и его разделку;
- блоки мясные замороженные. Особенности производства со сроками годности до 2-х лет в соответствии с требованиями Государственного резерва;
- новое в порядке осуществления государственного санитарно-эпидемиологического надзора на территории РФ в соответствии с Соглашением Таможенного союза;
- стандартизованные гистологические методы выявления фальсификации консервов;
- инновационные решения и разработки лаборатории технологии консервного производства в области стерилизованных обеденных блюд
- Новые разработки и техническая документация на консервы (ветчины, паштеты, консервы из субпродуктов и др.)

22-26 ноября

План Учебного центра ГНУ ВНИИ мясной промышленности им. В. М. Горбатова Россельхозакадемии, ноябрь-декабрь 2010 года

Современные подходы в организации производства и реализации продуктов высокой степени готовности (Европейский опыт)

Семинар организован совместно с компаниями «ПТИ», «Агро-3», «Формкук» (Швеция), Mondini (Италия), Roser (Испания) при участии Института питания РАМН и Роспотребнадзора

Обучение пройдет в два этапа: в России и Швеции

На I этапе в России, с 22 по 26 ноября, будут рассмотрены следующие вопросы:

- современное состояние рынка полуфабрикатов в России, тенденции развития;
- современные тенденции производства продукции высокой степени готовности (Швеция);
- аппаратные и технологические решения при производстве продуктов высокой степени готовности (Швеция);
- организации современного производства готовых блюд, различные способы хранения и реализации продукции (Швеция);
- оборудование и линии производства полуфабрикатов высокой степени готовности из птицы, говядины, свинины;
- все о технологиях производства: рубленых полуфабрикатов, рубленых полуфабрикатов в тестовой оболочке, кусковых полуфабрикатов;
- особенности питания организованных коллективов;
- производство салатной группы, овощей, гарниров, супов;
- инновационное оборудование для тепловой обработки продуктов;
- технология cook&chill, технология cook&serv;
- современные способы охлаждения и замораживания продуктов;

22-26 ноября

- особенности проектирования цехов производства полуфабрикатов и готовых блюд; ассортимент полуфабрикатов из мяса птицы, говядины, свинины и баранины. Технологические решения по схемам разделки и расширению ассортимента;
- современные способы упаковки полуфабрикатов. Использование газовых сред;
- дозирование и упаковка готовых блюд. Мультиголовочные системы дозирования сложных продуктов;
- об опыте внедрения новых подходов в организации производства мясных продуктов на предприятиях России;
- санитарно-гигиенические требования к производству полуфабрикатов и готовых блюд (компания Roser, Испания);
- инновационные технологии продуктов детского, специализированного и функционального питания;
- об организации обеспечения безопасности мясной продукции в России (Россия, Институт питания РАМН);
- новое в законодательстве санитарно-гигиенических требований при производстве (Россия, Роспотребнадзор);
- фальсификация сырья и мясных продуктов, методы выявления

Даты проведения II этапа будут объявлены на семинаре. Слушатели посетят в Швеции лаборатории, где будут проведены выработки продуктов высокой степени готовности, побывают на нескольких заводах – производителях полуфабрикатов и готовых блюд, а также в супермаркетах

**с 29 ноября
по 3 декабря**

Инновации в первичной переработке скота и сопутствующих продуктов убоя (при участии специалистов Италии, Австрии и др.)

13-17 декабря

Методы контроля качества продукции (химики, дегустаторы, микробиологи, гистологи, радиологи)

13-17 декабря

Все о производстве мясопродуктов (для начинающих технологов)

В ходе семинаров слушатели смогут приобрести методические и учебные пособия, справочники, нормативную документацию и новую научную литературу, изданную институтом.

По окончании выдается сертификат о прохождении курса обучения и повышения квалификации.

