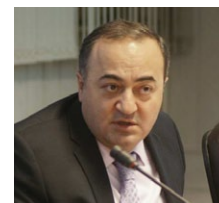


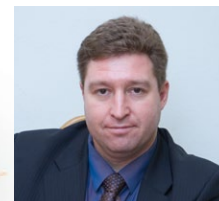
мясная сфера



Три кита успеха

Доля импорта на рынке свинины будет снижаться, уровень конкуренции между российскими предприятиями возрастет. В лидерах окажутся производители, стратегия которых основана на «трех китах»: локализация, специализация, уникальность, уверен президент Мясного союза России Мушег Мамиконян.

26



Борьба с ветряными мельницами

За минувший год доля небезопасных продуктов питания существенно возросла. О том, с чем связано ухудшение качества и что нужно сделать, чтобы с прилавков исчез продовольственный фальсификат, мы поговорили с председателем СПБ ООП «Общественный контроль» Всеволодом Вишневецким.

44

Форма со вкусом

Инновационная упаковка совмещает в себе возможности привычных решений. Подумайте только, какие перспективы открывает упаковка, которая определяет вкус продукта, награждает запахом, наделяет цветом, при этом удобна и эргономична! / стр. 10.



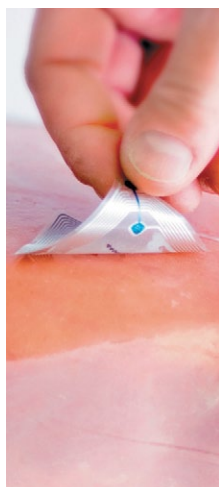
METALQUIMIA MASTERWORKS

Откройте **новые шедевры МЕТАЛКИМИИ**



Альтернатива
ТЕНДЕРИЗАЦИЯ

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



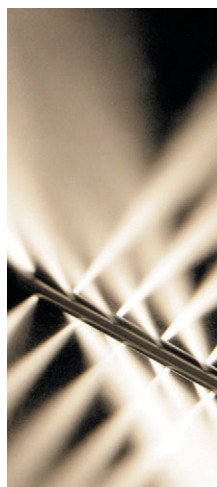
IDFOOD
Автоматизация

Решения RFID
«под ключ» для
мясной
промышленности



TWINVAC
Точность и
компактность

Высокая точность,
сверхплотность
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



Москва, Россия
МВЦ «Крокус Экспо»

1–3 марта 2011 г.

CHILLVENTA ROSSIJA 2011

Российская специализированная выставка
холодильного оборудования ♦ климатической техники ♦
тепловых насосов

Прекрасное сочетание: Холод – Климат – Тепловые насосы

Познакомьтесь с успешной концепцией Нюрнбергской «Chillventa» теперь в сердце России. «Chillventa Россия» предлагает Вам по темам Холода, Климата и Тепловых Насосов:

- Инновации отрасли под одной крышей
- Деловую программу на самом высоком уровне, в фокусе которой - Энергоэффективность
- Контакты с важными отраслевыми союзами и производителями
- Ясную структуру и кратчайшие пути к информации в самом современном выставочном центре России

За подробной информацией
обращаться:

к Дроздовой Людмиле
ООО «ОВК-РУС»
Тел: +7 (495) 967-04-61
Факс: +7 (495) 967-04-62
ld@owc-rus.ru

Узнайте больше:

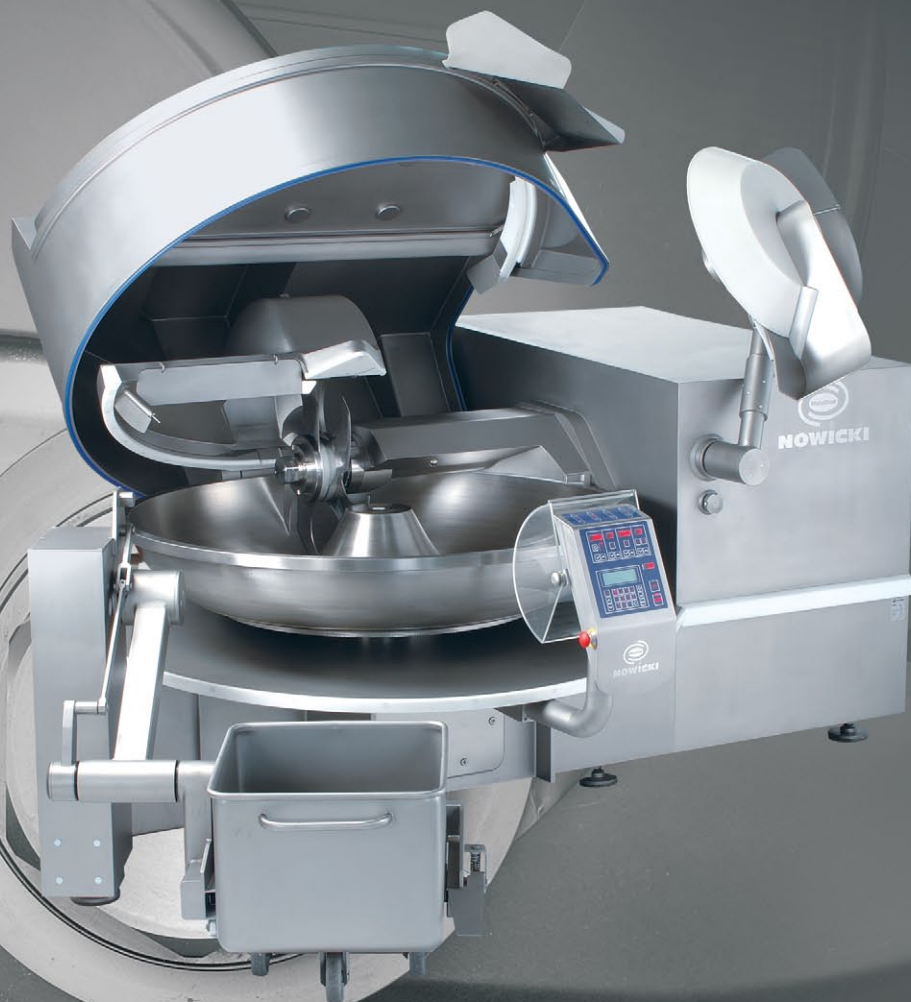
♦ www.chillventa-rossija.com ♦

NÜRNBERG MESSE

INTERMIK

KN-550V TAJFUN II

Отличное куттеровование!



- скорость 4000 об/мин
- резка мяса в воздухе
- зазор нож-чаша не требует регулировки
- плавная регулировка оборотов

- автоматическая смазка подшипников
- антивибрационная конструкция
- антишумовая защита
- автоматическая дозировка воды

**KN-330V****KN-200****KN-125****KN-60**


NOWICKI

CE KEMA ISO 9001:2000 PG

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

Брест

(375 162) 25 92 21
intermik@brest.by

Алматы

(3272) 55 61 72
kazakhstan@intermik.eu

Ашгабат

(99312) 362 421
turkmenistan@intermik.eu

Киев

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

Рига

(371) 739 59 60
metalbud@balticum.lv

Рустави

(995) 34 17 99 44
intermik_georgia@mail.ru

Ереван

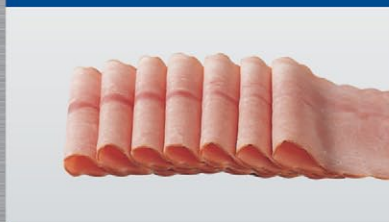
(374 1) 550 141
caucasus@intermik.eu

Калининград

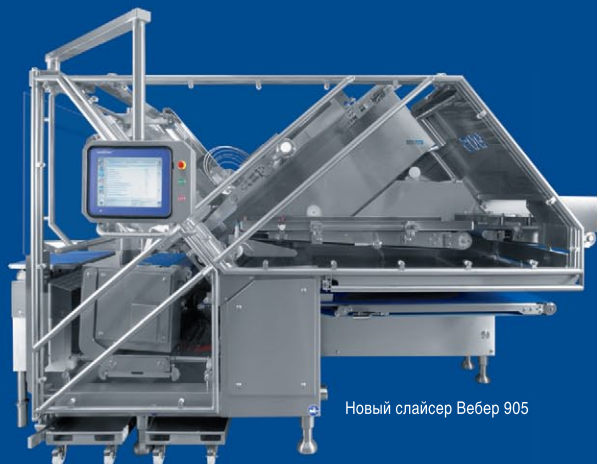
+7 911 451 05 75
pks@kanet.ru



На уровень выше



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



Новый слайсер Вебер 905

weber[®]
The High Tech Company

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



ПРОДУКТЫ ИЗ МЯСНОГО ФАРША НА ОСНОВЕ ВАШИХ ИДЕЙ!

ВОПЛОЩЕНИЕ ВАШИХ ИДЕЙ
В СОЧЕТАНИИ С ПЕРЕДОВОЙ
ТЕХНОЛОГИЕЙ ПРИВОДИТ
К ПРЕВОСХОДНЫМ РЕЗУЛЬТАТАМ!



Применяя профессиональные автоматизированные системы Handtmann, Вы можете эффективно перерабатывать мясной фарш от измельчения до укладки его в лотки.

Благодаря высокой производительности, автоматизации и гибкости систем рационализирующие эффекты обеспечивают наивысшие стандарты продукции, первоклассное качество и привлекательный вид продуктов.

handtmann
Идеи с будущим



Автоматизированное производство мясного фарша: ценные рационализирующие эффекты за счет автоматизации.

Начиная с автоматической загрузки и непрерывного потока массы из вакуумного шприца, включая точное порционирование устройством порционирования мясного фарша и завершая подачей точно порционированного продукта в лотки: автоматизированный процесс с втоматизированными системами для переработки мясного фарша Handtmann без затрат вспомогательного времени и опасности загрязнения.

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

Этапы процесса:

- **Измельчение:** При применении шприца VF 600 и волчка GD 93-3 или GD 93-6 в одной технологической операции производится перемалывание до желаемой зернистости и одновременное порционирование.
- **Порционирование:** В комбинации с приставкой-волчком handtmann GD 93-3 или GD 93-6 устройство порционирования мясного фарша GMD 99-2 – это превосходное системное решение для эффективного производства мясного фарша с отличным качеством и исключительной точностью веса.
- **Дополнительные опции автоматизации:** Совместимы по выбору со всеми стандартными автоматами для укладки мясного фарша и упаковки в лотки или возможны в комбинации с системой CFS-FlexLoader в качестве комплексного решения с распределением по группам и укладкой в машины глубокой вытяжки или упаковочные машины.



Форум Handtmann

Место для диалога и инноваций.

Вдохновленная тенденциями рынка и собственными идеями фирма Handtmann в тесном диалоге с заказчиками со всего мира реализует высокоэкономичные ключевые технологические решения. В новом форуме мы согласуем их с Вами в соответствии с Вашими конкретными 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	20
Три кита успеха	26
вокруг света	Национальный колорит Шотландской кухни 32

10

В то время как ключевой тенденцией современного рынка является переход на производство экологичной упаковки, в 2010 году наметились и новые тренды – стало появляться все больше упаковок, которые можно назвать «интерактивными», и этикеток, которые можно назвать «умными». В ближайшие пять лет ожидается существенный рост в области нанотехнологий в упаковочной отрасли.

тема номера	Форма со вкусом	10	производство <i>/события и факты</i>	Новости	50
отрасль <i>/события и факты</i>	Новости	18		Прозрачные процессы предприятия – необходимое условие для оптимизации	55
<i>/от первого лица</i>	Три кита успеха	26		Холод, климат и тепловые насосы – под одной крышей	56
<i>/вокруг света</i>	Национальный колорит Шотландской кухни	32	<i>/оборудование</i>	Термообработка по-новому	58
компании <i>/события и факты</i>	Новости	36		Сосисочные автоматы Hitec – японское качество	60
<i>/стратегия</i>	Семейные традиции и продуктовые инновации	40		Достоинства куттеров от «Интермик»	61
<i>/управление качеством</i>	Борьба с ветряными мельницами	44	<i>/упаковка и оболочки</i>	Производство коллагеновой оболочки	62
	Эффективный микробиологический контроль	48			

содержание

производство	50
Термообработка по-новому	58
ингредиенты	Black pepper – король пряностей 70

В ближайшем будущем ожидается существенное изменение структуры свиноводческой отрасли. Российское свиноводство переходит на промышленную основу. Производство свинины в сельхозорганизациях современного технологического уклада в январе-сентябре прошлого года по сравнению с аналогичным периодом 2009-го выросло более чем на 20%.

26



70

Черный перец – король пряностей. Он упоминается еще в индийских текстах второго тысячелетия до нашей эры. В Индии перец высоко ценится и был одной из первых восточных пряностей, покорившей Европу, начиная с Древней Греции и Рима.

производство
/упаковка и обложки

Иновационные упаковочные решения для свежего мяса 66

Секреты «комнаты творческих идей» 68

/ингредиенты

Black pepper – король пряностей 70

производство
/ингредиенты

Партнерское дело – натуральность продукта! 72

Комплексные смеси от «Ван Хеес» 74

Бизнес со вкусом 76

мясная сфера

№1 (80) 2011

Информационно-аналитический журнал для специалистов мясоперерабатывающей 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
департамента:
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

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 **P**,
публикуются на коммерческой основе.

Мнение авторов не всегда совпадает
с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремьюПресс».
Подписано в печать: 24.01.11.
Тираж: 5000 экз.





Упаковочная трансформация

Понятие упаковки со временем трансформировалось. Усложнялась ее структура, материалы приобретали новые свойства. Еще каких-нибудь 6-7 лет назад свежее мясо, колбаса и полуфабрикаты продавались исключительно на развес или в обычных полиэтиленовых пакетах. Отечественный рынок упаковки для мясопродуктов находился в зачаточном состоянии.

Совершенствование упаковки шло из года в год. Но предела этому процессу, как известно, нет. Регулярно и у нас, и на Западе появляются новые разработки. И если раньше мясо заворачивали в полиэтилен, то сегодня даже газовые лотки могут быть разными – белыми, черными, прозрачными, в картонных коробках, – чтобы продукт выглядел как можно привлекательнее. Текущее состояние мировой экономики только подтолкнуло лидеров упаковочного рынка к выведению на рынок инноваций, которые соответствовали бы запросам потребителей.

Современные производители упаковки работают сразу в нескольких направлениях. Одно из них – создание материалов с прямо противоположными свойствами. С одной стороны, упаковка должна быть надежной, устойчивой к воздействию различных факторов, а с другой – экологичной, биоразлагаемой или способной к быстрой, дешевой утилизации.

В начале третьего тысячелетия приоритетным направлением становится интерактивная упаковка, способная менять свои качественные характеристики при внешнем воздействии и регулировать среду вокруг продукта. При этом целенаправленно создаются физические, химические или биологические параметры среды, воздействующие на изделие.

Новые упаковочные материалы способствовали появлению принципиально новых технологий, увеличивающих срок хранения и токсикологическую безопасность переработки сырого и свежемороженого мяса, потенциально загрязненного микроорганизмами. Речь идет, в первую очередь,

о методике электрофизического радиационного облучения.

Если говорить о визуальных эффектах, актуальной тенденцией сегмента синтетических колбасных оболочек становится имитация натуральности. Например, естественные оттенки, матовая поверхность или нанесенный методом сплошной печати орнамент в виде плесени, сеток, жил. Популярны оболочки с закрепленной на поверхности сеткой, что позволяет на автоматическом оборудовании производить вареные колбасы с имитацией ручной вязки.

Появляются барьерные оболочки, комбинированные со вкусоароматическими экстрактами и красителями. Их наносят изнутри оболочки и закрепляют. После наполнения такой оболочки колбасным фаршем достаточно провести обычную варку, без копчения. После охлаждения, оболочка снимается, а колбаса имеет окрашенную поверхность и «яркий», оригинальный аромат.

Из идей, которые в скором будущем могут получить широкое распространение стоит отметить упаковочные материалы с различными индикаторами, которые способны сигнализировать о доброкачественном или испорченном продукте, соблюдении установленных условий хранения или нарушении таковых. С воплощением этой идеи в жизнь производитель имеет возможность контролировать условия хранения и реализации мясопродуктов в торговой сети.

На портале Unipack.Ru была размещена информация о том, что ученые из Род-Айлендского государственного университета в сотрудничестве с компанией по безопасности пищевых продуктов SIRA Technologies разработали «умный» штрих-код для пищевой упаковки. Он сообщает покупателям и продавцам о свежести замороженных продуктов, таких как курица или говядина. Этикетка содержит штрих-код, в структуре которого содержатся элементы, напечатанные невидимыми чернилами. В случае если продукт портится, чернила проявляются красным цветом и не допускают сканирование продукта на кассовом аппарате. Однако в ближайшее время не стоит ожидать масштабного распространения инновационных упаковочных решений в российской мясной индустрии, тем более, с использованием нанотехнологий. Пока их влияние на упаковочную отрасль в целом невелико, по большей части из-за дороговизны проектов.

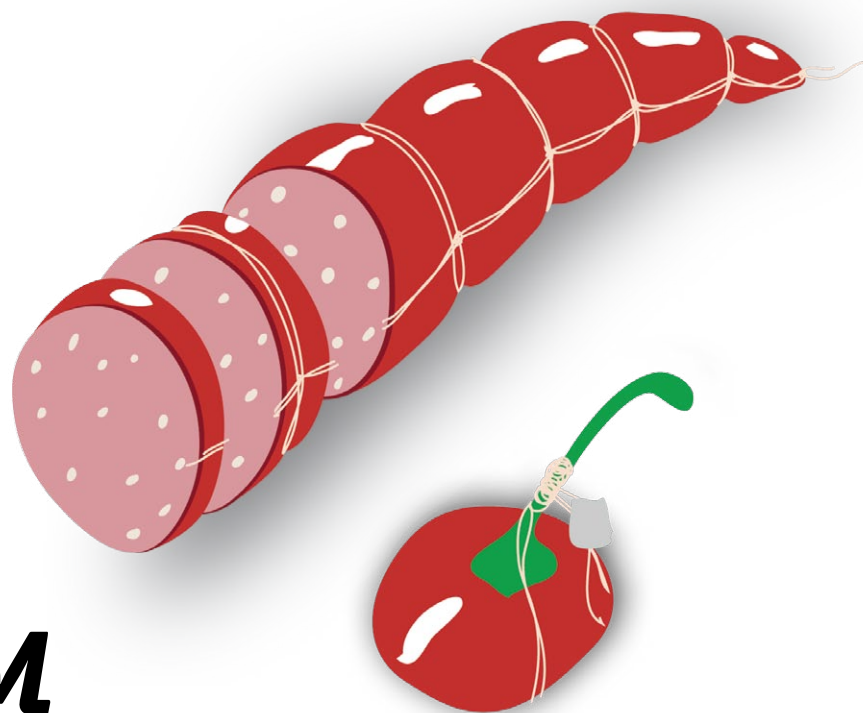
Но хотя масштабный переход на технологии, обеспечивающие возможность контролируемым образом создавать и модифицировать объекты на атомарном и молекулярном уровне, произойдет еще не скоро, надежды на них возлагаются большие. Примеры использования нанотехнологий в производстве упаковки существуют, и таких примеров с каждым годом будет все больше. А значит, эра новых упаковочных решений, в том числе для мясных продуктов, продолжается.

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

Автор:



Виктория
Загоровская



Форма со вкусом

Упаковочный рынок достаточно динамичен – новые материалы и технологии разрабатываются постоянно. Производство упаковки – процесс, всегда состоящий из нескольких стадий: поиска, разработки и внедрения инноваций. Для того чтобы обеспечить комплекс полезных свойств упаковки для продуктов питания, таких как прочность, термостойкость, жесткость или эластичность, барьерные свойства, химическая стойкость, внешняя привлекательность, экономичность и эргономичность, необходима переоценка и трансформация уже существующих упаковочных решений.

Известный химик Антуан Лавуазье говорил: «Ничто не теряется, ничто не создается, все трансформируется». Мне кажется, это хороший девиз для инновационной упаковки.

Нанотехнологии как основа инноваций

Термин «нанотехнология» (nanotechnology) был введен в 1974 году Норрио Такигути, который определил ее как «технология производства, позволяющую достигать сверхвысокой точности и ультрамалых размеров».

«Нанос» в переводе с греческого языка означает «гном». Необычайно малая величина наночастиц предполагает их иное химическое и медико-биологическое поведение, которое может быть описано с помощью квантовой механики. Эти частицы по-другому, нежели более крупные того же состава, вступают во взаимодействие с различными объ-

ектами, поэтому способны образовывать комплексы с ранее неизвестными свойствами.

Сегодня под нанотехнологией, прежде всего, мы понимаем науку о способах и методах обработки и переработки сырья, материалов, полуфабрикатов или изделий, характерные размеры либо точность изготовления которых составляют значения на уровне или ниже 100 нм.

Уникальные свойства наночастиц стали известны давно, но для того чтобы получить практическое применение, потребовалось немало времени и затрат.

На рубеже XX и XXI вв. нанотехнология получила активное развитие и распространение во всех сферах человеческой деятельности от военно-промышленного комплекса до изготовления продуктов питания. В развитых странах мира активно финансируются и проводятся исследования в области на-

нотехнологии. Так, в США в 2000 г. создана федеральная организация National Nanotechnology Initiative с государственным финансированием 500 млн. долл. в год.

В 2004 г. банк Credit Suisse First Boston опубликовал аналитический доклад о будущем нанотехнологии, в котором утверждается, что нанотехнология – суть преобразования современной технологии, она послужит основой создания принципиально новых продуктов. Нанотехнологии придут на смену существующим технологиям подобно тому, как, например, электричество заменило пар, а электронная почта – телеграф.

В 2005 г. на первой конференции Nano Food (Wageningen, Netherlands) впервые было введено понятие «нанопища» («нанопитание»). Нанотехнологии являются основой инноваций в пищевой технологии, а также тотального мониторинга качества и безопасности производства

продуктов питания путем диагностики так называемых квантовых точек (наносенсоров), способных достоверно определять химические, биологические и другие включения.

Существующая в мире проблема обеспечения населения продуктами питания может быть решена, в том числе за счет использования нанотехнологий. Также, по мнению зарубежных ученых, нанотехнологии произведут революцию в сельском хозяйстве. Прогнозируется, что в будущем молекулярные роботы смогут производить пищу, заменив сельскохозяйственные растения и животных, при этом предполагают возможность производства молока, минуя промежуточное звено – корову.

Смышленная упаковка

Многие отрасли промышленности по-прежнему борются с последствиями мирового финансового кризиса, а потребители неохотно расстаются с деньгами. Но, как сообщает портал Upravkano.ru со ссылкой на Thomasnet, упаковочная отрасль научилась адаптироваться к изменениям и оправляется от кризиса быстрее, чем мировая экономика. По прогнозам исследовательской компании Pike Research, годовой доход упаковочного рынка к 2014 году составит 530 млрд. долл. Для сравнения: в 2009 году этот показатель был равен 429 млрд. долл. Поскольку объемы производства упаковки будут только расти, потребление сырья, энергии и прочие показатели также будут увеличиваться.

В то время как ключевой тенденцией современного рынка является переход на производство экологичной упаковки, в 2010 году наметились и новые тренды – стало появляться все больше упаковок, которые можно назвать «интерактивными», и этикеток, которые можно назвать «умными».

В ближайшие пять лет ожидается существенный рост в области нанотехнологий в упаковочной отрасли, сообщается в исследовании iRAP Inc. Возрастающие требования к безопасности и качеству продуктов питания в соответствии с мировыми стандартами приведут к увеличению рынка нанопакетов с 4,13 млрд. долл. в 2008 году до 7,3 млрд. долл. в 2014 году, с ежегодным приростом в 11,65%.

Отметим, что в применении нанопакетов лидирующее место занимает Япония. По данным на 2009 год на ее долю приходится 45% рынка. Россия в 2009 году стала четвертой в мире по объему инвестиций, привлеченных в наноиндустрию. По планам «Роснано», в 2015 году объем выпуска нанопакетов в стране достигнет почти триллиона рублей.

Согласно исследованию, активные технологии в упаковке продуктов питания займут наиболее значительную долю рынка, в то время как самый большой рост произойдет в сегменте умной упаковки, где средний ежегодный прирост составит около 19%, благодаря чему к 2014 году этот рыночный сектор достигнет 2,47 млрд. долл.

Сегодня многие компании стараются «связать» потребителя с брендом, сделать взаимодействие интерактивным. Все чаще можно встретить на полках магазинов упаковку, «начиненную» электроникой. Появляются разнообразные приложения для мобильных телефонов, которые способны считывать штрихкоды с упаковки того или иного продукта и выводить на экран телефона не только детальную информа-

механические, барьерные и антимикробные свойства, а также внедрение датчиков слежения и мониторинга за продуктами во время перевозки и хранения. Все больше компаний желают отслеживать путь своей продукции с момента производства и до полки в магазине и используют для этого RFID-метки. Кроме того, RFID является своеобразным «паспортом» продукта, доказательством его качества и «легального» происхождения.

В данный момент в секторе активных упаковок доминируют решения с поглощающим кислород слоем (oxygen scavengers), с влагопоглотителями и барьерные упаковки. На их долю приходится до 80% рынка активных упаковок. В секторе умной упаковки наибольший рост предсказывается RFID-чипам, в то время как самая большая доля рынка – за временными температурными датчиками.

Гибкая упаковка нового поколения

В ноябре 2010 года, на форуме по нанотехнологиям Rusnanotech корпорация «Роснано» обозначила в качестве ключевого направления развития финансирование производства нанопокрыв и тонких пленок (наноструктурированных материалов). Общий объем инвестиций «Роснано» совместно с частными партнерами на данном направлении сегодня составляет более 26 млрд. руб. Один из флагманских проектов, на который выделено около 3,5 млрд. руб. – создание производства новых композитных материалов-препрегов в Климовске (Московская область).

В апреле 2008 года Наблюдательным советом «Роснано» был одобрен проект татарстанской компании «Данафлекс» по производству уникальной для России гибкой упаковки с использованием нанотехнологий. В настоящее время в рамках совместного проекта «Данафлекс» и ГК «Роснано» ведется строительство завода на территории технополиса «Химград» в Казани, на котором будут установлены машины глубокой печати, экструзионное оборудование и машина для нанесения нанопокрыв. Научно-техническую поддержку осуществляют Казанский государ-

Нанотехнологии являются основой инноваций в пищевой технологии, а также тотального мониторинга качества и безопасности производства продуктов питания путем диагностики квантовых точек – наносенсоров, способных достоверно определять химические, биологические и другие включения.

цию о продукте, но и давать рецепты по его приготовлению. Кроме того, производители стали чаще выпускать продукцию в промо-упаковке, снабжать ее различными купонами и т. д. Все это направлено на привлечение внимания потребителя к конкретной марке в условиях высококонкурентного рынка. По прогнозам Innova Database, глобальный рынок «интерактива» вырастет с 4,8 млрд. долл. в 2011 году до 14,1 млрд. долл. к 2013 году.

Применения нанотехнологий в пищевой упаковке включают улучшенные

Применения нанотехнологий в упаковке включают улучшенные механические, барьерные и антимикробные свойства, а также внедрение датчиков слежения и мониторинга за продуктами во время перевозки и хранения.

ственный университет и Казанский государственный технологический университет.

На выставке «Росупак-2009» компания «Данафлекс» представила гибкую упаковку, изготовленную с использованием нанотехнологий. Продукция предприятия – высокобарьерная полимерная пленка и гибкие упаковочные материалы на ее основе – предназначены преимущественно для упаковки продуктов питания и кормов для животных. Высокобарьерная гибкая упаковка является заменой традиционной консервной банке, она позволяет при необходимости подвергать продукцию температурной обработке и разогревать, не распаковывая, в СВЧ-печка.

Важным ее преимуществом является существенное снижение использования консервантов в продуктах питания и увеличение сроков хранения.

По словам управляющего директора «Роснано» Диониса Гордина, высокобарьерная пленка с такими высокими качественными показателями сегод-

«В 2010 году стало появляться все больше упаковок, которые можно назвать "интерактивными"».

ня активно внедряется за рубежом, а в России ее производство пока отсутствует. Продукция совместного предприятия «Роснано» и «Данафлекс» заменит в этом сегменте импортную упаковку, ее планируется поставлять российским и зарубежным клиентам, преимущественно производителям упаковываемых продуктов. По мнению **генерального директора «Данафлекс» Айрата Баширова**, реализация совместного проекта станет новым этапом разви-

тия рынка гибкой упаковки в России. Ожидается, что объем продаж наноупаковки в 2016 году составит 20 тыс. тонн.

Совместно с развитием новых направлений в 2009 году велась активная работа по внедрению инноваций

в традиционном для компании направлении – флексографической печати. Разработан и выведен на рынок материал для упаковки чувствительных к кислороду продуктов, а также продуктов в газовой среде и вакууме – DanplexHB/MB. Кроме того, представлен материал для горячей (70-90°C)

фасовки и длительного хранения легкотекучих, вязких или пастообразных веществ, в том числе упаковок соков и напитков в виде устойчивых пакетов (Doy-Pack) – DanplexIII – S.

Разработки в области технологии многослойной соэкструзии в последние годы получили активное развитие, поскольку она позволяет экономично производить в один технологический этап многослойные пленки, состоящие из разных по химической природе и свойствам полимерных материалов. Увеличение барьерных свойств в данном случае можно достичь за счет использования в структуре пленок новых инновационных материалов – нанокompозитов.

Среди основных преимуществ пленок с нанокompозитами перед традиционной упаковкой – упрощенный состав материала, меньшая стоимость по сравнению с аналогами, экологичность и возможность вторичной переработки, сокращение технологического цикла производства в 7 раз (с 14 до 2 дней), увеличение сроков хранения продуктов питания, широкая область применения, включающая упаковку готовых блюд, полуфабрикатов, мясных изделий, соусов, молочных продуктов и т. д.

Эра долгохрана

Испанская компания NanoBioMatters в 2010 году разработала новую добавку для полимеров O2Block, которая продлевает срок годности пищевых продуктов. Как сообщает AP-Food Technology, новинка может использоваться при производстве упаковки из полиэтилена высокой и низкой плотности, полипропилена, полиэтилентерефталата и полимолочной кислоты. Такая упаковка подойдет для готового мяса, снеков, соусов. Новинку можно использовать в качестве более дешевой альтернативы системам, обрабатывающим упаковку в тех же целях ультрафиолетом. Кроме того, при ее использовании нет необходимости в перенастройке существующего оборудования.

Исследование, проведенное недавно американскими учеными, доказало, что наночастицу, которая способна удерживать и высвобождать антимикробного агента, можно распылять непосредственно на продукт питания или упаковку. Такой агент позволяет увеличить срок годности продукта, который может быть подвержен риску возникновения моноцитогенов листерии, сообщает портал Upakovano.ru со ссылкой на Foodproductiondaily.com.

Группа ученых разработала технологию, которая позволяет наночастице притягивать и удерживать низин, консервирующий агент, обладающий сильными антибактериальными свойствами. Юн Яо, доцент Purdue University, занимающийся продуктами питания, изменил поверхность фитоглицена (углеводорода, встречающегося в сахарной кукурузе), что привело к созданию нескольких форм наночастицы.

Наночастица может защищать пищевой пептид низин до трех недель. Она будет бороться с листерией – опасной бактерией, встречающейся в мясе, молочных продуктах и овощах.

«Низин уже несколько лет применяется для борьбы с болезнетворными микроорганизмами, но проблема состоит в том, что его запасы в пищевой цепи быстро истощаются, – отметил **соавтор отчета Арун Бунья**. – Эти наночастицы помогли обеспечить более длительное использование противомикробных свойств низина».

Он также добавил, что полученный химический раствор, в состав которого входит необходимое сбалансированное количество наночастиц и свободных молекул, можно распылять на продоволь-

ственные продукты, а также включать в состав упаковочного материала. Основываясь на результатах работы, проведенной в лаборатории, он высчитал, что достаточное количество низина, необходимое для борьбы с листерией может храниться на протяжении 21 дня.

«Зеленая» пленка без ПВХ

Американская компания Newwave Packaging, «дочка» Safetek International, в прошлом году сообщила о выпуске первой партии инновационной пищевой пленки ewrap. Как пишет Marketwatch, она не токсична и не содержит поливинилхлорида (ПВХ) – пленка отвечает всем требованиям, предъявляемым различными надзорными органами к упаковке, имеющей прямой контакт с продуктами питания.

Появление на рынке экологичной пленки ewrap обусловлено запретом на использование поливинилхлорида в качестве сырья для пищевой упаковки, который принят крупнейшими ритейлерами мира. Как правило, те или иные продукты хранятся в наших холодильниках дольше, чем рекомендует сам производитель. Если долго хранить продук-

По словам вице-президента по развитию бизнеса Newwave Packaging Стефана Гундмундссона, в начале 2010 года ewrap тестировали многие крупные американские дистрибуторы бумажной и пластиковой упаковки, которые остались довольны ее качеством. Теперь крупнейшие продуктовые магазины и производители упаковки Америки проявляют большой интерес к продукту и готовы использовать инновационную пленку в своей работе. Помимо североамериканских компаний, Newwave Packaging получает заказы на ewrap из стран Центральной и Южной Америки, а также Канады. Предприятия, которые используют пищевую пленку на основе поливинилхлорида, уже сегодня готовы перейти на «зеленую» пленку без ПВХ.

Мясная нарезка в картоне

Компания НК Ruokatalo, крупнейший в Финляндии производитель пищевых продуктов, осенью прошлого года представила обновленную серию мясной нарезки. Как сообщает Greener Packaging, перезапуск продуктового ассортимента потребовал смены упаковки, и теперь нарезка выпускается в картонных лотках,



Появление на рынке экологичной пленки ewrap обусловлено запретом на использование поливинилхлорида в качестве сырья для пищевой упаковки, который принят крупнейшими ритейлерами мира

ты в пленке из поливинилхлорида дома, токсичные вещества попадут в пищу и есть ее будет небезопасно. Ewrap позволит избежать этих проблем. Главным преимуществом пленки является то, что она нетоксична, а значит, и продукты в ней можно хранить дольше, не опасаясь за здоровье. От использования инновационной пленки выигрывают все – и продавцы (их продукция гарантированно избежит воздействия токсинов), и покупатели (никакие вредные вещества им не страшны).

изготовленных из переработанного сырья. Новый лоток Primeforma производится на мощностях Stora Enso, он специально предназначен для производства термоформованной пищевой упаковки. Немаловажно, что картонный лоток можно использовать на тех же производственных линиях, на которых традиционно применяются пластиковые лотки, то есть перенастройка существующего оборудования под новую упаковку не требуется.

По словам специалиста отдела упаковки НК Ruokatalo Аско Коскела, компания

Известный химик Антуан Лавуазье говорил: «Ничто не теряется, ничто не создается, все трансформируется». Мне кажется, это хороший девиз для инновационной упаковки.

постоянно стремится сделать свой производственный процесс максимально экологичным и для этого выбирает наиболее безопасные для человека и природы упаковочные материалы. Осенью 2009 года НК Ruokatalo объявила о намерении сократить использование пластика в упаковке своей продукции на 115 тонн в год. Упаковка от Stora Enso привлекла финского мясопереработчика тем, что изготавливается из возобновляемых источников и может после использования перерабатываться.

В Stora Enso считают выход картонных лотков на рынок холодной мясной нарезки настоящим прорывом – ранее в данном сегменте использовались только пластиковые аналоги. Обе компании провели огромное количество исследований, досконально изучив сам материал, возможный срок годности продукта в такой лотке и безопасность материала для пищевых продуктов. Перед использованием картона для производства упаковки необходимо получить соответствующую документацию. Такой лоток соприкасается с пищевым продуктом, а значит, должен отвечать ряду требований, предъявляемым разными ведомствами к пищевой упаковке и санитарно-гигиеническим нормам на производстве.

Один из инженеров Stora Enso Томми Каури отметил, что картонный лоток предназначен для упаковки продуктов в газомодифицированную среду. Он не пропускает кислород и долго сохраняет продукт свежим. Кроме того, лоток легко открывается, что является редкостью для MAP-упаковки.

Любопытно, что похожая упаковка была представлена в июне прошлого года в Великобритании одним из крупнейших ритейлеров – Marks&Spencer, который разработала новинку также в сотрудничестве с одной из упаковочных компаний. В случае с британским аналогом термоформованная упаковка с полимерным покрытием не пригодна для вторичной переработки.

Технология магазина будущего

Одной из самых перспективных сфер применения нанотехнологий станет розничная торговля. Более того, глава «Роснано» Анатолий Чубайс привел рынок розничной торговли в качестве примера успешного продвижения наноразработок «в массы». «Я убежден, что одной из наиболее перспективных сфер практического применения нанотехнологий в ближайшем будущем станет торговля,

которая, казалось бы, пока не воспринимается в качестве хайтековской», – сказал он. – Именно в этой сфере, по мнению многих специалистов, RFID-технологии (технологии радиочастотной идентификации) произведут масштабный переворот. RFID-карточки – это, по сути, технология, позволяющая «знать, не видя и не приближаясь», то есть управлять современными магазинами в режиме онлайн, когда вы в деталях видите движение всех товаров со складов на полки магазинов, с полок – на тележки покупателей и, наконец, при выходе покупателей из магазина. Причем кассиры и кассы станут уже ненужными: эти карточки позволят автоматически списывать со счетов покупателей стоимость приобретенных ими товаров».

Технология магазина будущего (Future Store) уже достаточно подробно проработана «Роснано» совместно с ведущими специалистами в этой сфере: владельцем крупнейших розничных сетей в России X5 Retail Group и компанией «Ситроникс», технологическим партнером корпорации по электронной «начинке», с которой «Роснано» запускает первое полупроводниковое производство российских наночипов на 90 нм.

«Мы подписали соглашение, по которому обязались создать Future Store до

декабря 2012 года, - отметил Анатолий Чубайс. - Обкатанная там технология позволит снизить цену RFID-метки примерно втрое, и полученный опыт приведет к дальнейшему прорыву по всей стране. Технология такого масштаба – это, по сути, полная замена обыкновенных штрихкодов, то есть новое производство миллиардов чипов. По нашим оценкам, только производство этих чипов в рамках финансирования проектных компаний «Роснано» выйдет на уровень 1,3 миллиарда долл. Кроме того, потребуется сопутствующий рынок оборудования, что даст в совокупности около 7,5 миллиарда долл.».

Инновации как движущая сила

Внедрение инноваций в упаковочной отрасли вовсе не замедляется, а напротив, лишь увеличивается, полагает ряд экспертов, в числе которых президент международного консалтингового дизайна-агентства Dragon Rouge USA Эрик Зейтон. По его словам, компаниям, которым предстоит в 2011 году внедрять на рынок новинки, следует помнить о трех важных моментах:

1. отличительные черты продукции являются самыми мощными сигналами коммуникации с потребителем;
2. инновационные материалы и производственные процессы повышают авторитет торговых марок и способны помочь связать воедино историю бренда;
3. инновационная графика наиболее сильно воспринимается в сочетании с инновационной конструкцией упаковки. Тем не менее, дизайна и графики самих по себе недостаточно, чтобы рассказать всю историю бренда.

«Двигателем» упаковочного рынка во всем мире считается переход на экологичное производство и выпуск «зеленой» упаковки. Тенденция перехода на «зеленое» производство в ближайшие годы сохранится. Компании продолжают сокращать энергопотребление, перерабатывать использованную упаковку, снижать использование в производственном процессе воды, уменьшают количество упаковочных материалов. По данным опубликованного на сайте Packaging Digest ежегодного доклада, две трети упаковочных компаний стремятся снизить нагрузку на окружающую среду, а 61% опрошенных предприятий отметили, что их клиенты поняли важность экологичного производства и спрос на такую продукцию

с их стороны постоянно растет. Как полагают аналитики из Pike Research, доходы от производства «зеленой» упаковки к 2014 году удвоятся.

По мнению экспертов, в 2011 году сохранится тенденция перехода на перерабатываемые материалы и биопластики, разработка которых началась не так давно, продолжится сокращение используемых упаковочных материалов и избавление от избыточной упаковки.

Упаковка стала информативнее – на ней появилась более полная информация о пищевой ценности продукта. На современной упаковке можно встретить рецепты по приготовлению популярных блюд из мяса, а информация может быть представлена на нескольких языках. Все больше компаний стали указывать регион или страну производства продукта. Поскольку современные потребители хотят знать все о продук-

те, за который платят деньги, в ближайшие годы тенденция по размещению на этикетках большего количества информации сохранится, производство такой упаковки продолжит расти.

Ритейлеры стали активнее следить за «настроением» потребителя и выдавать на рынок именно то, что ему нужно. Отмечается рост предложения упакованного мяса и мясных продуктов, выпускаемых под частными торговыми марками.

Поскольку оформление упаковки – это главное средство коммуникации продукта с потребителем, его «лицо», то производители не долж-

ны недооценивать важность дизайна в продвижении своих товаров. По прогнозам Packaging Magazine, широкое распространение в этом году получит изготовление упаковки «на заказ»: компании будут чаще заказывать упаковку эксклюзивного дизайна и формы, способную выделить их продукцию на полках магазинов.

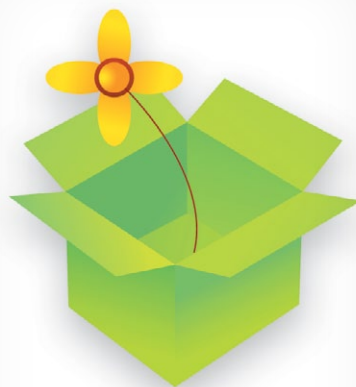
Все более востребованным в будущем будет использование цифровой печати при производстве упаковки – она делает производственный процесс более гибким, позволяет изготавливать в короткие сроки небольшие партии продукции. Благодаря своей универсальности цифровая печать в 2011 году приобретет еще больше «поклонников» среди упаковочных компаний.

В век повсеместной автоматизации упаковочные предприятия устанавливают на своих производствах все больше роботов. Автоматизированная техника позволяет сокращать производственные издержки и повышает качество продукции на выходе.

Но самое главное – в 2010 году инновации продолжали выступать в качестве основной движущей силы роста бизнеса. Даже в не совсем благоприятной экономической обстановке компании стали тратить на них больше средств.

Кстати, в прошлом году проявилась тенденция, согласно которой свои позиции на рынке укрепляют не только компании, продемонстрировавшие инновации, но и те, кто только заявили о намерениях использовать какие-либо современные материалы или технологии! **МС**

«Свои позиции на рынке укрепляют не только компании, продемонстрировавшие инновации, но и те, кто только заявили о намерениях использовать какие-либо современные материалы или технологии!»



«Двигателем» упаковочного рынка во всем мире считается переход на экологичное производство и выпуск «зеленой» упаковки.



ВОПРОСЫ:

1. Что нужно сегодня производителям мясopодуKтоB от упаковки и какие инновационные решения предлагает рынок? Какие характеристики и качественные показатели отличают инновационную упаковку от традиционной? И что подразумевает под собой понятие «нано-упаковка»?
2. Расскажите о последних разработках компании. Какие направления станут ключевыми для Вас в 2011 году?
3. Каким образом с помощью современной упаковки достигается экономия сырья при производстве мясных изделий? Насколько можно уменьшить расходы предприятия?
4. Каких затрат требует от мясopереработчиков внедрение инновационных упаковочных решений? Насколько востребована упаковка нового поколения участниками мясного рынка? В каких случаях ее применение является экономически целесообразным?



Алексей Галускин,
менеджер отдела экспортных
продаж компании Nomax Trading

1. У каждого производителя мясopодуKтоB ожидания от упаковки различны. Но если подойти к вопросу глобально, можно заметить, что некоторые из них очень схожи, а иногда даже полностью совпадают. Современные решения должны, прежде всего, сохранять все достоинства продукта. Кроме того, упаковка должна выделять товар на прилавке, подчеркивать его конкурентные преимущества.

С каждым годом на рынке появляются все новые инновационные решения, дающие преимущество (и конечно, прибыль) тому, кто умело их использует. Инновационная упаковка в отличие от традиционной совмещает в себе возможности нескольких привычных упаковочных решений. Это позволяет сэкономить время и сократить затраты производства. Только подумайте, какие возможности открывает перед производителями упаковка, которая определяет вкус продукта, награждает запахом, наделяет цветом и при этом удобна, эргономична, обладает высокими потребительскими свойствами!

«Нано-упаковка» – это огромный шаг мясной отрасли вперед, в сторону использования новейших разработок в производственном процессе. Можно сказать, что нано-упаковка – упаковка «думающая»: она способна реагировать на температуру, свет и уровень влажности внешней среды, отображать изменения внутри продукта и поддерживать микробиологические показатели, сохранять цвет и вкусовые качества.