*Примечание:
в программе возможны
дополнения корректировки.*

*Контактный телефон:
+7 (495) 676-79-41,*

факс: +7 (495) 676-64-91,

e-mail: elena_vniimp@mail.ru,

www.vniimp.ru

Международная профессиональная выставка
продуктов питания и напитков

Гастроном 2011

www.gastronom-expo.ru

08-10 февраля 2011
Москва
МВЦ “Крокус Экспо”

Организаторы

 **КРОКУС ЭКСПО**
Международный выставочный центр

 **FOREXPO LTD**
ВЫСТАВКИ И КОНФЕРЕНЦИИ

Совместно с

NOVEX
The event management company

Информационный спонсор

 **сфера**
издательский дом

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ



Международная выставка
VIV RUSSIA



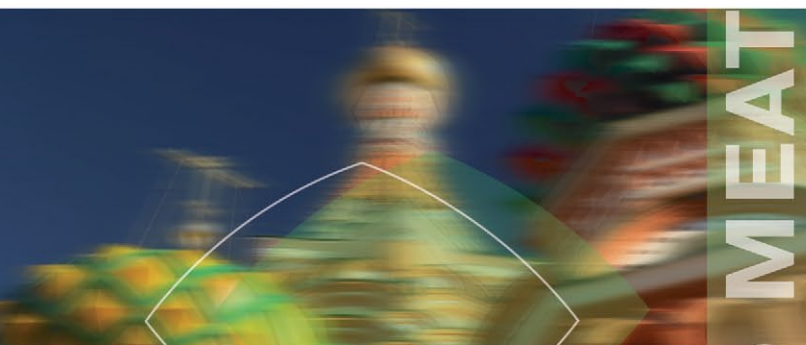
Международная выставка
КУРИНЫЙ КОРОЛЬ



Международная выставка
МЯСНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ



Международная выставка
ИНДУСТРИЯ ХОЛОДА



Международный форум
инновационных технологий
и перспективных разработок
«ОТ ПОЛЯ ДО ПРИЛАВКА»
для мясной и молочной индустрии

17-19
мая
2011 года
Москва, Крокус Экспо

FEED to MEAT



- **VIV Латинская Америка / FIGAP**
21-23 октября 2010, Мехико, Мексика
- **VIV Азия 2011**
9-11 марта 2011, Бангкок, Таиланд
- **VIV Россия 2011**
17-19 мая 2011, Москва, Россия
- **VIV Турция 2011**
9-11 июня 2011, Стамбул, Турция

Организатор:

Тел.: +7 (495) 797-6914 • Факс: +7 (495) 797-6915

Organized by:



E-mail: info@meatindustry.ru

www.meatindustry.ru • www.viv.net



ПРОД ЭКСПО

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

Центральный выставочный комплекс «Экспоцентр»
Москва, Россия

7-11
ФЕВРАЛЯ 2011



www.prod-expo.ru

 **ЭКСПОЦЕНТР**
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

Организатор:
ЗАО «Экспоцентр»



При поддержке:
Министерства сельского хозяйства Российской Федерации



Прописные истины успеха



Санпропускник Star Clean 23881

- Для контроля на входе в производственное помещение.
- Пропускная способность: до 25 человек в минуту.
- Мойка подошв, длина щёток – 1600 мм.
- Включение с помощью датчиков приближения.
- Inlet Control 23740 для дезинфекции рук.

Специалисты компании SCHALLER LEBENSMITTELTECHNIK® охотно проконсультируют Вас по всему спектру современных решений для гигиены персонала, мойки тары и инструментария, а также для санитарии производственных помещений мясо- и птицеперерабатывающих предприятий.



SCHALLER®
LEBENSMITTELTECHNIK

Превратим идею в Ваш успех!

SCHALLER LEBENSMITTELTECHNIK®

ЗАО "ШАЛЛЕР"

РФ 115054, Москва

Павелецкая площадь, дом 2, стр. 2

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

e-mail: office.moskau@schalleraustria.com

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