Такая упаковка продлевает срок годности мясных изделий, что позволяет значительно расширить географию продаж и поставлять высококачественные продукты в разные уголки России. Единственное, что может вначале отпугивать от «нано-упаковки» – это ее цена и невысокий уровень понимания самой нано-технологии.

2. Компания Nomax Trading – ведущий производитель сеток Nomanet и текстильных оболочек Spatex и Viscoflex. В этом году мы планируем значительно расширить предложение по оболочкам со специями Spatex. Введение новых смесей приправ позволит значительно увеличить объемы продаж. Такие смеси, как базилик с помидором или лимонный перец, являются самыми долгожданнами позициями нашего нового ассортимента.

В планах на 2011 г. – выпуск полу-эластичной сетки, предназначенной для созревающих колбас типа салями. Она будет уменьшать свой диаметр вместе с высыхающей колбасой. Тогда как обычные неэластичные сетки некрасиво обвисают на колбасах, которые отдали влагу, сетка полу-эластичная будет крепко прилегать к продукту независимо от того, как давно колбаса была произведена. Кроме того, компания значительно расширит рынки сбыта. Кроме рынка СНГ, Nomax Trading намерены активно продвигать свою продукцию в Латинской Америке. Специалисты компании рассчитывают посетить выставку в Бразилии, а также провести исследование рынков Южной Америки с помощью локальных аналитических фирм.

3. Главный вопрос, который должен задать себе каждый мясopереработчик в наступившем году, – это вопрос «как заработать?», а не «как сэкономить?». Понятно, что оба вопроса взаимосвязаны, но в качестве приоритетной цели необходимо выбрать увеличение прибыли и рост объемов продаж, а не сокращение расходов компании, которое зачастую осуществляется любыми путями. Так, тенденцией последнего времени стала экономия сырья, которая приводит к ухудшению качества мясopодуKтоB. Между тем, экономии следует достигать не за счет сырья, которое всегда должно быть первосортным и безопасным для здоровья потребителей, а за счет оптимизации бизнес-процессов компании.

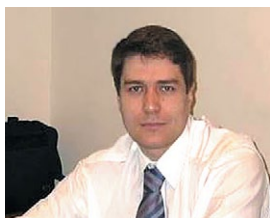
Упаковка также не оказывает значительного влияния на понижение затрат (и по идее – не должна). Ее использование помогает дольше сохранить качество продукта, прида-



ет ему индивидуальный и привлекательный вид. Все знают, что большинство «покупает глазами». Но для того чтобы покупатель еще не раз выбрал ваш продукт – необходимо не экономить на компонентах.

4. Говорят, «тот, кто стоит на месте, идет назад». Новые решения в упаковке появляются каждый год, следить за новинками и тенденциями на рынке надо постоянно. Компании, которые не подстраивают производство под современные реалии, внося изменения постепенно, а потом, опомнившись, в экстренном порядке проводят комплексное обновление и модернизацию оборудования – допускают грубейшую ошибку и теряют значительные суммы денег.

Можно с уверенностью сказать, что изменения, которые несут с собой новые виды упаковки, неизбежны, и без них мы теряем намного больше, чем кажется на первый взгляд. Но все-таки, применение «нано-упаковки» для нашей части света – песня будущего. Для того чтобы превратить ее в настоящее, важно внимательно наблюдать за тенденциями развития рынка в Европе и США, которые помогут понять, в какой момент целесообразнее перейти на упаковку нового поколения, и инвестируя разумные деньги, получить максимум прибыли от проекта внедрения инновационных упаковочных решений.



Анатолий Борисов,
ведущий специалист по
оборудованию для нарезки
и упаковки компании SCHALLER
LEBENSMITTELTECHNIK.

1. Сегодня, как и прежде, основными требованиями остаются привлекательный внешний вид продукта, длительные сроки хранения, удобство использования упаковки и возможность нестандартной презентации в ритейле. Над этими аспектами и работают сегодня производители упаковочного оборудования, стараясь привнести что-то новое, при этом не сильно увеличив стоимость полученной упаковки.

Стоит отметить, что рынок упаковки для мясoproductов не является высокоинновативным. Большинство решений хорошо известны в Европе и в настоящий момент постепенно внедряются в России.

2. Из интересных решений хотелось бы отметить технологию Mirabella от компании Sgrovac, а также несколь-

ко разработок нашего эксклюзивного партнера Sealpac, которые мы представили в течение года. Это технология TenderPac для вертикальной презентации свежего мяса на прилавках магазинов самообслуживания, решения для легкого открывания упаковки EasyPellPoint, технология, позволяющая совместить SKIN и MAP в одной упаковке, и решение ShrinkStyle для свежего мяса или целых куриных тушек. Все эти разработки представляют большой интерес для отечественных мясопереработчиков, о чем они уже заявили на прошедших выставках.

Рынок упаковки для мясoproductов не является высокоинновативным. Большинство решений хорошо известны в Европе и постепенно внедряются в России.

3. Современная упаковка позволяет существенно продлить сроки хранения продукта, а это значит, что у производителя будет меньше возвратов со стороны ритейла из-за просроченных сроков и увеличится расстояние перевозки продуктов, за счет чего расширятся регионы присутствия. Кроме того, на рынке уже есть такие новые разработки как, например, термочувствительная этикетка, которая реагирует на изменение температуры. Если температура выше нормы, она изменяет цвет, таким образом, происходит контроль с момента упаковки продукта до попадания на стол потребителя. Такое решение также позволяет уменьшить процент возврата продукции.

4. Все игроки рынка участвуют в разных системах продажи: кто-то работает с крупными сетями, кто-то реализует свою продукцию через небольшие супермаркеты, а есть те, кто упаковывает продукт с одной лишь целью – донести его до рынка сбыта. Поэтому в каждом конкретном случае необходимо находить подходящее решение, которое будет оптимальным для данного производителя.

Но новые решения и разработки обычно воспринимаются с интересом, и если они оправдывают средства, необходимые для их реализации, то производители идут на внедрение новинок. Это легко объяснить тем, что все хотят выделяться среди конкурентов, и как можно лучше, быстрее, интереснее доносить до потребителя уникальные свойства своих продуктов. **МС**



БЛИЖАЙШЕЕ ГЛАВНОЕ СОБЫТИЕ

продовольственного рынка России - **выставка ПРОДЭКСПО**

Москва, Экспоцентр

7-9 февраля 2011



ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА КВК ИМПЕРИЯ

- VI Всероссийский Торговый Форум
«ПОСТАВЩИК-2011. СТРАТЕГИИ РАБОТЫ С РОЗНИЧНЫМИ СЕТЯМИ»
- МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР ЗАКУПОК СЕТЕЙ™
Переговоры о поставках с 250 закупщиками розничных сетей
- V Всероссийский Продовольственный Форум «БРЕНД СТАНОВИТСЯ ХИТОМ»
- IV Всероссийский Гурмэ Банкет Директоров
- Открытые конкурсы «ВЫБОР СЕТЕЙ» и «ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОДУКТ»

КРУПНЕЙШИЙ
В ЕВРОПЕ



На фото: Центр Закупок Сетей™ на выставке «Продэкспо-2010» 250 закупщиков ведущих сетей России, Украины и Казахстана

3 простых способа
участвовать в деловой программе



Тел/факс:
Е-mail:
Вебсайт:

(495) 730 79 06
imperia@imperiaforum.ru
www.imperiaforum.ru



16 МЕЖДУНАРОДНАЯ
специализированная выставка

14–18 июня

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

Главная упаковочная выставка России и
Восточной Европы

Контакты дирекции:

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

www.rosupak.ru

Организатор:
ЗАО «Международная
Выставочная
Компания»

MVK®
Международные
выставки

Под патронатом:
Правительства Москвы
Торгово-промышленной
палаты РФ



При поддержке:
Московской торгово -
промышленной палаты



Генеральные
информационные спонсоры:

TARA
I UPACKOVKA



Минсельхоз: итоги и планы

Министр сельского хозяйства РФ Елена Скрынник рассказала об итогах работы агропромышленного комплекса в минувшем году и планах на 2011 год.

Министр отметила, что основным фактором, определившим динамику развития сельского хозяйства в 2010 г., стала аномальная засуха, в результате которой пострадали 25 тыс. хозяйств в 43 регионах страны. Ущерб российского с/х от засухи минувшего лета составил более 40 млрд. руб.

Несмотря на аномальные погодные условия и благодаря мерам государственной поддержки за 10 месяцев производство скота и птицы в живой массе увеличилось на 6,7% и составило 7 млн. 800 тыс. тонн. Производство мяса птицы выросло на 14%, свинины – на 8%.

Для поддержки пострадавших от засухи хозяйств было выделено 35 млрд. руб. бюджетных кредитов и прямых дотаций на покрытие ущерба, субсидируются пролонгированные на срок до 3-х лет инвестиционные и краткосрочные кредиты, установлен льготный железнодорожный тариф на перевозку зерна в пострадавшие регионы с Юга страны и из Сибири.



Министр напомнила, что в 2011 г. на финансирование мероприятий Госпрограммы предусмотрено 118 млрд. руб. Также планируется дополнительно выделить 7 млрд. руб. Таким образом, общий объем господдержки составит 125 млрд. руб.

В 2011 г. большое внимание будет уделено поддержке малых форм хозяйствования. В настоящее время на долю фермеров и личных подсобных хозяйств приходится до половины всей сельскохозяйственной продукции, в частности, более 20% зерна, 48% мяса и 56% молока. Темпы роста производства в фермерском секторе за последние 10 лет в 4,3 раза выше, чем в целом по отрасли.

Продолжается реализация проекта по созданию семейных молочных ферм. Стартовавший недавно проект «Российский фермер», координатором которого является Елена Скрынник, позволит объединить все направления государственной поддержки малых форм хозяйствования на селе в одной программе. В рамках проекта планируется решать вопросы обеспечения фермеров ГСМ, удобрениями, вопросы кредитно-финансового обеспечения, содействовать сни-

жению налогового бремени, оптимизации расходов, повышению эффективности производства.

Пресс-служба Минсельхоза РФ

Инвестиции в АПК Ленобласти

Объем инвестиций в агропромышленный комплекс Ленинградской области в 2010 г. составил около 8 млрд. руб.



«Сохранение инвестиционной привлекательности отрасли является важнейшим фактором экономического роста. Только технологии нового поколения обеспечивают рост производства, высокую производительность труда, позволяют выдержать непростую конкуренцию на рынке», – говорится в материалах правительства региона.

Общий объем инвестиций в сельское хозяйство Ленинградской области за последние четыре года составляет 31 млрд. руб. Благодаря участию в национальном проекте «Развитие АПК» и государственной программе развития сельского хозяйства начиная с 2006 г. и по состоянию на 1 ноября 2010 г. введены в эксплуатацию объекты на общую сумму 7,5 млрд. руб.

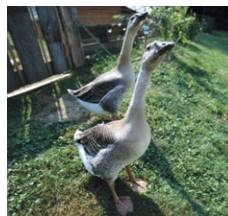
На 2011 г. хозяйства региона запланировали к реализации 40 инвестиционных проектов по строительству и модернизации на сумму 12 млрд. руб.

agronews.ru

В Ленобласти появятся семейные фермы

Управляющая компания «Северная ферма» в конце декабря приступила к рассмотрению заявок на участие в проекте создания в Ленинградской области семейных ферм, сообщили в Департаменте информационной политики правительства Ленинградской области.

За время работы управляющей компании принято 25 заявок на участие в проекте, восемь из которых уже получили экспертную оценку и направлены на рассмотрение межведомственной комиссии. **Руководитель УК Дмитрий Бутусов** отметил, что в этом списке значатся как проекты, находящиеся на начальной степени реализации, так и проекты с высокой степенью готовности животноводческих объектов.



Кроме того, «Северной фермой» оформлен участок площадью 200 га в районе поселка Кисельня Волховского района, где планируется разместить объекты кооперативной инфраструктуры – убойный цех, цех переработки и опытную ферму. Весной 2011 г. компания рассчитывает завершить этап проектирования и приступить к строительству.

Как подчеркивают власти Ленобласти, проект развития семейных ферм, помимо социального, имеет важное экономическое значение – освоение регионального и российского рынка нетрадиционных видов мяса птицы.

БалтИнфо.ru

Искоренение АЧС займет 10 лет

Для искоренения африканской чумы свиней (АЧС) необходимо провести целый комплекс мер, но даже в этом случае на избавление от болезни потребуются 8-10 лет, сообщил **заместитель руководителя Россельхознадзора и главный ветеринарный врач РФ Николай Власов**.

«Сейчас мы стараемся удерживать АЧС в пределах Южного федерального округа и не пустить в центральные регионы России», – сказал Власов. – Для того чтобы искоренить АЧС, надо провести депопуляцию дикого кабана, закрыть Россию от ЮФО защитным поясом, установить полный контроль передвижения поднадзорных грузов, а также сосредоточить в ЮФО основные силы федеральной ветеринарной службы, силы МВД». По его словам, весной средний приплод дикого кабана при низкой плотности популяции составляет 8 голов на свиноматку. Если ситуация по АЧС не изменится, то весной можно будет ловить африканскую чуму свиней в Центральном федеральном округе.

Количество неблагополучных пунктов в стране перевалило за 70. Сейчас наблюдается небольшая



стабилизация обстановки, но она связана с сезонным фактором. Весной, когда начнется миграция кабанов, опять ожидается всплеск.

Защитный движущийся пояс, по словам Власова, должен располагаться от Саратовской и Волгоградской области и идти на юг России. В этом поясе необходимо чистить все емкости по хранению мяса по всей сети снабжения.

Важной задачей для Россельхознадзора является создание системы утилизации биологических отходов, которая была полностью разрушена после перестройки. Из предприятий по утилизации биологических отходов, которые работали в ЮФО в советское время, функционируют лишь два завода, тогда как ранее в каждом субъекте было по 3-4 предприятия. «Хаотическое выбрасывание трупов животных и других биологических отходов приводит к усиленному распространению заразных болезней, в том числе АЧС», – отметил Власов.

РИА Новости

Инспекция Евро-комиссии в России

Миссия Бюро по продовольствию и ветеринарии Генерального директора Европейской комиссии по здравоохранению и защите потребителей (FVO) продолжалась с 29 ноября по 10 декабря 2010 г.

Ее целью была оценка действующих в России систем контроля, а также процедур сертификации, в хозяйствах по выращиванию оленей для производства мяса, предназначенного на экспорт в Евросоюз. Представители FVO ознакомились с работой предприятия, производящего оленину для стран Евросоюза, и системой лабораторного контроля в Ямало-Ненецком АО, а также посетили одну из бригад оленеводов.



В Санкт-Петербурге была проведена процедура сертификации оленины, направляемой в страны Евросоюза. По инициативе Россельхознадзора миссией дополнительно обследовано одно предприятие по убою свиней в Белгородской области и двух рефрижераторных складов, расположенных в Петербурге и в Московской области. Помимо этого, в Белгородской области было проведено ознакомление с работой ветеринарной лаборатории.

FVO представила в Россельхознадзор проект отчета по результатам данной миссии. Окончательный отчет будет получен после обсуж-

дения между представителями FVO и компетентных органов России.

Россельхознадзор

Рынок мясных изделий в РФ

В декабре 2010 г. маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка мясных изделий в России.



В 2009 г. объем производства субпродуктов первой категории обработанных составил 41,3 тыс. тонн, в общем объеме производства на их долю приходится 1,3% (включая мясо и субпродукты птицы). В сравнении с 2008 г. этот показатель вырос на 14,1%, хотя в предыдущие годы сокращался.

В январе-сентябре 2010 г. было произведено 51,7 тыс. тонн субпродуктов убойных животных. Объем производства субпродуктов домашней птицы составил 182,1 тыс. тонн, из которых 52% – субпродукты подмороженные и замороженные и 48% – свежие или охлажденные. Объем производства субпродуктов кур (включая цыплят и цыплят-бройлеров) составил 164,5 тыс. тонн, из которых 57% приходится на замороженные и 43% на свежие или охлажденные субпродукты.

В 2009 г. объем производства мясных изделий, в сравнении с 2008 г. упал на 0,7% и составил по итогам года 3,15 млн. тонн. Показатель января-сентября 2010 г. достиг 2,5 млн. тонн мясопродуктов. В сравнении с аналогичным периодом 2009 г. он вырос на 7,2%.

В 2009 г. в России было произведено 1876,8 тыс. тонн колбасных изделий. В сравнении с 2008 г. их производство сократилось на 6,5%, тогда как в предыдущие годы отмечался рост сегмента. В январе-сентябре 2010 г. объем производства колбас увеличился на 7,1%.

Около 67% производства занимают колбасные изделия, включая фаршированные, на копченые колбасы приходится 23,9%, изделия из термически обработанных ингредиентов составляют 4,2%, кровяные – менее 1%.

Розничные продажи колбас в России на протяжении последних десяти лет неуклонно растут, хотя темпы роста в последние годы начали снижаться. В первом полугодии 2010 г. объем продаж составил 298,8 млрд. руб. – +10,2% относительно аналогичного периода 2009 г. В этой категории можно

выделить четыре ценовых сегмента. Наиболее дорогая категория – сырокопченые колбасы (в январе-сентябре 2010 г. розничная стоимость составила 522,1 руб. за кг), второй по стоимости сегмент представлен различными мяскокопченостями (средняя потребительская цена – 338,3 руб. за кг). Среднеценовой сегмент состоит из полукопченых и вареных колбас высшего сорта. К наиболее дешевому относятся сосиски и сардельки и колбасы вареные I сорта.

Последние четыре года в России растет производство мясных полуфабрикатов, хотя в 2009 г. темпы роста значительно упали – с 20,7% в 2008 г. до 8,6%. В январе-сентябре 2010 г., как и на протяжении предыдущих пяти лет, производство увеличилось, хотя темпы роста продолжили снижаться – с 8,6% в 2009 г. до 4,7% в 2010 г. В итоге за три квартала прошлого года в России было произведено 964,2 тыс. тонн продукции. Средние потребительские цены на пельмени, манты и ravioli в январе-сентябре 2010 г. составили 129,9 руб. за кг: в сравнении с аналогичным периодом предыдущего года их стоимость выросла на 3,9%.

В последнее время в стране отмечается тенденция к насыщению спроса на мясные консервы, при этом темпы роста цен значительно снижаются. Производство мясных консервов в январе-сентябре 2010 г. снизилось с 502,8 млн. условных банок в 2009 г. до 456 млн.

advis.ru

ТС создаст реестр поставщиков мяса

Ветслужбы стран Таможенного союза планируют создать совместную систему регистрации зарубежных предприятий на право поставки продукции, поднадзорной госветнадзору, на общий союзный рынок.

Как сообщает Россельхознадзор, этот вопрос был обсужден на встрече руководителя российской службы Сергея Данкверта и главных ветеринарных инспекторов России Николая Власова, Беларуси Юрия Пивоварчика и Казахстана Сакташа Хасенова, которая состоялась в начале декабря прошлого года в Москве. Предполагается, что в основу реестра будут положены списки предприятий, одобренных до даты начала работы Таможенного союза (до 1 июля 2010 г.) на поставки продукции на территории России и Беларуси. Дополнительные компании будут включаться в реестр по результатам инспектирования специалистами национальных ветеринарных служб стран ТС по инициативе любой из них.

При этом любая из ветеринарных служб имеет право отказаться от участия в той или иной проверке, делегировав свое право другим участникам. Помимо этого, реестр может расширяться за счет включе-

ния в него предприятий под гарантии ветслужбы страны-поставщика после согласования со службами стран ТС.



Наиболее целесообразным признан принцип расширения реестра за счет тех зарубежных предприятий, в развитии связей с которыми заинтересованы деловые круги стран союза.

На встрече принято решение согласовать план совместных инспекций на 2011 г. и до окончательного формирования сайта комиссии ТС разместить его на сайте Россельхознадзора. В плане будет указана как сторона, инициирующая проверку, так и участвующие в ней национальные ветеринарные службы.

Помимо этого, был обсужден вопрос о разработке нового сертификата на композитную продукцию, имеющую в своем составе поднадзорные государственным ветеринарному надзору ингредиенты. Главы ветеринарных служб стран ТС согласились с тем, что такие ингредиенты должны вырабатываться на предприятиях, внесенных в официальный реестр поставщиков. Такой же принцип предусмотрен законодательством Европейского Союза.

Интерфакс-Запад



Торговля проштрафилась

Госдума утвердила административную ответственность за нарушение закона «О торговле». Спустя год с момента вступления в силу закона «О торговле» законодателям удалось определить размер санкций за его нарушение.

За месяц обсуждения поправок к Кодексу об административных нарушениях величина максимально возможных штрафов для сетей и поставщиков выросла в пять раз – с 1 млн. до 5 млн. руб. Пострадавшими в первую очередь окажутся небольшие региональные компании, а формулировки поправок и размер штрафов породят коррупционные схемы, уверены участники рынка.

На момент вступления закона в силу – с 1 февраля 2010 г. (в полной версии – с 1 августа) – законо-

датели не установили санкций для нарушителей, и до сегодняшнего момента контролирующие органы, в частности Федеральная антимонопольная служба, могли нарушения лишь фиксировать. Теперь за создание дискриминационных условий для доступа на товарный рынок или выхода из него других компаний предлагается установить штраф для должностных лиц в размере 20-40 тыс. руб., для юр. лиц – 2-5 млн. руб.; за навязывание запрещенных условий контрагенту должностные лица могут быть оштрафованы на 30-50 тыс. руб., юр. лица – на сумму 2,5-5 млн. руб.; за непредоставление контрагенту информации об условиях отбора партнеров для заключения договора поставки, а также о качестве и безопасности поставляемых продовольственных товаров должностные лица могут быть оштрафованы на 20-40 тыс. руб., юр. лица – на 0,3-0,5 млн. руб. За включение в цену договора поставки товаров вознаграждения, превышающего 10% стоимости товара, предусмотрен штраф в размере 20-40 тыс. руб., для юр. лиц – 1-5 млн. руб.

Единственное, чего удалось добиться ритейлу, – отказа от изначально предполагавшейся разработчиками законопроекта односторонней ответственности сетей за нарушение договоров – она распространяется и на поставщиков.

upakovano.ru

Дорогие и некачественные

Цены на мясную продукцию в ближайшие несколько лет будут увеличиваться на 10-12% ежегодно.

Такое мнение высказал декан факультета пищевых технологий Санкт-Петербургского государственного университета низкотемпературных и пищевых технологий Александр Ишевский в ходе круглого стола, проходящего в Санкт-Петербурге 20 декабря.

Специалист отметил также, что к качеству мясной продукции, представленной на российском рынке, сейчас много нареканий. «Большее



всего претензий к вареным и полукопченым колбасам, спринтер-продуктам (продуктам быстрого приготовления), – рассказал Ишевский. – Нужно вводить стандарты на сырье. Должны быть нормы, сколько в мясе должно содержаться белка, а сколько соединительной ткани. В европейских странах такие стандарты есть».

IA REGNUM

Госдума упорядочила оборот сельхозземель

Госдума приняла во втором и третьем, окончательном, чтении законопроект о совершенствовании процедур оборота земель сельскохозяйственного назначения, а также порядка оформления прав на них.

Документом корректируются нормы о принудительном изъятии и прекращении прав на земельные участки из земель сельхозназначения. В соответствии с документом возможно в судебном порядке принудительное изъятие участков при их нерациональном использовании, которое повлекло существенное снижение плодородия земель или значительное ухудшение экологической обстановки. Критерии снижения плодородия и ухудшения экологической обстановки установит Правительство РФ.

Законом сохраняется срок в три года нецелевого использования земель, при котором происходит изъятие. Однако уточняется, что участок может быть изъят, если он не используется для ведения сельхозпроизводства и иной, связанной с сельхозпроизводством, деятель-



ности. Признаки такого неиспользования устанавливаются Правительством РФ. При этом срок в три года не включает в себя срок освоения сельхозземель, который не может составлять более чем два года. Документом предусматривается продажа с публичных торгов изъятых участков в течение шести месяцев после вступления в силу решения суда. Если торги признаны несостоявшимися, такой участок может быть приобретен в государственную или муниципальную собственность по начальной цене этих торгов в течение двух месяцев со дня признания торгов несостоявшимися. Средства от продажи выплачиваются бывшему собственнику. Поправки также касаются предоставления в собственность и аренду государственных и муниципальных с\х участков, выделенных в счет земельных долей. Предусматривается возможность их предоставления сельхозорганизации или крестьянскому (фермерскому) хозяйству без проведения торгов. Цена такого участка устанавливается в размере не более 15% его кадастровой стоимости, а арендная плата – в размере 0,3% кадастровой стоимости.

Законом вводится возможность отказа от права собствен-

ности на земельную долю в праве общей собственности на участок. Урегулированы нормы о неостребованных земельных долях. Отдельной статьей вводится норма о проекте межевания участков, которые могут быть выделены в счет земельных долей.

Закон вступит в силу с 1 июля 2011 г.

agronews.ru

Алтайский край: два раза по 100

Алтайский край к 2015 г. планирует построить 100 молочных и 100 мясных ферм, сообщил **заместитель губернатора региона Александр Лукьянов**.

«Главным управлением сельского хозяйства разработан проект программы «Строительство 100 молочных и 100 мясных ферм в Алтайском крае» на период 2011-2014 гг. За счет данной программы предполагается вести наращивание объемов производства молока, мяса, а также увеличение потребления зерна, повышение занятости сельского населения, что имеет социальную значимость для края», – сказал А. Лукьянов.

О своем желании участвовать в проекте заявили 118 сельхозпроизводителей, в том числе 52 крестьянско-фермерских хозяйства и индивидуальных предпринимателей, а также 66 сельхозпредприятий.

«Всего по краю заявлено на строительство и реконструкцию 66 объектов на 15,8 тыс. скотомест по молочному и 53 объекта на 13 тыс. скотомест – по мясному животноводству. Кроме того, планируется строительство пяти свиноводческих комплексов и ферм (на 66,5 тыс. голов) и четыре объекта в овцеводстве (на 8,5 тыс. голов)», – продолжил заместитель губернатора.

Также о намерении участвовать в программе заявили 44 личных подсобных хозяйства (ЛПХ), которые готовы построить 35 молочных и 15 мясных ферм. Однако, по словам А. Лукьянова, для получения господдержки в рамках разработанного проекта ЛПХ придется перерегистрироваться в категорию индивидуальных предпринимателей.

В рамках краевой программы предусматривается компенсация процентной ставки по привлекаемым сельхозпроизводителями кредитам, компенсация части затрат

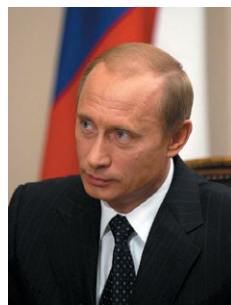


на приобретение племенного скота для новых и реконструированных комплексов и ферм.

Интерфакс – Россия

Путин утвердил концепцию развития села

Премьер-министр РФ Владимир Путин утвердил концепцию устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2020 г. Соответствующее распоряжение он подписал 30 ноября 2010 г.



Реализация документа будет осуществляться в два этапа. На первом (2011-2013 гг.) предполагается реализовать меры, направленные на совершенствование нормативно-правового, организационного, научного, кадрового и программного обеспечения сельских территорий. На втором этапе (2014-2020 гг.) предполагается рост ресурсного обеспечения развития сельских территорий на базе укрепления аграрного сектора, диверсификации и развития сельской экономики, повышения налогооблагаемой базы сельского развития и финансовых основ местного самоуправления, общего экономического роста и усиления государственной поддержки.

Это позволит к концу 2020 г. значительно повысить уровень занятости и доходов сельского населения, снизить распространение бедности, улучшить среду обитания и на этой основе замедлить процессы депопуляции и расширить количество регионов со стабильным и растущим сельским населением.

РосБизнесКонсалтинг

Утвержден объем квот на ввоз мяса

Комиссия Таможенного союза утвердила объем квот на ввоз мяса в Россию, Беларусь и Казахстан на 2011 г.

Согласно принятому решению, в рамках квоты в Россию можно будет ввезти 350 тыс. тонн мяса птицы, 30 тыс. тонн свежей или охлажденной говядины, 530 тыс. тонн замороженной говядины, 472,1 тыс. тонн свинины и 27,9 тыс. тонн свиного тримминга (обрезь).



Квота Казахстана на ввоз свежей и охлажденной говядины составляет 0,02 тыс. тонн, замороженной – 10 тыс. тонн, свинины и свиного тримминга – 7,4 тыс. тонн, мяса птицы и субпродуктов – 110 тыс. тонн.

Беларусь в 2011 г. в рамках квоты планирует ввезти 2,5 тыс. тонн свежей и охлажденной говядины, 2,5 тыс. тонн замороженной говядины, 60 тыс. тонн свинины и свиного тримминга, 15 тыс. тонн мяса и субпродуктов птицы.

Комиссия установила, что квотирование не распространяется на продукцию стран СНГ. Распределяться квоты будут в соответствии с законодательством стран-членов Таможенного союза.

Интерфакс-Запад

Прогноз мирового производства свинины

Аналитики европейского мясного рынка прогнозируют сокращение производства свинины в ЕС во второй половине текущего года и в течение всего 2012 г. В последнем квартале 2010 г. и в первой половине 2011 г. ожидается слабый рост производства свинины в ЕС.



Во втором квартале 2011 г. рост производства замедлился, а за второе полугодие сократится. Согласно прогнозам, объемы производства в 2011 г. могут вырасти в Германии и Польше, что отразится на ценообразовании. На производство могут повлиять законодательные изменения, условия содержания свиней в странах ЕС, а также цены на корма.

Производство свинины в ЕС будет увеличиваться в начале года, а затем сокращаться, однако это не повлияет на мировые показатели, которые должны вырасти в 2011 г. По мнению экспертов, следует ожидать увеличения веса животных, что и приведет к увеличению объемов рынка свинины.



ТОЛЬКО БЕЗ РУК!



Оборудование для производства котлет
малой и средней
производительности



Сухая панировка
и льезон в одной машине.
Низкое энергопотребление.
Разнообразие используемого сырья.



ППТК

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

www.pptk.ru

реклама

комплексные пищевые добавки



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



реклама

Китай может увеличить производство свинины в этом году на 2-3% до 50-51,5 млн. тонн. В ЕС за 2011 г. ожидается снижение на 1% – с 22,25 млн. тонн до 22 120 тыс. тонн. Рост мирового производства возможен за счет США, России и Бразилии, где показатель может вырасти на 2-3%.

Рост потребительского спроса в Китае в значительной степени будет удовлетворяться за счет увеличения собственного производства. Однако серьезные сложности возникнут из-за нехватки зерна для корма. Китай уже принимает шаги для открытия своих рынков для импортных поставок зерновых культур и мясной продукции. Аналитики полагают, что если Китай предпримет шаги по применению ГМО для сельскохозяйственных культур, то сможет увеличить производство кормов.

Бразилия рискует столкнуться со сложностями при сбыте продукции, так как многие мировые рынки закрыты для поставок местной свинины. В России рост производства прогнозируется на уровне роста спроса. Канада может сократить производство свинины во второй половине 2011 г., а также в 2012-2013 гг., но импорт при этом останется на прежнем уровне. В США прогнозируется увеличение объемов мясного рынка, отчасти за счет роста экспорта. На цену будут влиять колебания валютных курсов, падение курса доллара США и японской иены. Если в некоторых странах повторятся неудачи с урожаем, то цены на корма опять пойдут вверх, что также отразится на производстве свинины.

Фураж Он-Лайн

Запрет на «заморозку» отложен

Россия пока не будет вводить тотальный запрет на замороженное мясо птицы, сообщил глава Роспотребнадзора Геннадий Онищенко.



Ранее ведомство издало постановление. По нему с начала года вводился запрет на замороженное мясо птицы, кроме охлажденного, для производства всех видов пищевых продуктов. Исполнительный директор Национальной мясной ассоциации Сергей Юшин объяснил, почему тотальный запрет отменен: «Изучали вместе с европейскими и другими международными учеными целесообразность такого запрета. С точки зрения безопасности как сырья, так

и самих продуктов питания. Пришли к выводу, что замороженная продукция не является опасной. При соблюдении определенных температурных режимов, условий транспортировки, хранения. Охлажденное сырье может быть опасным, если нарушать те или иные требования».

По данным Роспотребнадзора, сейчас в России 60% оборота на рынке мяса составляет «охлажденка».

ИА ФИНАМ



ООН надеется на Бразилию, Украину и Россию

ООН рассчитывает, что основной прирост мирового сельхозпроизводства в предстоящие годы произойдет за счет Бразилии, Украины и России. Это поможет гарантировать поддержание мировой продовольственной безопасности на фоне низких темпов развития аграрного сектора во многих странах.

Как следует из доклада Генерального секретаря ООН «Сельскохозяйственное развитие и продовольственная безопасность», в Бразилии наблюдается самое динамичное в мире развитие сельскохозяйственного сектора, и к 2019 г. его рост составит 40% по сравнению с 2007–2009 гг. Россия и Украина займут вторые-третьи места в списке лидеров мирового сельхозпроизводства. В этих странах рост сельхозпродукции, при условии поддержки сектора правительствами, составит в 2019 г. соответственно 26% и 29%. За этот же период рост производства в США и Канаде прогнозируется в пределах 10-15%. А чистый объем сельскохозяйственной продукции в 27 государствах-членах Европейского союза к 2019 г. вырастет менее чем на 4%.

В докладе сообщается, что в Западной Европе наблюдается стагнация производства продовольствия. Свой аппетит странам региона придется все больше удовлетворять за счет импорта. А с точки зрения производства продовольствия на душу населения самые высокие темпы роста демонстрирует Восточная Европа.

В последние полвека благодаря внедрению интенсивных методов ведения хозяйства и совокупности эффектов, связанных с «зеленой революцией», наблюдался быстрый рост производства основных категорий продуктов питания. Так, если в 1961 г. валовой сбор зерна в мире составил 876,8 млн. тонн, то

в 2006 г. – 2 220 млн. тонн, то есть в 2,5 раза больше. Но из-за истощения фонда свободных земель и других ограничений в предстоящие десятилетия следует ожидать существенного замедления темпов роста глобального сельхозпроизводства. Поэтому в ООН особые перспективы связывают с небольшой группой стран, включая Россию, где сохранились возможности расширения сельхозугодий, а также роста продуктивности за счет переноса передовых технологий.

rosinvest.com

Беларусь увеличит поставки мяса в РФ

Минсельхоз РФ и Минсельхозпрод Беларуси согласовали прогнозные балансы спроса и предложения на молоко, мясную продукцию, мясо, мясосопродукты и сахар на 2011 г.



В соответствии с разработанными балансами из России в Беларусь будет поставлено 40 тыс. тонн молока против 60 тыс. тонн в 2010 г. Из Беларуси в Россию планируется поставить 3,6 млн. тонн молока, что на 28,6%; превышает показатель этого года (2,8 млн. тонн). В том числе, сухого обезжиренного – 65 тыс. тонн, сухого цельного – 20 тыс. тонн, концентрированного – 50 тыс. тонн, сухой молочной сыворотки – 8 тыс. тонн, сливочного масла – 70 тыс. тонн, сыров и творога – 125 тыс., прочей молочной продукции – 300 тыс. тонн.

Поставки мяса и мясосопродуктов из РФ в Беларусь могут составить 1,5 тыс. тонн по сравнению с 3 тыс. тонн в 2010 г. Из Беларуси в Россию планируется поставить 210 тыс. тонн, что на 44,8%, больше чем в 2010 г. (145 тыс. тонн). Говядины будет завезено 130 тыс. тонн, свинины – 20 тыс. тонн, мяса птицы – 15 тыс. тонн, прочих мясосопродуктов – 45 тыс. тонн.

Интерфакс – Россия



Канада: Правительство Канады решило увеличить производство мяса в стране, создав специальную программу по его модернизации. В ее рамках во многих частях страны будет создаваться новое производство, которое поможет соединить региональных потребителей и дистрибьюторов, повысит спрос на мясо у местных производителей. Первый центр бу-

дет создан в Онтарио – крупнейшем промышленном центре Канады. На развитие промышленности в Онтарио с 2003 г. было выделено \$112 млн. для реализации 306 проектов в рамках программы по развитию сельского хозяйства.



США: Минсельхоз США внес коррективы в процесс заключения бизнес контрактов между производителями домашней птицы и компаниями. Новые условия контрактов включают установленную тарифную плату на птицу, которая бы отвечала расходам производителя. Меры направлены на то, чтобы провести дорогостоящую модернизацию птицеводческих ферм, расходы которой лягут на плечи компаний, перерабатывающих мясо домашних птиц. Однако мнение производителей в этом вопросе разделилось. Одни говорят, что это внесет больше ответственности в деятельность компаний, которые постоянно торгуются за снижение цены и делают деятельность птицефабрик невыгодными. Другие, напротив, сетуют, что при наличии тарифа конкуренция между производителями домашней птицы сведется к нулю. Ряд фермеров недовольны тем, что участие МСХ заведомо сокращает конкуренцию, что приведет к высоким ценам на готовый продукт.



Аргентина: В прошлом году правительство Аргентины выделяло субсидии для увеличения производства и поставок мяса на внутреннем рынке, однако они повысили производство мяса всего на 50% от желаемого результата.

В течение последнего года цены на КРС увеличились на 90%. Это является результатом того, что в 2008-2009 гг. численность аргентинского стада сократилась в несколько раз из-за засухи. Также во много раз увеличились расходы на содержание скота, что отрицательно повлияло на функционирование сельскохозяйственного мясного сектора.

Фермеры ожидают дальнейшего роста цен на содержание скота. Правительство Аргентины старается всячески поддерживать развитие этого сельскохозяйственного сектора, однако огромное количество скотоводческих ферм прекратили существование в 2010 г. из-за финансовых проблем, а большинство оставшихся сократили производство в несколько раз.

Аргентина занимала лидирующие позиции по производству и потреблению мяса. В последние годы страна потеряла пальму первенства, однако правительство намерено вернуть лидерство в ближайшее время.

MATIMEX

Группа компаний
«MATIMEX» является
официальным
представителем
фирмы «HANDTMANN»
в странах СНГ.

Многообразие качества

Программа оборудования

- > вакуумные роторные шприцы
- > сосисочные линии
- > волчки-приставки
- > шприцы-наполнители для ветчин
- > дополнительные устройства и системы
- > формователи фрикаделек
- > коэкструдеры

Преимущества

- > высокая надежность
- > гарантированная точность порционирования
- > перекутка натуральных и искусственных оболочек
- > высокая производительность
- > большая скорость – до 3000 порций/мин.
- > универсальное применение

handtmann
Идеи с будущим



Техника и Технология Мясной Промышленности

Технологии

Almi

Оборудование для убой
и разделки

EFA

BAUMANN

KT

Подготовка сырья

LASKA

inotec

MeatMaster

MAJA

Производство мясных и
колбасных изделий,
полуфабрикатов

handtmann
Ideen mit Zukunft.

**poly-clip
SYSTEM**

TRC

alco
food-machines

KNECHT

Коптильное оборудование,
камеры варки, созревания,
интенсивного охлаждения

AUTOTHERM
Lager und
Speicherwerk

Упаковочные машины,
этикетировщики

HAJEK

TAVIL

Reepack
Packaging Machinery Supplier

FUJI
FUJI MACHINERY CO., LTD.

AE
AUGON ELEKTRO

Логистика, гигиена

MFI

KITTNER

**ELIONA
INDUSTRIAL**

SYNERGIEN DIE VERBINDET

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

MATIMEX

Группа компаний
«MATIMEX» является
официальным
представителем
фирмы «LASKA».

Многообразие качества

Программа оборудования

- › куттеры
- › фаршемешалки
- › волчки для мяса
- › волчки совмещенные с мешалками
- › блокорежки
- › костедробилки
- › автоматические линии

Преимущества

- › высокая надежность
- › солидное исполнение
- › скорость резания до 160 м/сек
- › бесступенчатая регулировка скоростей
- › широкий спектр дооснащения



Техника и Технология
Мясной Промышленности

Технологии

Almi

Оборудование для убой
и разделки

EFA
Meat Processing Power

BAUMANN



Подготовка сырья

LASKA

inotec

MeatMaster
Meat Processing Solutions

MAJA

Производство мясных и
колбасных изделий,
полуфабрикатов

handtmann
Ideen mit Zukunft.

**poly-clip
SYSTEM**



alco
food-machines

KNECHT

Коптильное оборудование,
камеры варки, созревания,
интенсивного охлаждения

AUTOTHERM
Lernen und
Spezialtechnik

Упаковочные машины,
этикетировщики

HAJEK

TAVIL

Reepack
Packaging Machinery Supplier

FUJI
FUJI MACHINERY CO., LTD.

AB
AUGON ELEKTRO

Логистика, гигиена



KITTNER

**ELIONA
INDUSTRIAL**

SYNERGIEN DIE VERBINDEN

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

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

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



НАЦИОНАЛЬНАЯ ВЫСТАВКА

НАЦИОНАЛЬНАЯ ВЫСТАВКА ПИЩЕВОЙ И
ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ



г. Москва,
МВЦ «Крокус-Экспо»

14-16
ИЮНЯ



(495) 229-28-31 www.rb-expo.ru



Author:

Victoria
Zagorovskaya

Three pillars of Success

During the annual roundtable discussion 'Russian pork market in the new environment', organized by the Institute of Agricultural Marketing, President of the Russian Meat Union Mushegh Mamikonyan described the future of the domestic pig breeding and counseled company executives on the options of an effective development strategy.

Автор: Виктория Загоровская

Три кита успеха

Президент Мясного союза России Мушег Мамиконян в ходе ежегодного круглого стола «Российский рынок свинины в новых условиях», организованного Институтом Аграрного Маркетинга, нарисовал картину будущего отечественного свиноводства и дал руководителям компаний рекомендации по выбору эффективной стратегии развития.

Залог светлого будущего

— Свиноводство является наиболее перспективной отраслью мясного животноводства и имеет самое большое будущее в аграрном секторе РФ.

Во всем мире наблюдается спад в производстве говядины: численность стада сокращается даже в странах, славящихся большими достижениями в разведении

Guarantee of a better tomorrow

— Pig breeding is the most promising sector of animal husbandry; it has a very big future in the Russian agricultural sector.

There is a downturn in beef production around the world: the number of herds is declining, even in countries famous for great achievements in breeding cattle, beef prices increase along with increased costs for stockkeeping.

Genetics and selection of new breeds of cattle has been slower than in the poultry breeding and pig breeding. The sector faces the finite-

КРС, цены на говядину растут вместе с увеличением расходов на содержание скота.

Генетика и селекция новых пород КРС развивается медленнее, чем в птицеводстве и свиноводстве. Сектор все чаще сталкивается с ограниченностью природных ресурсов и растущей конкуренцией в борьбе за них со стороны свиноводства и птицеводства. Сокращение пастбищных угодий и ухудшение их состояния, уменьшение объемов производства зернобобовых культур, климатические изменения делают все более актуальным вопрос рационального использования природных ресурсов.

Все это создает предпосылки для развития производства и потребления свинины и мяса птицы как в России, так и в мире.

Россия никогда не могла похвастаться успехами в разведении КРС. То мясо, которое мы привыкли называть говядиной, получено от малопродуктивной выбраковки молочного стада. В СССР промышленное производство говядины составляло 2-3%, а сегодня в России его, можно сказать, вообще нет, и не будет, если не считать отдельные проекты с государственной поддержкой. Правительство выделяет 4,5 млрд. рублей в год на развитие данного сектора, искусственно поддерживая упадочную отрасль и неэффективные хозяйства, но это потерянные деньги. По итогам прошлого года поголовье сократилось на 2%, и примерно такое же падение ожидается в нынешнем году. Более значима программа улучшения молочного стада и поддержка роста производства

ness of natural resources and increasing pig and poultry breeding competition for the resources. Reduction of pasture areas and their deterioration, decrease of the production volume of leguminous crops and climate change make the problem of rational use of natural resources increasingly urgent.

All this creates the necessary prerequisites for the pork and poultry production and consumption development, both in Russia and all over the world.

Russia could never boast of success in breeding cattle. What we call beef is really meat obtained from culling of underproductive dairy herd. In the USSR, industrial production of beef was about 2-3%, while in Russia there is no any beef production at all, except for individual projects with state support. The government allocates 4.5 billion rubles a year to develop this sector and support the declining industry and inefficient management artificially, but it's a waste of money. Last year, livestock fell by 2%, and a similar drop is expected this year. The program of the improvement of dairy herds and the support of poultry and pork production growth as the most affordable types of meat for people is much more important. In 2011, the beef will continue to go up (price increase of 25%), and customer demand will completely switch from red meat to pork and poultry.

Russia is a country with abundant land resources and surpluses of grain supplies. We produce more vegetable protein, which can be converted to animal protein, such as poultry and pork, than we consume.

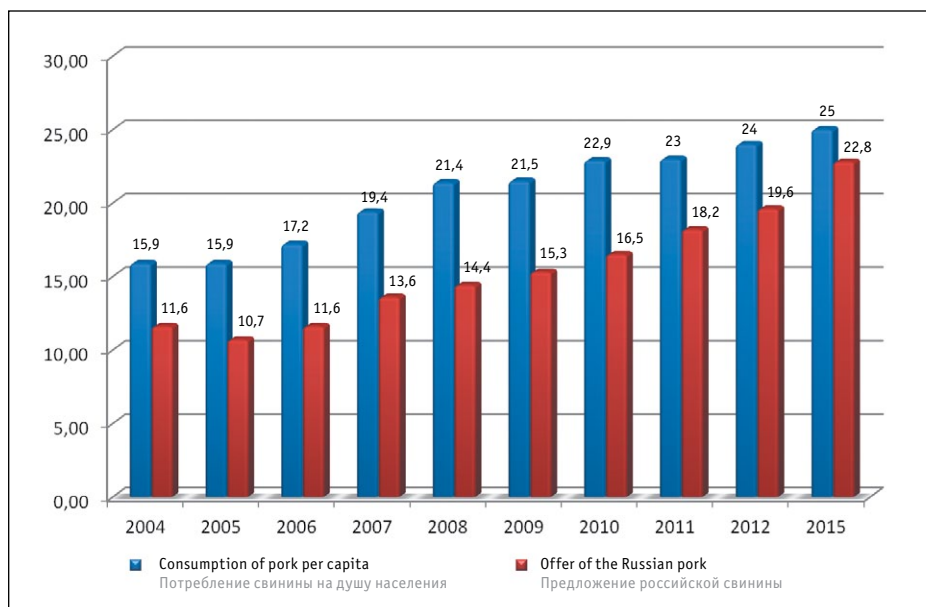


Diagram 1. Appraisal of production and consumption of pork, kg per man year.

График 1. Оценка производства и потребления свинины, кг на человека в год.

Moreover, the Southern Hemisphere, with its huge volumes of leguminous crops and ability to provide birds with forage, is ideal for developing poultry breeding, and the Northern Hemisphere (Russia, Canada and others), with its high level of barley production, is good for pig breeding.

Developing a strategic platform

A common systematic approach to solving problems of the meat industry needs to be developed by the administration. This approach would take into account new realities, like the forthcoming WTO accession. Moreover,

птицы и свинины как наиболее экономически доступных видов мяса для населения. В 2011 году говядина продолжит дорожать – рост цен составит 25%, и потребительский спрос с красного мяса окончательно переключится на свинину и птицу.

Россия является страной с избыточными земельными ресурсами, излишками зерновых ресурсов. Мы производим больше, чем потребляем, растительного белка, который можно конвертировать в животный белок в виде мяса птицы и свинины.

Причем, если в Южном полушарии, богатом зернобобовыми культурами и, соответственно, обладающим хорошими возможностями обеспечения птиц кормами, целесообразнее развивать птицеводство, то в странах Северного

полушария (России, Канады и других), где высок уровень производства ячменя, наиболее перспективным оказывается сектор свиноводства.

Разработка стратегической платформы

На государственном уровне должен быть выработан единый системный подход к проблемам мясной отрасли, который бы учитывал такие новые реалии как готовящееся вступление России в ВТО. Причем отраслевые союзы и ассоциации должны принимать самое активное участие в разработке стратегической платформы по развитию птицеводства и свиноводства.

Чем больше умов, тем лучше. Появление союзов и ассоциаций, безусловно, является положительным фактором разви-

тия рынка. После длительного периода подавления личности в России, самообразование людей, которые обладают собственной точкой зрения и готовы предложить свои варианты развития рынка, достойно уважения. Только в этом случае мы станем для правительства полноправными участниками дискуссии.

Для российских сельхозпроизводителей вступление в ВТО – болезненный вопрос, поскольку оно предусматривает свободные рынки и свободное перемещение продуктов. Цены на живых свиней в России самые высокие в мире. Себестоимость производства свинины в России в два раза выше, чем в других странах, а рост цен на корма может сделать эту разницу еще более значительной. В этой ситуации отечественные производители вполне могут оказать-

branch associations should take an active part in developing a strategic platform for the improvement of poultry and pig breeding.

The more intelligence, the better. The emergence of unions and associations is a positive factor for the market development. After a long period of suppression of personality in Russia, self-educated people, who have their own point of view and who are prepared to offer strategies of the development, are worthy of respect. Only in this case we become a full-fledged player in the debate with the Government.

The WTO accession is a painful question for Russian farmers, since it provides for free markets and free products movement. In Russia, prices for live swine are among the highest. The production cost of pork is twice higher than in other countries, and advance in price on forage can make the price difference even more significant. In this situation, domestic producers may be uncompeti-

tive compared to European companies, which enjoy substantial government support.

In Europe, in the USA and other developed countries, an aggregate measure of support (AMS) agriculture exceeds Russia in several units. For instance, the European Union appropriates \$ 90 billion, while in Russia the amount of \$4.5 billion is under discussion.

According to WTO rules, a country can claim the AMS comparable to the annual volume of agricultural support in the past three years. And if we joined the organization two years ago, it would have been only about \$2.5 billion.

But it doesn't make the situation easier. Imbalances and open borders make it impossible for us to compete with Europe anyway. So, what's to be done?

The WTO accession negotiations aim to fill the 'green basket' with some measures from the 'amber basket'.

The Russian Constitution says that the Russian Federation is a social welfare state. Therefore, we must imple-



ся неконкурентоспособными в сравнении с европейскими компаниями, которые пользуются существенной государственной поддержкой.

В Европе, Америке и других развитых странах агрегированная мера поддержки (АМП) сельского хозяйства превышает российскую на несколько единиц. Для сравнения: если дотации, которые выделяет Евросоюз, составляют 90 млрд. долл., то в России обсуждается вопрос об установлении АМП в размере 4,5 млрд. долл.

По правилам ВТО, страна может претендовать на АМП, сопоставимую

с ежегодным объемом поддержки сельского хозяйства за последние три года. И если бы мы вступили в организацию два года назад, речь бы шла лишь о 2,5 млрд. долл.

Но намного легче от этого не становится. Все равно при таких диспропорциях и открытых границах мы никогда не сможем конкурировать с Европой. Как же быть?

Одна из задач переговорного процесса о присоединении к ВТО – больше «нагрузить» «зеленую» корзину, включив в нее некоторые меры, которые ранее попадали в «желтую».

В российской конституции написано, что мы – социально ориентированная страна. Поэтому мы должны включить в «зеленую» корзину меры, стимулирующие потребление мясных продуктов малообеспеченными слоями населения, и через систему поощрения продовольственного рынка усилить нашу конкурентоспособность.

Но, к сожалению, политики до сих пор не понимают, что этот единственно возможный путь является необходимостью, на которую стоит пойти для укрепления аграрного сектора и нового витка развития всей сельскохозяйственной экономики.

ment measures encouraging financially disadvantaged population to consume meat products, into the 'green basket', and enhance our competitiveness through the reward system of the food market.

But, unfortunately, politicians still don't understand that this is the only possible way, a necessity which may strengthen the agricultural sector and create a new turn in development of the agricultural economy.

Localization and Specialization

The «new» agricultural policy has been implemented over the past seven or eight years: national projects and branch programs, investors support, interest rate subsidies on loans, customs and tariff regulation. Non-quota rates of import customs duties on pork were increased the last year. Since early 2011, the government increased the duty on the import of living swine, which provided a market space for domestic producers.

The government's targeted support, modernization of pig breeding, and recovering demand for meat products have shown positive results: the production of pork has increased by more than 8% since early 2010.

Локализация и специализация

В стране последние 7-8 лет реализуется «новая» аграрная политика: воплощаются национальные проекты и отраслевые программы, осуществляется бюджетная поддержка инвесторов, субсидирование процентных ставок по кредитам, таможенно-тарифное регулирование. В прошлом году были повышены внеквотные ставки ввозных таможенных пошлин в отношении свинины. С начала 2011 года правительство увеличило пошлину на ввоз в страну живых свиней, что освободило для отечественных производителей некоторое рыночное пространство.

Действия правительства по целенаправленной поддержке и модернизации свиноводства и практически восстановившийся с весны этого года спрос на мясopодукты дали положительные результаты: производство свинины выросло с начала 2010 года больше, чем на 8%.

В ближайшем будущем ожидается существенное изменение структуры свиноводческой отрасли. Российское свиноводство переходит на промыш-

In the near future, there will be a significant change in the structure of pig breeding sector. Russian pig husbandry moves on an industrial basis. In January – September, 2010 in the modern technological mode agricultural organizations, pork production increased by more than 20% compared to the same period of 2009. Steady production growth is seen for the past five years. At the same time, production figures are falling in peasant farms and households. Decrease in the proportion of small forms of economic and personal holdings leads to a reduction in pig population along with efficiency growth.

The increasing demand for white meat poultry and lean pork will be the main feature of pig and poultry breeding market, and those companies will benefit, which are able to reduce the total cost on lean meat. And the producers, who will manage to sell meat at a price of 1-2% higher than competitors, will benefit most of all.

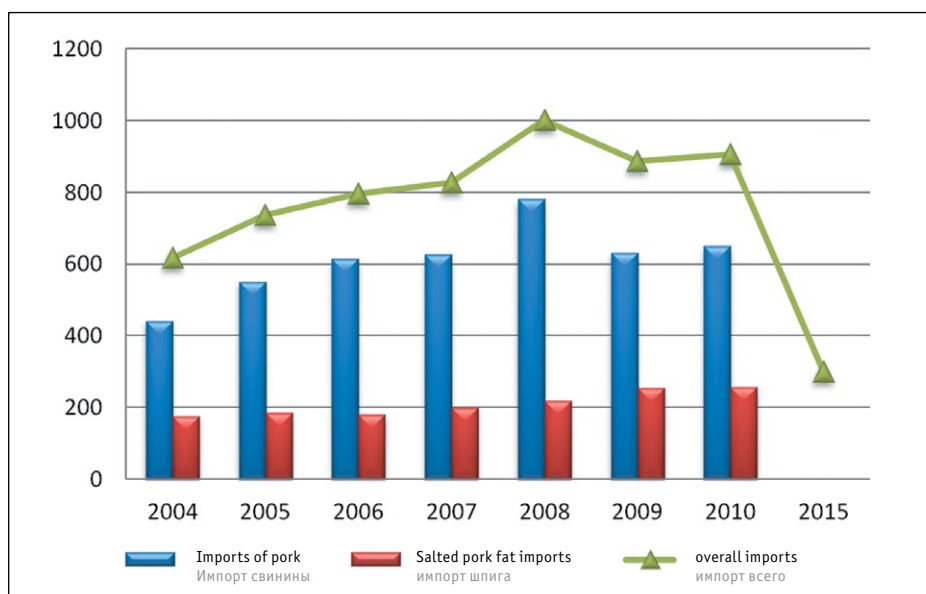


Diagram 2. Dynamics of imports of pork in 2004 - 2015, Kt.

График 2. Динамика импорта свинины в 2004-2015гг., тыс. тонн.

ленную основу. Производство свинины в сельхозорганизациях современного технологического уклада в январе-сентябре прошлого года по сравнению с аналогичным периодом 2009-го выросло более чем на 20%. Устойчивый рост производства здесь просматривается на протяжении последних пяти лет. В то же время производственные показатели в крестьянско-фермерских хозяйствах и хозяйствах населения падают. Уменьшение доли малых форм хозяйствования и личных хозяйств населения приводит к сокращению свиного поголовья при одновременном росте эффективности.

Будущий рынок свиноводства и птицеводства будет характеризоваться повышением спроса на белое мясо птицы и постную свинину, и в выигрыше окажутся те компании, которые смогут единицу постности сделать дешевле в общей себестоимости. А окончательно победят производители, которым удастся продавать мясо по цене на 1-2% дороже, чем у конкурентов.

Эту задачу необходимо решать не напрямую, а опосредованно, через поиск вариантов обоснования цены для потребителей. Как продать позиции, которые предположительно будут у вас в избытке, например, постную свини-

This issue must be solved through the search of options to justify the price for consumers. How to sell overstock of lean pork for higher price than, let's say, a branded ham? Solve the main problem - and become the Market King!

Marketing is also very important for successful business. It's promoting the whole industry, it sets customer for buying. This requires considerable investment, which, however, is yielding good results.

A Businessman can establish marketing department or hire marketing company. Also he can create marketing strategy himself, because a person who loves his job and has a personal responsibility for the business, often finds better options for the development than the external specialist. Marketing companies research the market and use the general trends as their know-how.

Here is an example. Seven or ten years ago, according to marketing forecasts, the production of ready-to-eat foods

in Russia was to grow much more intense than it really did. Marketing specialists didn't take into account peculiarities of the Russian market, they've just copied world-wide trend.

Companies should be more skeptical of forecasts, and not follow them every time. Businessmen are the ones who build the market, not forecasts!

How to singularize a product among the others, make sure that the customer comes back for it, and is ready to pay 2% more? Marketing experts can tell you how to emphasize product's usefulness for health, how to use eco-friendly packaging, how to convey product's unique taste characteristics and so on.

You know, I'll give an advice. Place an ad, which says that your pork company buys wild acorns, set the price, write the addresses on it - and you won't have to think about conveying the idea of eco-friendly packaging and natural ingredients! You are buying acorns - this says it



"Place an ad, which says that your pork company buys wild acorns, set the price, write the addresses – and you won't have to think about conveying the idea of eco-friendly packaging and natural ingredients!"

«Дайте объявление о том, что ваша свиноводческая компания покупает лесные желуди, и вам не придется думать, как донести идею экологичности и натуральности продукта!»

ну, дороже, скажем, через брендованную ветчину? Решите главный вопрос – и станете королем рынка!

Отдельная статья успешного бизнеса – маркетинг. Вся отрасль продвигает общую маркетинговую программу, настраивающую потребителя на покупки, решающую, каким образом продать сырое мясо или готовый продукт. На это идут немалые инвестиции, которые, впрочем, приносят результат.

Можно нанять на постоянную работу маркетологов, обратиться в маркетинговую компанию или подумать на эту тему самостоятельно, ведь человек, который любит свое дело и несет лич-

ную ответственность за бизнес, зачастую найдет для его развития больше возможностей, чем привлеченный специалист. Маркетинговые компании, выполняя заказ, «фотографируют» рынок и предлагают использовать общие тенденции, присутствующие в мире, как ноу-хау.

Яркий пример: по прогнозам маркетологов, производство готовых к употреблению блюд в России 7-10 лет назад должно было расти значительно интенсивнее, чем произошло на самом деле. Ошибка заключалась в том, что, взяв мировую тенденцию за образец, специалисты от маркетинга экстраполирова-

ли ее на российскую действительность и ожидали точного повторения темпа роста, не принимая в расчет особенности местного рынка.

Руководители ведущих компаний участников рынка свинины должны скептически относиться к прогнозам и далеко не всегда следовать им, помня, что сами формируют будущий рынок!

Как выделить продукт на магазинной полке, сделать так, чтобы покупатель вернулся за ним еще раз, готовый заплатить на 2% больше? Сделать акцент на полезности для здоровья, «переодеть» в экологически чистую упаковку, донести до потребителя его уни-

all. Thinking outside of the box can lead to a revolutionary result.

The geographical origin of the manufacturer becomes increasingly important. The number of people who prefer local products, will continue to grow. Regional leadership is more beneficial than the federal. Obtaining the loyalty of local customers is easier and less expensive.

Despite the fact that the companies engaged in the meat industry, face similar problems, there's no one-stop solution for everyone. It is important for the producers to have a clear-cut idea on the development strategy and its implementation, and, of course, on the company's capabilities.

Mistakes made at this stage can be costly in the future. Let me warn you about one of them: a geographical criterion is not always dominating in lining up a strategy. If the company doesn't manage to maintain high level of retail sales in the regions, it will be driven out of the local market.

When your sales volume is about \$10 thousand per one square meter of retail space a year, you have to follow the rules of the retail store, but if it increases to \$20 thou-

sand, you are the one to dictate terms. Uniqueness is the company's trump card. What about salami with chocolate? Market participants should experiment more, launch new pilot products, try unusual approaches of promotion and be able to reject ineffective solutions in time.

In addition to geographic location and patriotism, an important factor of the modern production success is specialization. Imagine, You are the best producer of canned meat in the premium segment, let's say, you produce ravioli, frozen food and something else. The specialization depends on the policy of regional authorities, market characteristics, investments volume, established goals and, of course, personal desire. The European experience shows that specialized production are the most cost-effective, and this is the reason why we recommend companies, participating in the meat market, to change their development strategy.

In subsequent years, the share of imports in the domestic market will decline; the level of competition between Russian companies will rise sharply. Future leaders will be those producers who can implement "three pillars" strategy: localization, specialization, uniqueness. **ms**

The market growth potential is based on the dependence on imports of natural semi-products

кальные вкусовые свойства – обо всех этих вариантах вам подробно расскажут маркетологи.

А знаете, какое решение предложил бы я?.. Разместите объявление, в котором будет сказано, что ваша свиноводческая компания покупает лесные желуди, за мешок платит столько-то, приемные пункты расположены в таких-то областях по следующим адресам – и вам уже не придется думать, как донести идею экологичности упаковок и натуральности ингредиентов! Вы покупаете лесные желуди. Этим все сказано. Нестандартное решение может дать революционный результат.

Все большее значение будет приобретать географическое происхождение компании-производителя. Число людей, отдающих предпочтение продуктам местного производства, продолжит увеличиваться. Региональное лидерство становится более выгодным, чем федеральное. Получить лояльность местных потребителей проще и менее затратно.

Несмотря на то что компании, занятые в мясной отрасли, сталкиваются

с похожими проблемами, универсальной стратегии для всех не существует. В условиях жестких требований современного рынка и конкурентной борьбы важно, чтобы производители имели четкое представление о собственной стратегии и способах ее реализации, а главное – соотносили ее с возможностями компании.

Ошибки, допущенные на этом этапе, могут дорого обойтись в будущем. От одной хочу предостеречь: не всегда географический критерий является доминирующим при выстраивании стратегии. Если компания не сможет поддерживать высокий уровень розничных продаж в регионах, то будет вытеснена с местного рынка.

Когда с одного квадратного метра торговой площади вы продаете продуктов на 10 тыс. долл. в год – вами управляет магазин, но если ежегодные объемы продаж достигли 20 тыс. долл. – можете диктовать сети свои условия поставок. Главный козырь компании – уникальность. Салами с шоколадом? Почему

нет! Участникам рынка следует применять подход, допускающий возможность экспериментировать, запускать новые «пилотные» продукты, опробовать необычные подходы продвижения и уметь вовремя отказываться от неэффективных решений.

Помимо локализации и географического патриотизма, важным фактором успеха современного производства выступает специализация. Вы – лучший производитель мясных консервов класса «премиум», пельменей, замороженных полуфабрикатов или чего-то другого. Насколько широкой или узкой будет специализация, зависит от политики региональных властей, характеристик рынка, объема инвестиций, масштаба поставленных целей и, конечно, личного желания. Опыт европейских стран показывает, что наиболее рентабельны узкопрофильные производства, и это позволяет рекомендовать смену стратегий развития компаний-участников мясного рынка.

В последующие годы доля импорта на внутреннем рынке страны будет снижаться, уровень конкуренции между российскими предприятиями резко возрастет. В лидерах окажутся производители, стратегия которых основана на «трех китах»: локализация, специализация, уникальность. **ms**

Потенциалом для роста рынка является высокий уровень зависимости от импорта натуральных полуфабрикатов из свинины

Авторы:

**Константин Коновалов**Межрегиональное общественное
объединение «Биона», г. Кемерово, Россия
biona.moy.su**Елена Рид**Ассоциация «Связь Хайланд – Россия»,
г. Нэйрн, Шотландия
www.highlandrussia.org.uk

МОУ Биона, г. Кемерово

biona.moy.su

Национальный колорит Шотландской кухни

Шотландия – поистине необычная страна. Плодородные земли, климат и земледельческие традиции, методы копчения и соленья стали основой для производства говядины, баранины, оленины, создания лучших мясных продуктов и самых изысканных деликатесов в мире.



Кулинарные традиции шотландцев начинались, как, впрочем, и в остальных странах, с приготовления пищи на открытом огне, с горячего сытного блюда из круп, овощей и мяса, которые готовились по определенной технологии в одном большом горшке, наполненном водой. Такие методы приготовления оказали значительное влияние на становление шотландской кухни, и большое количество подобных блюд существуют и в настоящее время. Например, к ним относятся гуляши и похлебки, говядина в пиве, курица в горшке.

Впрочем, мнения о национальной кухне страны неоднозначны: одни утверждают, что для современных людей ее блюда тяжеловаты и не совсем под-

ходят; другие, наоборот, считают традиционную кухню здоровой и вполне сбалансированной. В кулинарных изданиях часто пишут, что шотландская кухня лучше, чем слава о ней.

Иллюстрация историко-кулинарного закона

Кулинарная культура народов Западной Европы в течение последних 200-250 лет развивается в столь тесном взаимодействии, что в наше время принято говорить о западноевропейской кухне в целом, а не об отдельных национальных кухнях народов Западной Европы. Наиболее часто употребляемый набор блюд в таких странах Западной Европы, как Франция, Германия, Швейцария, Бельгия, Голландия, Австрия, Люксембург, Дания и даже Великобритания, почти полностью совпадает. В каждой из этих стран сохранилась не столько национальная кухня, сколько своеобразный «национальный набор» из общего западноевропейского меню, включающий также и отдельные национальные блюда, придающие особый колорит, например, швейцарскому или голландскому столу, однако не составляющие из-за своей немногочисленности и разрозненности особого национального кулинарного направления. Такое пре-

вращение произошло, например, со знаменитым английским бифштексом, который, пройдя франко-немецкую обработку, превратился в обычную рубленую котлету «гамбургер», а в результате французской технологии производства стал знаменитым «Шатобрианом». Вне подобного нивелирующего влияния оказались лишь страны окраин Европы, населенные в XVIII и XIX веках преимущественно бедными народами со слабо развитым хозяйством ярко выраженно аграрного направления. К их числу относились испанцы, португальцы, итальянцы, греки, югославы на юге Европы, а также финны, шведы, норвежцы, ирландцы на ее севере. Именно у них национальная кухня сохранилась до наших дней в наибольшей степени. Шотландцы тоже могут быть причислены к этой категории, но с тремя оговорками.

Во-первых, шотландцы, будучи наряду с ирландцами потомками самого древнего европейского народа – кельтов, донесли с далеких времен до наших дней, хотя и в сильно трансформированном, «осколочном» виде, некоторые черты древней кельтской кулинарии. Эти осколки древности хотя и не составляют ядро национальной кухни, но зато придают современным кулинарным обычаям шотландцев такие уникальные черты, которыми не могут похвастаться другие западноевропейские народы.

Во-вторых, Шотландия, утратившая свою государственную и национальную самостоятельность с начала XVIII века и включенная с Англией в единое государство – Великобританию, не могла не испытать влияния английской культуры, в том числе и кулинарных обы-



UNITY

FOOD MACHINERY



Вспомогательное
оборудование



Гигиена
предприятия



Оборудование для
мясопереработки

г. Ярославль, ул. Пожарского 66А,
тел.: 8-800-100-73-01, (4852) 58-30-56, 94-74-00, 94-74-99
e-mail: trade@unitym.ru

чаев, среди которых введение в рацион типично английских блюд, например, ростбифа или бекона.

В-третьих, даже в периоды своей национальной независимости шотландцы испытывали иностранные влияния в области кулинарной культуры. Первым было влияние скандинавских, в основном норвежских, викингов в VIII – XII веках, которое особенно отразилось на составе шотландских продуктов. Викинги также принесли и закрепили на островах обычай есть баранину и конину (шотландские пони), делать некоторые овечьи и козьи сыры (оркни). Вторым иностранным влиянием было французское. Оно сказалось со всей силой в XVII веке, в период подъема французской придворной классической кухни, и отразилось на шотландской кухне правящих классов. То обстоятельство, что Франция была чуть ли не единственной и главной политической союзницей Шотландии против Англии, послужило быстрому добровольному усвоению всего французского.

Кулинарная самобытность

Несмотря на то, что шотландская кухня развивалась в условиях иностранного влияния, это не нарушило ее национальной самобытности.

В Англии «нормальным» считают бычье мясо и свинину, в Шотландии же признают в основном баранину. В Англии едят бычьи бифштексы и ростбифы недожаренными, розоватыми, с кровью. В Шотландии любое мясо ценят запеченным, основательно проваренным и прожаренным. Традиционный английский ленч по составу блюд весьма сильно отличается от такого же традиционного шотландского завтрака.



Мясная лавка в Шотландии. Продукция готовится здесь же – в цехе, расположенном этажом ниже. Каждому дню соответствует определенный продукт: например, по понедельникам клиентам предлагают хаггис, по четвергам – кровяную колбасу. А на то, чтобы перепробовать все виды местных сосисок, потребуется 40 дней – по числу сортов.



Типичный шотландский завтрак, который подают в большинстве гостиниц. Хотя кровяную колбасу везде делают немного по-разному.



Для тех, кто приезжает в Шотландию с континента, местная кухня кажется экзотической и своеобразной, особенно рыбный стол, баранина, овсяные блюда, о которых в Западной Европе давно забыли. Невиданными и чисто «шотландскими» кажутся для немца, бельгийца, голландца или француза такие деликатесы, как лососина и олеина, а также тетерева и куропатки. Более того, и сами шотландцы убеждены, что эти продукты, а также водоросли, виски – их исключительная особенность. Но сочетания одинаковых продуктов, а иногда и сочетания одинаковых блюд у разных народов различны. Эти различия, если они складываются в определенную систему, и создают отдельную национальную кухню.

Шотландская кухня – это рецепты прабабушек, сохранявших традиционные клановые и семейные блюда, состав которых передавался из рода в род и не был даже знаком подчас ближайшим соседям, это закрепившиеся в народе

или в домах шотландской знати блюда, связанные с определенными историческими событиями, это, наконец, старые трактирные блюда маленьких шотландских городков.

Шотландцы чаще, чем англичане, употребляют в пищу супы, главным образом крупяные и мясные с картофелем,

супы с капустой и рыбные. Национальным шотландским блюдом является мясной суп, сваренный с перловкой и овощами, – «scotch broth». Разнообразны национальные рецепты жаркого с гарниром из картофеля и свежего горошка. Традиционным считается праздничное блюдо – курица или гусь, фаршированные рублеными потрохами и овсяной мукой.

Шотландия славится своим мясом абердин-ан-

гусской породы крупного рогатого скота, бараниной и ягнятиной. Известные породы овец – «Blackface», «Shetland» или «Cheviot». Ягнятину продают здесь с июля по декабрь, так как это время сочной травы, когда бараны нагуливают вес

Для тех, кто приезжает в Шотландию с континента, местная кухня кажется экзотической и своеобразной, особенно рыбный стол, баранина, овсяные блюда, о которых в Западной Европе давно забыли.



Хаггис (англ. Haggis) – национальное шотландское блюдо из бараньих потрохов (сердца, печени и легких), порубленных с луком, толокном, салом, приправами и солью, и сваренных в бараньем желудке. Внешне блюдо похоже на фаршированные животные кишки или домашнюю колбасу. Хаггис подают с гарниром «нипс и таттис» (в переводе с шотландского – брюква и картофель), измельченного до состояния пюре. Также существуют вегетарианские рецепты хаггиса.

и жир. Особые блюда А «haggis» (фаршированный желудок) и «steak and kidney pie» (пирог с почками и мясом).

Интересно, что жители Великобритании предпочитают кровяную колбасу, которую производят в западной части Шотландии, в административном центре Внешних Гебридов городе Сторнуэй. Кровяная колбаса Сторнуэй – фаворит многих ресторанов в Шотландии, ее едят на завтрак, подают с блинчиками, морепродуктами, ею фаршируют куриные грудки и свинину. Производители колбасы верны семейному рецепту, который хранится уже более 50-ти лет, и «покорили» желудки многих гурманов. Свиная кровь, овес, специи, внутренний говяжий жир, растительный жир – простые компоненты, но только сами изготовители знают, как приготовить из них кровяную колбасу Сторнуэй.

Символ национальной кухни

В каждой стране есть знаменитые блюда, ставшие символом национальной кухни и известные во всем мире. В Шотландии это хаггис – довольно специфическое блюдо, которое нравится далеко не всем, но у него богатый вкус и его стоит попробовать хотя бы один раз. Запе-

кается хаггис в овечьем или бараньем желудке, фаршированном сердцем, печенью, легкими, почечным салом, луком с ячменем и различными специями. По сути это круглая колбаса, а при производственном изготовлении желудок заменяют пластиковой пленкой. Хаггис достаточно острый, а мука придает ему более плотную консистенцию, чем у колбасы. Хаггис традиционно подается на подогретом блюде с «charrpit tatties» (картофелем), «bashed neeps» (пюре из турнепса, репы) и налитым

в стопки односолодовым виски. Традиционно хаггис готовился из мелко порубленного ливера барана с добавлением овсянки и специй, а классическим гарниром к этому нестандартному кушанью служило столь же нестандартное пюре из репы и картошки.

В других странах отношение к хаггису колеблется от священного трепета до глубочайшего презрения. А в Шотландии этому блюду буквально поклоняются. Он неизменно сопровождает празднование любого национального праздника, а знаменитый шотландский поэт Роберт Бернс даже создал «Оду хаггису». Неслучайно, что хаггис традиционно готовят на ужин во время празднования дня рождения Роберта Бернса – 25 января. Застолье в день поэта состоит исключительно из блюд шотландской кухни.

Сегодня наиболее дешевый вариант хаггиса фаршируется не в овечьем желудке, а в искусственной оболочке, либо продается в банках, так что его без труда можно разогреть в духовом шкафу или микроволновой печи. Кроме того, хаггис часто делают не из овечьей, а из свиной требухи. В магазинах Шотландии хаггис можно купить в любое время года. **МС**



Это семейный бизнес – от отца он перейдет к сыну. На стенах – почетные грамоты, золотые и серебряные медали, которыми отмечен целый ряд выпущенных здесь продуктов.



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



Совместно с:



MEAT
INDUSTRY



DAIRY
INDUSTRY

ingredients

RUSSIA

15 - 18 марта 2011

ВВЦ, Павильон 75, Зал Б
Москва, Россия



Важный ингредиент для вашего
бизнеса

Организатор



www.ingred.ru

«Покровский» возделает «Золотую Ниву»

Ростовский концерн «Покровский», занимавшийся в основном девелоперским бизнесом и мясопереработкой, заявил о смене своей стратегии – компания планирует сосредоточиться на мясном бизнесе, создав цепочку от производства и переработки до прилавка.



В рамках новой стратегии компания приобрела долю в сочинском дистрибуторе продуктов питания ГК «Алко-Профи». С ее помощью «Покровский» будет продвигать на черноморском побережье продукцию своих мясоперерабатывающих заводов. Проект выглядит сомнительным, поскольку на местном мясном рынке доминирует Сочинский мясокомбинат, говорят эксперты.

О приобретении ростовским концерном доли в бизнесе ГК «Алко-Профи» рассказал гендиректор «Покровского» Александр Кочергин. Сделка находится на стадии оформления. Объем приобретаемой доли он не уточнил, сообщив лишь, что речь идет об интеграции бизнесов «Покровского» и сочинской группы с сохранением существующих брендов. По данным одного источника, знакомого с ситуацией, «Покровский» стал собственником как минимум половины сочинской компании.

Концерн «Покровский» включает агрохолдинг «Каневской», Каневской и Павловский мясокомбинаты, сеть оптовой дистрибуции и продовольственного ритейла под брендами «Покровский» и «Станица». Весной 2010 года «Покровский» приобрел площади обанкротившейся ростовской сети «В двух шагах». Сейчас компании принадлежат 100 торговых точек в Краснодарском крае и 45 в Ростовской области. В состав «Покровского» также входит девелоперское подразделение, занимающееся строительством жилой и коммерческой недвижимости в Ростове.

В ГК «Алко-Профи» входят дистрибуторские компании, предприятие грузоперевозок, комбинат по производству полуфабрикатов, а также розничная продуктовая сеть «Золотая Нива», состоящая из 12 магазинов. Ежегодный оборот группы достигает 1 млрд. руб.

Господин Кочергин отметил, что с помощью нового актива компания намерена продвигать продукцию своих мясокомбинатов на

рынке черноморского побережья. «Покровский» обеспечивает снабжение объединенной сети продуктами и сырьем. «„Золотая Нива“ привносит в совместный бизнес опыт менеджмента сетевого ритейла, технологии трейдинга формата супермаркет и вспомогательного производства кулинарии, а также дистрибуции алкогольной продукции», – сообщил глава «Покровского» Александр Кочергин, добавив, что интерес концерна к Сочи обусловлен будущей Олимпиадой. Главным преимуществом перед конкурентами господин Кочергин считает наличие у объединенной компании собственных производств, продукция которых и будет представлена на прилавках сочинских магазинов.

В «Покровском» не исключают, что концерн будет покупать и другие продуктовые сети и перерабатывающие заводы на юге России. «Мы хотим создать цепочку от производства до реализации продуктов питания. Такой подход снижает издержки входа в сеть и уменьшает его зависимость от капризов сетевиков», – говорит Александр Кочергин.

КОММЕРСАНТЪ



«Ставропольский бройлер» достроил завод

Один из лидеров рынка мяса птицы на юге России компания «Ставропольский бройлер» завершила строительство своего крупнейшего мясокомбината в городе Благодарный Ставропольского края, который позволит удвоить объем производства компании – до 120 тыс. тонн в год.



«В настоящее время на новом комбинате, стоимость которого составит около 2 млрд. руб., ведутся пуско-наладочные работы, а тестовый запуск запланирован на март 2011 г.», – сказал представитель компании, добавив, что строительство предприятия началось в июле 2009 г.

Новое предприятие будет производить до 80 тыс. тонн продукции в год, что позволит нарастить общие мощности компании до 120 тыс. тонн в год.

«Общий объем производства по итогам 2010 г. составил около 49 тыс. тонн мяса, что превышает показатель 2009 г. почти на 5 тыс. тонн, – уточнил собеседник. – Ком-

бинат будет использовать новейшие технологии в области переработки, что позволит достигнуть полностью безотходной и экологичной технологии производства. Продукты переработки отходов будут использоваться в производстве комбикормов».

Meatinfo.ru

Остров коровиц

«Стивенсон-спутник», которым в равных долях владеют петербургские бизнесмены Сергей Гончаров и Александр Бузулеев, а также американец Стивенсон Дарелл Джеймс, инвестирует \$19 млн. в племенное хозяйство крупного рогатого скота в Бобровском районе Воронежской области.



Компания уже привезла 1,4 тыс. голов материнского стада абердин-ангусов и геррефордов из США. Областные власти рассчитывают, что инвесторы будут развивать в регионе не только племенную, но и товарную КРС.

Транспортировка скота в Россию производилась частично воздушным путем (850 голов), частично – морским (550 голов). По словам Сергея Гончарова, совладельца компании «Стивенсон-спутник», объем вложений в проект составляет порядка \$19 млн. Помимо закупки стада, инвестиций потребовала подготовка площадки – строительство электросети, подъездных дорог и водоводов. «Закрытых ферм для стада мы не строили, поскольку абердин-ангусы и геррефорды легко переносят зиму», – пояснил господин Гончаров. Под проект «Стивенсон-спутник» взял кредит на 450 млн. рублей в Сбербанке, причем, ставку по займу компании субсидируют федеральный и областной бюджеты.

По словам Сергея Гончарова, в племенном хозяйстве будет ежегодно рождаться до 600 новых бычков и 600 телок, а также производиться семя и эмбрионы. «Мы станем поставлять качественное племя в товарные стада. По сути, своим проектом мы делаем Воронежскую область российским центром племенного мясного скотоводства», – отметил господин Гончаров. – Компания сейчас оформляет под проект в долгосрочную аренду 5,3 тыс. га земли в Бобровском районе».

Гендиректор и совладелец Калачеевского мясокомбината

Николай Астанин, который планирует реализовать схожий проект, отметил, что сейчас выращивать скот для продажи экономически выгодно. Проект «Стивенсон-спутника» он оценил как перспективный, отметив, что скот абердин-ангусской породы растет быстро и отличается высоким качеством мяса. «При условии эффективной реализации проекта и высоком спросе на племя этого хозяйства срок окупаемости инвестиций в него может составить шесть-восемь лет», – считает аналитик «Финама» Максим Клягин.

КОММЕРСАНТЪ

«Оптифуд» поборется с европейцами на азиатских рынках

Калитвинский МПК (Белокалитвинский район области) закупил и монтирует новое голландское оборудование: будут модернизированы линии потрошения (улучшена настройка ножей), очистки от пера, удлинены камеры стока крови, расширена линия воздушно-капельного охлаждения птицы, рассказала гендиректор МПК Ольга Чикишева.

Работать МПК во время модернизации не прекращал, новое оборудование будет запущено в феврале 2011 г. Затраты составили 235 млн. руб., это был кредит Сбербанка. Окупить вложения планируется за полтора года.

По ее словам, цель – увеличение не количественных, а качественных показателей охлажденного мяса птицы: «В марте следующего года мы готовимся к прохождению сертификации по европейским стандартам, что даст нам возможность работать не только на российский рынок, но и на экспорт».

МПК раз в полугодие поставляет 20 тонн куриных ног (неиспользуемые в пищу части) в Китай и Вьетнам на желатин. «Теперь мы готовимся получить экспортные сертификаты на тушку и полуфабрикаты для стран Юго-Восточной Азии. Также сертифицируемся по мясу птицы халального происхождения, чтобы экспортировать в мусульманские страны», – рассказала Чикишева.

«В России ниже цены на энергоносители, и сейчас ниже цены на зерно, чем в Европе, поэтому на азиатских рынках мы сможем ком-



фортно конкурировать с европейскими производителями», – говорит менеджер «Оптифуда».

emeat.ru



Суд да дело от «Роскар»

Птицефабрика «Роскар» 17 декабря подала в Арбитражный суд Санкт-Петербурга и Ленинградской области исковое заявление к «Петербургской сбытовой компании».

По данным картотеки арбитражных дел Высшего арбитражного суда РФ, сумма заявленных истцом требований составляет 20 млн. 552 тыс. руб. Обстоятельства дела в материалах суда не раскрываются.

Птицефабрика «Роскар» реализует продукцию по прямым поставкам в городские торговые сети Петербурга, Москвы, Выборга, Пскова и Приозерска. Чистая прибыль «Роскар» в I полугодии 2010 г. снизилась на 29,8% по отношению к аналогичному периоду 2009 г. и составила 196 млн. 653 тыс. руб. Выручка в отчетный период возросла на 9,1% – до 1 млрд. 449 млн. 842 тыс. руб.

«Петербургская сбытовая компания» образовалась в результате разделения ОАО «Ленэнерго» в 2005 г. Компания осуществляет снабжение электроэнергией около 30,6 тыс. непромышленных потребителей более чем в 60 тыс. точек Петербурга и Ленинградской области. Чистая прибыль общества в I полугодии 2010 г. возросла в 2,1 раза по сравнению с аналогичным периодом 2009 г. и достигла 956 млн. 305 тыс. руб. Выручка увеличилась на 24,6% – до 25 млрд. 478 млн. 764 тыс. руб.

РБК Петербург

Черкизово вложит в птицеводство 12 млрд. руб.

Группа «Черкизово» планирует в 2012-2014 гг. вложить в птицеводство 12 млрд. руб. В 2010 г. она вложила в сегмент \$230 млн.



Ранее генеральный директор компании Сергей Михайлов сообщил, что инвестиции группы «Черкизово» в 2010 г. составят \$250 млн., большая часть из которых направлена в птицеводство. Он также напомнил, что последние 4-5 лет российское производство мяса птицы растет примерно на 15% в год. «Можно говорить о том, что в 2011 г. импорт мяса птицы составит не более 10%, т. е. вопрос импортозамещения по этой продукции практически решен, – пояснил С. Михайлов. – Окупаемость по птицеводству варьируется в зависимости от проекта от 5 до 7 лет».

В 2011 г. «Черкизово» планирует начать реализовывать проект по птицеводству и свиноводству в Липецкой области. «Это более 100 тыс. тонн по свинине, более 200 тыс. тонн по птицеводству», – отметил С. Михайлов. Проект предусматривает около 20 млрд. руб. инвестиций. Инвестиционный цикл будет около четырех лет, окупаемость проекта – 8-9 лет.

Чистая прибыль группы «Черкизово» по US GAAP за 9 месяцев 2010 г. увеличилась на 17% и составила 3,158 млрд. руб. Выручка за отчетный период составила 26,555 млрд. руб., что на 12% больше, чем за 9 месяцев 2009 г.

РБК

Модернизация дошла до телочек

Власти Ленинградской области совместно с американскими и российскими агропромышленниками создадут в регионе генетический центр крупного рогатого скота.

Это будет первый подобный центр на территории России. Строительство планируется начать в сентябре 2011 г. в Гатчинском районе на территории колхоза «Память Ильича». Ожидаемый объем инвестиций в реализацию проекта составит \$5-6 млн. Участники рынка считают, что продукция генетического центра будет востребована отечественными племенными и молочными хозяйствами и даст возможность российским компаниям выйти на рынки стран ближнего зарубежья.



В декабре прошлого года власти Ленинградской области достигли договоренности с американской компанией CRI (Cooperative Resources International), которая занимается производством племенного семени, о строительстве селекционно-генетического центра в регионе. Работа центра будет направлена на внедрение западных наработок в области генетики молочного стада. В частности, CRI должна будет обеспечивать центр геномными оцененными быками-производителями. В России компания CRI имеет представительство – ООО «Молочная компания «Генетика», которое поставляет семя быков-производителей в 22 региона России.

КОММЕРСАНТЪ

Петербург – самый «сетевой» город

Сегодня Санкт-Петербург остается одним из самых «сетевых» городов – степень проникновения сетевых магазинов здесь составляет 80% розничного товарооборота.

К сетевым магазинам относят: гипермаркеты, супермаркеты и сетевые дискаунтеры. В Петербурге преобладают гипермаркеты среднего размера площадью от 11 701 до 15 800 м² – на их долю приходится более 30% рынка. Самой распространенной сетью является «Лента» (26,4%, или 14 гипермаркетов). Особенность размещения гипермаркетов в городе заключается в привязке к главным магистралям, по которым следует основной транспортный поток.

Знаете ли Вы рецепт успеха конкуренции?

Ведущие мировые предприятия мясной отрасли успешно ставят на CSB-System.



Приглашаем Вас принять участие в семинаре для предприятий мясной отрасли с наличием процессов:

- убой скота
- разделка / обвалка
- переработка

17 и 18 февраля 2011 года в Москве

IT-решение для всего
Вашего предприятия



CSB-System
INTERNATIONAL

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

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

e-mail: info@csb-system.ru
www.csb-system.ru

В Северной столице присутствует 21 сеть супермаркетов, под брендами которых действуют более 500 магазинов. Здесь открыто более 220 дискаунтеров, работающих под 14 сетевыми брендами. Самой крупной сетью является «Дикси» — на ее долю приходится более 40% рынка.



Как известно, месторасположение является одним из основных факторов влияющих на успех торговой точки. В связи с этим ритейлеры активно проводят геомаркетинговый анализ: делают оценку окружения магазина, рассчитывают потенциальный товарооборот. Можно выделить следующие общие принципы расположения сетевых магазинов: наличие поблизости потенциальных потребителей, хорошая представленность магазинов — должна быть организована «сеть», хорошие транспортные потоки, отсутствие конкурентов или «незанятость» территории.

Вместе с тем, проведенное в 2009 г. «Центром пространственных исследований» геомаркетинговое исследование и созданный на основе него бизнес-атлас «Продуктовый ритейл в Санкт-Петербурге» свидетельствует, что в городе все еще остаются территории-лакуны, жители которых не обеспечены продовольственными магазинами сетевого типа.

РБК. Исследования рынков

Четыре инвест-проекта в сфере животноводства

На Совете по инвестициям при губернаторе Саратовской области 15 декабря было представлено четыре проекта в сфере агропромышленного комплекса.



Предприятие «Агротехнологии» строит птицекомплекс в Татищевском районе мощностью 31,5 тыс. тонн мяса птицы в год. Общая сумма инвестиций — 10,7 млрд. руб., планируется создать 1 672 рабочих мест. По прогнозу, ежегодные налоговые отчисления в бюджеты

всех уровней планируются в сумме 730 млн. руб., рентабельность производства — 50%.

В Вольском районе в 2011-2013 гг. будет введен свиномкомплекс мощностью 60 тыс. голов в год и молочный комплекс на 1 800 голов коров. ООО «Энергетические проекты» (Санкт-Петербург) планирует вложить 2,3 млрд. руб., создать 203 рабочих места. Ежегодный объем продукции при выходе на проектную мощность — 15,3 тыс. тонн молока и 5,7 тыс. тонн мяса в убойном виде.

ГК «Рамфуд» (Москва) в 2011 г. начинает строить свиномкомплекс в Калининском районе на 75 тыс. свиней в год. Общий объем инвестиций — 1,4 млрд. руб. с планируемым объемом производства 5,5 тыс. тонн мяса в год. В Хвалынском районе продолжается ввод дополнительных очередей свиноводческого комплекса на 7,55 тыс. голов. Инвестор — компания «КОПИТАРИЯ» (Москва) — предусматривает к 2016 году выпускать 1 548 тонн свинины в живом весе. Объем инвестиций — 239 млн. руб.

СаратовИнформ

Племянница Чубайса вложила в розницу

Юлия Вебер-Чубайс, племянница гендиректора «Роснано» Анатолия Чубайса, вложила в новый бизнес. Она стала владелицей доли в ООО «Семейная ферма», которое будет заниматься розничной торговлей.



Юлии Вебер-Чубайс принадлежит 33% в «Семейной ферме», учрежденной летом прошлого года. Остальными 67% владеет некая Елена Томилина. Фирма будет заниматься главным образом розничной торговлей продуктами и сигаретами. Племянница Чубайса собирается также продавать домашнюю утку, фарфоровую посуду и ножи.

Сфера деятельности «Семейной фермы» близка к той, в которой работает другая компания, принадлежащая Вебер-Чубайс. В 2006 г. она основала ООО «Хлеботека» — первую немецкую хлебопекарню в Москве. Юлия также занимала должность директора по корпоративным вопросам и отношениям с государственными органами московского офиса Kraft Foods.

rosinvest.com

Спор о конкуренции

Арбитражный суд Москвы согласился, что Минэкономразвития РФ и Россельхознадзор ограничивали конкуренцию на рынке мяса, сообщает пресс-служба ФАС. Суд отказался удовлетворить требование МЭР о признании недействительными решения антимонопольного ведомства.

Весной этого года ФАС объявила, что в результате бездействия МЭР и Россельхознадзора участники внешнеэкономической деятельности не смогли реализовать свое право на переоформление лицензий, что могло привести к ограничению конкуренции. С жалобой в антимонопольную службу обратились «Генеральная продовольственная корпорация «Рубеж» и «Продимпорт», которые входят в ГК «Рубеж».



«Компании сообщили, что в течение 2006-2009 гг. неоднократно обращались в Минэкономразвития с просьбой переоформить лицензии на импорт мяса. Однако министерство отказывало в этом без проведения консультаций с государственными поставщиками», — отмечается в сообщении.

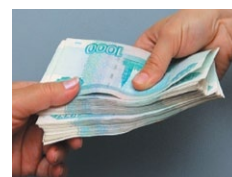
ФАС усмотрела признаки нарушения закона о конкуренции в том, что Россельхознадзор не сообщал МЭР о введении запрета на импорт мяса из-за неблагоприятной эпизоотической обстановки. «Нарушения закона о конкуренции имеются и в том, что Минэкономразвития не консультировалось с государственными поставщиками для возможности поставок мяса из других стран и переоформления на них лицензии», — резюмирует ФАС.

bfm.ru

МК «Тихорецкий» купил ростовский девелопер

Ростовский концерн «Покровский» купил 100% акций мясокомбината «Тихорецкий». Новые владельцы намерены максимально загрузить предприятие и продавать колбасные изделия в магазинах, принадлежащих «Покровскому».

Сейчас производственные мощности «Тихорецкого» загружены не полностью. Причиной является отсутствие собственной розничной сети и острая конкуренция на рынке, считают собственники.



Кроме «Тихорецкого», концерну принадлежит мясоптицекомбинат «Каневской» и мясокомбинат «Павловский». На последнем идет реконструкция. Его планируется запустить в декабре и наладить здесь первичную переработку мяса. Мощность убойного комплекса составит 250 голов свиней и 40 голов крупного рогатого скота в час. В то же время на «Каневской» убойный цех закроют, а освободившиеся площади отдадут под колбасное производство. На это уйдет около полугода. Что касается «Тихорецкого», то он не требует дополнительных инвестиций.

Помимо мясокомбината, компания приобрела ООО «Импульс» в Кущевском районе, которому принадлежит около 6 тыс. га пашни и 10 тыс. свиней. Концерну принадлежит около 100 торговых точек в Краснодарском крае. Он также занимается девелоперской деятельностью в Ростове.

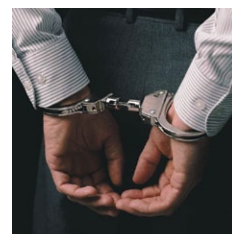
Кроме того, «Покровский» приобрел долю в сочинской компании «Алко-Профи», занимающейся оптовыми продажами продуктов питания. Он намерен через эту фирму продвигать продукцию своих мясокомбинатов на Черноморском побережье.

Живая Кубань

Гендиректор пойман на мошенничестве

Генеральный директор ОАО «Агрофирма «Ливенское мясо» Алексей Морозов и главный бухгалтер предприятия Валентина Степкина, пойманные на мошенничестве, следующие годы проведут в исправительных колониях общего режима.

Руководителя компании признали виновным в совершении мошенничества с использованием служебного положения в особо крупном размере. Его помощницей в этом деле выступала главный бухгалтер предприятия, которую наказали за пособничество. В ходе судебного разбирательства выяснилось, что с июля 2006 г. по апрель 2008 г. Морозов с помощью



Степкиной представил в областной Департамент аграрной политики подложные документы. Согласно им, сельхозпредприятие в рамках национального проекта «Развитие АПК» получило кредит, который был потрачен на нужды организации. В итоге, мужчине удалось противозаконным способом получить 14 млн. руб.

Мужчину приговорили к пяти годам лишения свободы, которые он проведет в исправительной колонии общего режима. В аналогичном месте лишения свободы следующие три года проведет и Степкина. Также бывшего гендиректора и бывшего главного бухгалтера обязали выплатить штраф в размере 500 тыс. руб. и 250 тыс. руб. соответственно.

vorle.ru



Эстония: Эстонский концерн Atria Eesti, объединяющий южно-эстонские мясокомбинаты, представил на рынке новую серию сосисок «Woro Wiiner» с меньшим содержанием жиров и рассчитывает изменить расстановку сил на рынке сосисок. Содержание жиров на 100 гр. продукта в классических сосисках «Wiiner» составляет 14 гр., а в куриных «Капавиинер» – всего 11 гр., что по сравнению с большинством конкурирующих товаров меньше на 21 и 45% соответственно. «В последние годы концерн добился лидерства на рынке гриль-колбас, теперь в наши планы входит усиление позиции в одном из важнейших для производителей мясных изделий и наименее зависимых от сезонности сегментов – сегменте сосисочных изделий», – сообщила **производственный директор Atria Eesti Арника Амбос**. Исследования показывают, что потребитель ждет альтернативной продукции на рынке сосисок, который до сих пор находился почти в монопольном состоянии.



Великобритания: Супермаркеты Tesco, которые являются основным покупателем (у фермеров) и продавцом мяса в Британии, недавно разместил на собственном веб-сайте информацию о том, что производство мяса требует гораздо большего расхода энергии и ресурсов, нежели выращивание овощей. Tesco призывает сократить потребление мяса и дает несколько практических советов. Компания теперь вынуждена открещиваться от таких заявлений – на Tesco сразу же обрушились с обвинениями и исками десятки поставщиков мяса со всей страны. Действительно, со стороны супер-

маркета, продающего мясо (а оно составляет более 50% всей прибыли), несколько опрометчиво призывать сократить его потребление. Социально ответственный бизнес это, конечно, хорошо, и забота об экологии и экономии ресурсов тоже, но кто захочет отдавать мясо на продажу тому, кто рекламирует вегетарианство?



США-Бразилия: Переговоры касательно продажи контрольного пакета акций производителя продуктов питания Sara Lee крупнейшему в мире переработчику мяса JBS пока не привели к намеченной цели. Компания Sara Lee в конце года отклонила предложение о поглощении со стороны JBS, сославшись на слишком низкую цену приобретения акций. Следует отметить, что компании ведут переговоры о заключении сделки в течение нескольких месяцев и уже пришли к соглашению по многим ключевым моментам контракта.



США: Компания Cargill вложила 8 млн. долларов в модернизацию своего предприятия по производству говядины во Фресно (США). Деньги пошли на осуществление недавно завершенных проектов по расширению мер обеспечения безопасности продуктов питания и по обновлению упаковочных линий. Примерно 3,8 млн. долларов США составили инвестиции в полное обновление и расширение нескольких линий по упаковке мясного фарша на заводе во Фресно. Готовая продукция – упаковки со свежим мясным фаршем – отправляется в рефрижераторах с завода компании Cargill на базы дистрибьюторов, а оттуда – на прилавки магазинов. Новое оборудование было установлено непосредственно на производстве, что дает возможность обеспечить более эффективную работу упаковочных линий и удовлетворить потребности клиентов.

Другая часть вложенных средств в размере 4,2 млн. долларов США, пошла на установку моечного оборудования для шкур от компании WMR (Water Management Resources). Это мойка для шкур на тушах крупного рогатого скота, где шкуры животных очищаются вращающимися щетками и слабым раствором брома, который убивает бактерии в самом начале производственного процесса. Мойка помогает удалить грязь, смывая ее с наружной стороны туши. При этом сводится к минимуму угроза потенциального заражения бактериями, которые представляют опасность для здоровья человека.

ZALTECH - МИР СПЕЦИЙ



Комплексные смеси специй, вкусо-ароматические композиции и функциональные добавки австрийской фирмы ZALTECH для производства:

- Всех видов колбас
- Копчено-вареных продуктов
- Полуфабрикатов
- Кулинарных изделий
- Маринадов

Москва	(495) 642-82-42
Санкт-Петербург	(812) 363-31-66
Астрахань	(8512) 33-74-76
Владимир	(4922) 34-66-11
Волгоград	(8442) 26-52-52
Краснодар	(861) 210-09-71
Казань	(843) 224-52-61
Липецк	(4742) 41-78-73
Новосибирск	(383) 363-03-70
Барнаул	(3852) 63-39-12
Томск	(3822) 40-56-96
Омск	(3812) 37-36-00
Саранск	(8342) 23-04-98
Самара	(8462) 64-26-08
Саратов	(8452) 35-11-88
Тамбов	(4752) 72-89-90
Челябинск	(351) 261-99-60
Ярославль	(4852) 72-18-85
Воронеж	(4732) 39-56-08
Нижний Новгород	(831) 275-82-54

Приглашаем к сотрудничеству региональных представителей.

Приглашаем на работу ТЕХНОЛОГА-МЕНЕДЖЕРА.

Эксклюзивный представитель ZALTECH в России ООО «БИОФУД СПАЙС»
Тел./Факс: (495) 642-82-42, (498) 602-76-40
e-mail: spices@biofood.ru

Автор: **Карл Райнргрубер**,
специалист компании

Компания: **Альми**

Семейные традиции и продуктовые инновации

С момента основания компании «Альми», которое произошло около восьми десятков лет назад, наш успех постоянно сохраняется в семье. Таким образом, опыт и ценности передаются из поколения в поколение.

Дела семейные

Сегодня «Альми» – семейное предприятие в третьем поколении. Комбинация инновационных продуктов и многолетнего опыта составляет основу успеха компании во всем мире.

Предприятие, основанное в Австрии, поставляет собственные продукты и технологии по всему миру. При этом никогда не забывает о своих корнях: производство «Альми» остается в австрийском городе Офтеринг, недалеко от Линца. Оно обеспечивает продуктами не только австрийские предприятия, но также позволяет экспортировать более 80% на зарубежные рынки. Самыми значимыми странами в структуре поставок являются Россия, Азия, Южная Африка и Европа.

Тренды продуктового рынка

Как в настоящее время, так и в течение ближайших пяти лет удобство использования будет являться для покупателя крайне важным критерием выбора. Потребители продолжают нуждаться в удобных продуктах, которые будут соответствовать их занятому образу жизни. Меняющиеся модели питания – потребитель все чаще пользуется возможностью пообедать вне дома или же приобретает в магазине готовые к употреблению блюда, которые достаточно лишь разогреть в микро-

волновой печи – становятся движущей силой продуктового рынка. Среди других ключевых факторов, определяющих предпочтения покупателей, можно назвать экономичность, вкусовые качества и свежесть, экологичность, функциональность, доступность продукта. Решение проблемы доступности позволяет потребителю защитить свои интересы, поскольку предполагает более широкие возможности выбора цен, торговых марок, видов продукции. А главным критерием, определяющим интерес потребителей к новинкам, является экономический фактор – способность за них заплатить.

Поиск уникальных вкусов приведет к распространению региональных и национальных кухонь по всему миру. Все большее значение в 2011 г. будет приобретать географическое происхождение компании-производителя: большинство предпочтет продукты питания и напитки местного производства.

Стремление к здоровому питанию – еще один важнейший фактор распределения потребительских предпочтений – отражает тенденцию, оказывающую значительное влияние на выбор участниками рынка стратегии развития на ближайшие пять лет. Поскольку на этом фоне пробле-



«Альми» – семейное предприятие в третьем поколении. Предприятие, основанное в Австрии, поставляет собственные продукты и технологии по всему миру.



мы со здоровьем, в частности, связанные с ожирением, обостряются, все большее внимание производители станут уделять контролю веса потребителей. В 2011 г. производители продолжают работу по снижению содержания в изделиях сахара, жиров и соли. Инновационные разработки в области ингредиентов позволяют мясопереработчикам сократить количество искусственных красителей и расширить использование в рецептурах натуральных добавок, специй и пряностей.

Важной тенденцией остается экологичность. Сохранение окружающей среды является частью долгосрочной стратегии многих производителей, которые по-прежнему уделяют повышенное внимание вопросам переработки и вторичного использования упаковки, пытаются заслужить доверие и признание покупателей.

Важно, что все перечисленные тенденции не только сочетаются между собой, но также являются взаимодополняющими и продолжающими одна другую, определяя направление для развития производителей продуктов питания в 2011 г.

Производитель – торговля: искусство диалога

Отношения производителя и розничной торговли традиционно время от времени испытывают затруднения, так как первые пытаются противостоять давлению со стороны ритейла. Розничные сети оказывают значительное влияние на поставщиков продуктов применительно к ключевым производственным параметрам, таким как ценообразование, условия оплаты и поставки. Крупные розничные компании продолжают усиливать свои позиции.

Понимание процесса управления товарными категориями, как и наличие доступа к ключевым данным об эффективности бизнеса, являются решающими факторами при построении отношений с представителями торговли. Ознакомление компаний с информацией о потребителе и ее анализ, а также проведение исследований, основанных на фактах, сегодня как никогда более актуальны.

Выбор россиян в пользу продуктов быстрого приготовления, высокой степени готовности, неизбежно повлечет за собой изменения отношений производитель – розничная компания. Благодаря расширению сетей об-

График 1. Решающие аргументы при покупке мяса, колбасы и шпика, 2009 г.

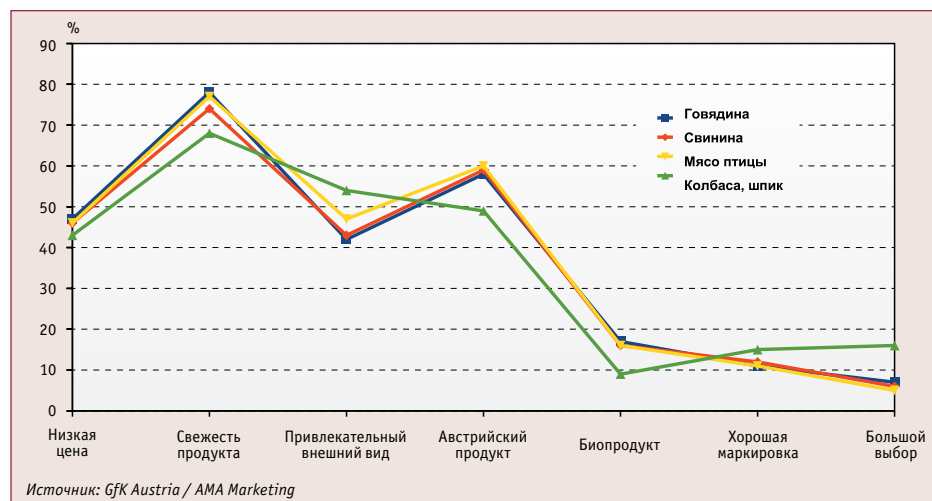
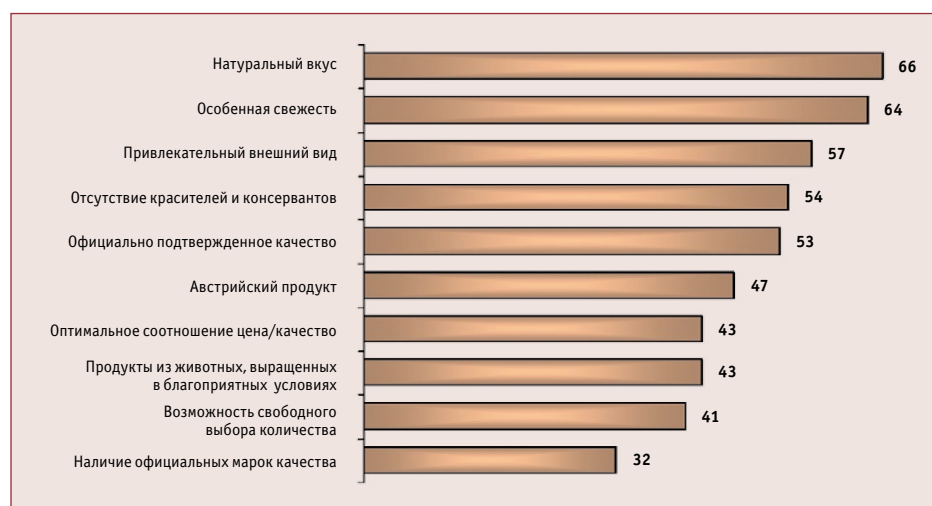


График 2. Требования потребителей к качеству колбасных изделий.



щественного питания концентрация розничной торговли уменьшится, что позволит снизить давление, оказываемое на производителей. Отметим, что розничные компании принимают ответные меры, среди которых увеличение ассортимента продукции «на вынос» и полуфабрикатов.

Одним из способов привлечения розничных компаний является поставка качественной инновационной продукции: независимо от существующих различий все сети уделяют внимание появившимся на рынке новинкам.

Кроме того, среди основных требований современной торговли: отсутствие неприятного запаха при открытии упаковки (запах защитного газа), сохранение вкуса и аромата продукта, стабилизация качества и увеличение сроков хранения (40-120 дней),

использование в рецептурах натуральных ингредиентов, предложение продуктов под собственными торговыми марками по выгодной цене, привлечение покупателей с помощью акций и специальных цен на сезонные товары.

Инновации. Заинтересованность. Надежность

Оправдать ожидания клиентов для компании «Альми» – дело чести. Мы используем все возможности, чтобы в кратчайший срок подобрать оптимальное решение при разработке продуктовой новинки. В этом нам помогает система ценностей, которой следует каждый из технологов компании: Надежность – Компетентность – Качество – Доверие – Заинтере-

сованность – Честность – Инновации – Партнерство – Надежность – Дружелюбие – Юмор.

Производителям, которые хотят добиться исключительного преимущества для своих колбасных и мясных продуктов, «Альми» предлагает инновационное решение, открывающее новые возможности в разработке продуктов: STIP – Smell & Taste the Innovation in Packaging! Его использование позволяет предлагать розничной торговле продукты, отвечающие всем современным требованиям.

«Альми» постоянно следит за актуальными разработками на рынке сырья: тестирует их, затем использует или дорабатывает. В этом заключается секрет инновационного лидерства компании.

Для сохранения уникальных качеств исходного сырья «Альми» использует при производстве смесей специй технологию холодного помола. При перемешивании основное внимание уделяется стабильности качества. Тщательно подобранная упаковка, а также современные упаковочные машины обеспечивают готовому продукту идеальную сохранность аромата. Весь процесс производства отслеживается и протоколируется, что позволяет избежать нежелательного смешивания. Для сохранности качества продукты подвергаются дополнительной конечной проверке.

Сертификаты ISO 9001:2008 и ISO 22000:2005, а также HACCP-концепт подтверждают, что клиенты «Альми» могут положиться на проверенную систему менеджмента качества и четко отлаженную согласованность технологических процессов. Благодаря сертификату Халяль от IIDZ – Austria в соответствии с ONR 142000 заказчики могут быть уверены в строгом соблюдении исламских предписаний в отношении питания и чистоты.

Сертификат Кашрут подтверждает соблюдение еврейский законов для продуктов питания.

Био-сертификат гарантирует, что продукты компании поставляются из контролируемых био-хозяйств, способствующих сохранению окружающей среды.

Главным критерием, определяющим интерес потребителей к уникальным продуктам и новинкам, является экономический фактор – способность за них заплатить.

Таблица 1. Имиджевые профили торговых марок и марок производителей.

Выгодная цена		Высокая цена
Известность		Неизвестность
Высокое качество		Невысокое качество
Сложное оформление		Простое оформление
Хорошая слава		Дурная слава
Хорошее соотношение цена/качество		Плохое соотношение цена/качество
Широкая доступность		Доступность
Можно доверять		Нет доверия
Много рекламы		Мало рекламы

Торговые марки — Марки производителей

Хронология «Альми»

1931 г. – Начало истории Альми: Альфред Миттермайр старший открывает мелочную лавку в городе Линц.

1934 г. – Открывается более крупный магазин в Линце. Во время Второй Мировой войны все дела ведет г-жа Фредерика, жена Альфреда Миттермайра.

1948 г. – «Альми» – одна из немногих компаний, получивших лицензию на производство нитритной соли. На фирме начинают работать сыновья: Альфред младший и Хайнц.

1972 г. – Переезд в город Леондинг. На новом предприятии больше места для техники, в том числе для больших мешалок. Начало процесса механизации упаковки.

1977 г. – «Альми» становится генеральным представителем фирмы Viskase-Industriedärme (оболочка для колбасных и мясных изделий) в Австрии.

1979 г. – Открытие филиала в Вене (Fleischmarkt St.Marx).

1980 г. – Первая поставка продуктов «Альми» в Иран.

1985 г. – Начало поставок в Южную Африку.

1989 г. – Начало освоение рынка экспорта в Восточной Европе.

1995 г. – Расширение предприятия в Леондинге. На площади в пять тысяч м² строится производственное помеще-

ние, оснащенное современной техникой для помола, перемешивания и упаковки специй.

1999 г. – Оборудование в Леондинге собственной лаборатории и экспериментального производственного цеха.

2001 г. – Продолжение освоения международного рынка: первые поставки в Румынию, открытие представительств в Белграде, Сербии-Черногории и Хорватии.

2004 г. – Открытие представительств в Болгарии.

2005 г. – Первые поставки в Азию: Иран, Тайланд, Китай. Начало строительства нового производства в городе Офтеринг, под Линцем.

2006 г. – Переезд главного офиса и производства в Офтеринг. «Альми» становится лидером продаж в России.

Предпочтения потребителей:

- Полуфабрикаты;
- Традиционные продукты (ГОСТ);
- Гипоаллергенные продукты;
- Продукты, не содержащие ГМО;
- Продукты из своего региона;
- Порционированный продукт (упаковки по 80 гр.).

Цели мясоперерабатывающих предприятий:

- Свежесть продукта до конца срока хранения;
- Оптимизация стандартов качества;
- Продукты без аллергенов и ГМО;
- Новые продукты с необычными вкусами;
- Простота приготовления/использования потребителем. **mc**



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

Гость:



Всеволод Вишневецкий,
председатель Санкт-Петербургской
общественной организации потребителей
«Общественный контроль»

Беседовала:



Виктория Загоровская

Борьба с ветряными мельницами

Около 30% продуктов питания не соответствуют нормам и данным маркировки, а 12,4% – показателям безопасности, установили в СПб ГУ «Центр контроля качества товаров, работ и услуг». По сравнению с 2009 годом доля небезопасных продуктов выросла на 3,4%. Больше всего их обнаружено в мясной и молочной продукции, сахаре и пищевых жирах.

О том, что нужно сделать, чтобы с прилавков магазинов исчез продовольственный фальсификат и как заставить предпринимателей соблюдать права потребителей, мы поговорили с **председателем Санкт-Петербургской общественной организации потребителей «Общественный контроль» Всеволодом Вишневецким.**

– Всеволод Борисович, поясните, с чем связано ухудшение качества продуктов питания в прошедшем году?

– Тенденция ухудшения качества продуктов питания в прошлом году имеет под собой объективные причины. Во-первых, с 1 февраля 2010 года была отменена обязательная сертификация продуктов питания, а с 1 июля отменена их гигиеническая оценка Роспотребнадзором.

До введения изменений в законодательство потребитель мог прийти в магазин и попросить сертификат соответствия. Сейчас он может попросить только декларацию о соответствии, которая введена вместо обязательного сертификата.

Вся ответственность за качество товара теперь лежит только на производителе. Орган по сертификации лишь заверяет эту декларацию. Затем вместе с товаром декларация отправляется в торговлю. Очевидно, что содержание этого документа полностью остается на совести изготовителя.

В орган по сертификации заявитель может принести протокол испытаний, сделанный в любой аккредитованной лаборатории – не важно, государственная она или нет. И сертифицирующие структуры, получив плату за процедуру регистрации декларации, не имеют права отказать заявителю в регистрации, если



он представил полный перечень документов.

Большинство барьеров в 2010 году было снято, и это сразу отразилось на качестве продуктов питания.

– С Вашей точки зрения, с какой целью ведется упрощение рецептов и чем это может обернуться в масштабах страны?

– Цель – насытить рынок дешевыми продуктами питания. В феврале прошлого года, когда отменили сертификацию, Президент России Дмитрий Медведев подписал Доктрину продовольственной безопасности. Однако пока этот документ носит декларативный характер, по-

скольку в ее развитие пока еще не принято никаких подзаконных актов.

Задача Доктрины не проста – через несколько лет добиться того, чтобы страна полностью обеспечивала себя самыми необходимыми продуктами питания. Но сделать это без серьезных изменений в сельскохозяйственном секторе, без перераспределения финансовых потоков невозможно. Одним документом проблему продовольственной безопасности не решить.

Сельское хозяйство в течение многих лет разрушалось. Молодежь, которая является потенциальными кадрами АПК, мигрирует из села в большие города. И это неудивительно, ведь в сельской местности совсем не развита инфраструктура – все усилия брошены на развитие мегаполисов.

В результате мы сегодня сидим на импортной игле по очень многим направлениям. Мы до сих пор завозим племенных кур из Голландии и коров из Австралии. Страна испытывает дефицит в племенном КРС и в племенной птице. И все регламенты и послабления нужны для того, чтобы хоть как-то удержать на плаву отечественного производителя. Главное – накормить страну. Любыми путями.

Хочу заметить, что нельзя обвинять в несоблюдении ГОСТов только одних изготовителей. Им просто негде взять охлажденное мясо по доступной цене в необходимых объемах. Отечественное животноводство может им в этом помочь только на 15-20%, все остальное – импортное сырье. Пока в рамках реализации положений Доктрины продовольственной безопасности в стране не возродится сельское хозяйство, способное самостоятельно прокормить население, о «той самой» «Докторской» можно только мечтать.

– Но ведь у нас существуют контролирующие органы, в частности, Роспотребнадзор, который вправе налагать штрафы на недобросовестных произво-

дителей и принимать решения об удалении продукции с рынка...

– Причины ухудшения качества, как раз, во многом связаны с сознательным уходом государства из сферы госнадзора и регулирования рынка. С 2005 года в России действует Федеральный закон «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля». Согласно этому документу, плановые проверки изготовителей могут происходить не чаще, чем раз в три года, причем все они должны согласовываться с прокуратурой, а график их должен быть вывешен на сайте прокуратуры не позднее чем за год до их проведения. Более того, проверяющий орган обязан предупредить предпринимателя о проверке за три дня до ее проведения. Очевидно, что картина на проверяемом объекте будет необъективной.

Если раньше Роспотребнадзор мог самостоятельно приостанавливать производство или торговую точку на срок до 90 суток, то теперь он может это делать только по решению суда. Если раньше сотрудники госконтроля могли наложить на изготовителя штраф своим постановлением, то теперь штрафы также может налагать только суд.

Обратим внимание на штрафные санкции. Максимальный штраф на гендиректора, который, например, выпустил товар без молока, составляет 5 тыс. руб. Предприятие за такое нарушение штрафуют на 50 тыс. Но суды, как правило, идут навстречу бизнесу и штрафуют директоров, а не юридические лица.

В Белоруссии, например, за однократное нарушение стандартов пищевое предприятие лишается права в дальнейшем выпускать данный вид продукции. У российских же предпринимателей нет стимула работать по закону – им проще заплатить 5 тыс. руб. штрафа и дальше продолжать обманывать покупателей.

Когда с 1 февраля отменили обязательную сертификацию, вице-премьер Виктор Зубков заявил о необходимости внести в КоАП поправки, ужесточающие ответственность изготовителей и продавцов за реализацию некачественной продукции. Этого не сделано до сих пор. В Госдуме очень мощное лобби продовольственных монополий, которые этому противостоят.

ПРЯМАЯ РЕЧЬ

Всеволод Вишневецкий:

«Необходимо обязать Роспотребнадзор вывешивать на сайте полную информацию о проводимых надзорных мероприятиях. Ведь отсутствие информации – это один из признаков коррупции».



Сейчас в Думе пытаются провести поправки в КоАП, устанавливающие большие штрафы за нарушения положений закона «О торговле», в частности за навязывание условий поставщикам. Там предлагается ввести действительно серьезные штрафы – до 1 млн. руб. Документ до сих пор еще не принят, хотя внесен Правительством РФ.

Роспотребнадзор ограничились во всем. Они не могут проводить проверки без санкции прокуратуры. Если инспектора госконтроля нарушат какую-либо процедуру, их самих могут привлечь к ответственности. Поэтому недобросовестный бизнес прекрасно себя чувствует, нарушая положения законодательства.

Для того, чтобы ситуация изменилась к лучшему, нужно менять законодательную базу. Главный документ, который регулирует механизмы контроля качества – ФЗ №29 от 02.01.2000 года «О качестве и безопасности пищевых продуктов». Это базовый закон – один из первых, подписанных Владимиром Путиным в должности президента. В нем сказано, что в обороте могут находиться только те пищевые продукты, состав которых соответствует нормативным требованиям, и не могут находиться продукты, состав которых нормативным требованиям не соответствует. К последним относятся и те пищевые продукты, которые не имеют необходимых сопроводительных документов, маркировки, содержащей сведения о товаре и сроках годности.

Сегодня этот закон не работает, и компании продолжают реализовывать товар, который не отвечает требованиям законодательства.

– В конце 2009 года «Общественный контроль» проводил проверку качества вареных колбас и сосисок, которая выявила грубые нарушения производителей. В декабре 2010 года была организована повторная экспертиза. Что можно сказать по ее результатам?

– Независимая экспертиза 2009 года выявила массу нарушений, допущенных производителями колбас и сосисок: во многих образцах продукции было занижено содержание белка, в составе других обнаружена соя, крахмал и загустители, информация о которых отсутствовала на этикетке.

Материалы проверки были направлены в Управление Роспотребнадзора по Ленинградской области, которое, проводя собственное расследование, привлекло компанию «Пит-Продукт» к административной ответственности в виде штрафа на общую сумму 22 тыс. руб.

Результаты повторной экспертизы показали, что по сравнению с 2009 годом ситуация практически не улучшилась: обязательным требованиям не соответствуют 70% образцов продукции.

В этот раз процедуру закупки колбас и сосисок было решено проводить совместно с представителями предприятий розничной торговли. На пред-

Обязательным требованиям не соответствуют 70% образцов вареных колбас и сосисок, отобранных в магазинах Петербурга.

ложение «Общественного контроля» откликнулись сразу две крупные торговые сети – «Окей» и «Квартал». Отмечу, что торговые сети начали еще в 2009 году реагировать на сигналы «Общественного контроля». В частности, один из крупнейших ритейлеров России X5 Retail Group вывел из колбасной матрицы ряд позиций, опираясь на результаты наших исследований.

Приобретенные образцы были переписаны, упакованы в сейф-пакеты, опломбированы, поделены на две равные части и доставлены в две аккредитованные государственные испытательные лаборатории – ФГУ «Тест-С.-Петербург» и ФГУ «Ленинградская межобластная ветеринарная лаборатория». Полученные протоколы испытаний подтвердили наши опасения: ситуация с качеством колбасной группы практически не поменялась в лучшую сторону.

Нарушители – все те же. В колбасе «Докторская» от компании «Пит-Продукт» превышено содержание соли, влаги, снижен белок, обнаружен крахмал. В прошлом году в «Докторской» были обнаружены соевый белок и загуститель каррагинан. Те же компоненты, не предусмотренные рецептурой, обнаружены и в сосисках «Сливочные».

Как и в прошлом году, выявлены нарушения в продукции ТМ «Велком» (ОАО «Павловская слобода», Московская обл.). В частности, специалисты ФГУ «Тест-С.-Петербург» в колбасе «Докторская» обнаружили влагоудерживающий компонент каррагинан. В прошлом году к вареной группе ТМ «Велком» были также другие замечания: в сосисках «Молочных» обнаружили соевый белок, а в «Любительской» и «Русской» колбасах – загуститель камедь и влагоудерживающий компонент каррагинан.

Также забракованы колбасы и сосиски «Кронштадского мясоперерабатывающего завода», который недавно поменял собственника, сменив юридическое название с ООО «Эверест» на ООО «Перспектива», и провел ребрендинг продукции. Огорчили результаты проверки качества колбас и сосисок, выпущенных заводом «Парнас».

Но более остальных удивил в этот раз образец «Докторской» от «МПК «Атяшевский». Влага в нем просто зашкаливала – 75% при норме «не более 65%», содержание белка оказалось самым низким из всех исследованных проб – 9,91% вместо «не менее 13%». Букет нарушений украсили крахмал и крахмалосодержащие зерновые компоненты, а также загуститель камедь.

Тем не менее, после экспертизы 2009 года многие петербургские производители улучшили качество колбасных изде-

Результаты мониторинга качества образцов колбас и сосисок, декабрь 2010 г.

№	Изготовитель	Продукция	Лаборатория	Соответствие ГОСТ Р 52196-2003	Лаборатория	Соответствие ГОСТ Р 52196-2003
1.	ОАО «Царицыно»	Колбаса «Докторская»			ФГУ «Тест-С.-Петербург»	Соответствует
2.	ООО «МТЗ «КампоМос»	Колбаса «Молочная»	ФГУ «ЛМВЛ»	Соответствует	ФГУ «Тест-С.-Петербург»	Соответствует
3.	ООО «МТЗ «КампоМос»	Сосиски «Молочные»	ФГУ «ЛМВЛ»	Соответствует		
4.	ООО «Мясные деликатесы», ТМ «Шеф-Повар»	Сосиски «Молочные»	ФГУ «ЛМВЛ»	Соответствует	ФГУ «Тест-С.-Петербург»	Соответствует
5.	ООО «Мясные деликатесы», ТМ «Шеф-Повар»	Колбаса вареная «Докторская»	ФГУ «ЛМВЛ»	Соответствует	ФГУ «Тест-С.-Петербург»	Соответствует
6.	ОАО «Великоновгородский мясной двор», ТМ «Новгородский бекон»	Сосиски «Молочные»	ФГУ «ЛМВЛ»*	Не соответствует выявлен загуститель камедь		
7.	ОАО «Великоновгородский мясной двор», ТМ «Новгородский бекон»	Колбаса вареная «Докторская»			ФГУ «Тест-С.-Петербург»	Не соответствует В массе фарша присутствуют крахмалосодержащая добавка и каррагинан.
8.	ООО «Мясокомбинат «Павловская слобода» ТМ «ВЕЛКОМ»	Колбаса вареная «Докторская»			ФГУ «Тест-С.-Петербург»	Не соответствует Обнаружен каррагинан
9.	ОАО «Клинский мясокомбинат»	Сосиски «Молочные»	ФГУ «ЛМВЛ»	Не соответствует Обнаружены крахмал и крахмалосодержащие зерновые компоненты, загустители каррагинан и камедь		
10.	ООО МПК «Атяшевский» ТМ «Атяшево»	Колбаса вареная «Докторская»	ФГУ «ЛМВЛ»	Не соответствует Обнаружены крахмал и крахмалосодержащие зерновые компоненты, загустители камедь	ФГУ «Тест-С.-Петербург»	Не соответствует Занижен белок, обнаружены загустители – камедь и каррагинан
11.	ООО «Пит-Продукт»	Сосиски «Молочные»	ФГУ «ЛМВЛ»	Не соответствует Обнаружены крахмал и крахмалосодержащие зерновые компоненты		
12.	ООО «Пит-Продукт»	Колбаса вареная «Докторская»	ФГУ «ЛМВЛ»	Не соответствует Обнаружен крахмал		

лий, общий процент выбраковки в 2010 году стал несколько ниже. Например, нет замечаний у «Инея», «Петербурженки», «Микояна».

Результаты проверки направлены в Управление Роспотребнадзора по Ленинградской области, также о наличии на прилавках продукции сомнительного качества извещены торговые сети.

– На чьи плечи должна быть возложена работа по защите потребителей от некачественной продукции? И какова роль общественных объединений в процессе контроля качества?

– Если государство сознательно ограничивает себя в сфере регулирования бизнеса, то необходимо создавать гражданские институты, которые должны взять на себя заботу по защите прав населения от некачественной продукции. И тут, на мой взгляд, пальма первенства принад-

лежит общественным объединениям потребителей. Но у нас очень мало прав и возможностей. Те, что есть, – во многом декларативные.

Самый главный для нас закон – это закон «О защите прав потребителей». И он, как раз, регламентирует действия общественных объединений потребителей. Так, в п. 2 ст. 45 «О защите прав потребителей» написано, что общественные объединения потребителей имеют право проводить независимые экспертизы и распространять их результаты через СМИ. Но в этом законе не расшифрованы механизмы проведения таких экспертиз. И многие наши иски рассыпаются под давлением юристов со стороны производителей продуктов питания, которые находят лазейки в законодательстве.

Также не урегулированной процедурой остается закупка образцов. Мы как обычные потребители идем в магазин и поку-

паем то, что видим на прилавке. Но нам говорят, что мы должны совершать закупки по ГОСТу, регламентирующему порядок отбора проб, как это делают государственные органы. Иногда говорят о том, что на экспертизу мы предоставляем не тот образец, который закупили, намекая на необъективность выводов испытательных лабораторий.

Мы бы хотели, чтобы в России к общественным объединениям потребителей относились более уважительно. На Западе от оценки качества той или иной продукции обществами потребителей зависит очень многое. А мы сегодня боремся с ветряными мельницами.

Пока в России не будут созданы гражданские институты, призванные осуществлять контроль качества и финансируемые из бюджета правительства, ситуация с некачественными продуктами питания, заполонившими рынок, не изменится. **мс**

Результаты мониторинга качества образцов колбас и сосисок, декабрь 2010 г.

№	Изготовитель	Продукция	Лаборатория	Соответствие ГОСТ Р 52196-2003	Лаборатория	Соответствие ГОСТ Р 52196-2003
13.	ООО «Микояновский мясокомбинат» ТМ «Микоян»	Колбаса вареная «Докторская»	ФГУ «ЛМВЛ»	Не соответствует Обнаружен загуститель – камедь		
14.	ОАО «Великолукский мясокомбинат»	Колбаса вареная «Телячья»			ФГУ «Тест-С.-Петербург»	Соответствует
15.	ОАО «Великолукский мясокомбинат»	Сосиски «Сливочные»			ФГУ «Тест-С.-Петербург»	Соответствует
16.	ООО «Перспектива» ТМ «Кронштадтский»	Сосиски «Молочные»	ФГУ «ЛМВЛ»	Не соответствует В массе фарша присутствует растительный белок – соевый изолят.	ФГУ «Тест-С.-Петербург»	Не соответствует В массе фарша присутствует растительный белок – соевый изолят.
17.	ООО «Перспектива» ТМ «Кронштадтский»	Колбаса вареная «Молочная»	ФГУ «ЛМВЛ»	Не соответствует Обнаружен загуститель – камедь		
18.	ОАО «Парнас-М»	Колбаса вареная «Докторская» Иzg. 17.11.2010	ФГУ «ЛМВЛ»	Не соответствует Завышена влага, занижен белок,	ФГУ «Тест-С.-Петербург»	Не соответствует Завышена влага, информация на оболочке «не менее 81% мяса» вводит потребителя в заблуждение
19.	ОАО «Парнас-М»	Колбаса вареная «Докторская» Иzg. 21.10.2010			ФГУ «Тест-С.-Петербург»	Не соответствует Завышена влага, информация на оболочке «не менее 81% мяса» вводит потребителя в заблуждение
20.	ОАО «Парнас-М»	Сосиски «Молочные»			ФГУ «Тест-С.-Петербург»	Не соответствует Батончики с наличием мутной жидкости в упаковке и желеобразной массой в оболочке сосисок, информация на оболочке «не менее 81% мяса» вводит потребителя в заблуждение, в массе фарша присутствует растительный белок – соевый изолят.
21.	ОАО «Парнас-М»	Сосиски «Сливочные»			ФГУ «Тест-С.-Петербург»	Не соответствует Батончики с наличием мутной жидкости в упаковке и желеобразной массой в оболочке сосисок, информация на оболочке «не менее 81% мяса» вводит потребителя в заблуждение, в массе фарша присутствует растительный белок – соевый изолят.
22.	ООО «Озерецкие колбасы»	Сосиски «Сливочные»	ФГУ «ЛМВЛ»	Не соответствует В массе фарша присутствует растительный белок – соевый изолят		
23.	ООО «МДБ»	Сосиски «Молочные»	ФГУ «ЛМВЛ»	Не соответствует В массе фарша присутствует растительный белок – соевый изолят, загуститель – камедь.		
24.	ООО «Фабрика кухня Ладога»	«Колбаса молочная»			ФГУ «Тест-С.-Петербург»	Соответствует

Санкт-Петербургская общественная организация потребителей «Общественный контроль»



Компания: **ООО «Компания Стайлаб»**,
 тел./факс: +7 (495) 662-64-15, 707-28-68, (499) 256-23-13
 e-mail: info@stylab.ru
 www.stylab.ru

Эффективный микробиологический контроль

Сегодня, когда остро стоит вопрос обеспечения устойчивого качества выпускаемых мясных продуктов, использование предприятиями мясной промышленности традиционных методик микробиологического контроля зачастую недостаточно эффективно.

Компания «Стайлаб» предлагает широкую линию современных высокоэффективных технологий микробиологического анализа, официально утвержденных в статусе Методических указаний и Методических рекомендаций Минсельхоза России, Роспотребнадзора и Россельхозакадемии.

Прием, позволяющий существенно облегчить исследования санитарно-гигиенического состояния объектов окружающей среды, мяса и мясных продуктов – это использование питательных сред в удобном готовом формате. Так, для ускоренного микробиологического контроля в лабораториях мясокомбинатов, на фермах и продуктовых рынках, широкое распространение получили подложки RIDA®COUNT с пластифицированными хромогенными питательными средами.

С помощью подложек RIDA®COUNT выполняется количественный учет санитарно-показательных, условно патогенных и патогенных микроорганизмов, а также микроорганизмов порчи при анализе проб продовольственного сырья и готовой продукции, поверхности рук, тары, упаковки, технологического оборудования, проб воздуха и воды. Среди преимуществ – чрезвычайная гибкость и простота использования, возможность широкого применения, особенно в производственных и полевых условиях, сокращенное время исследования, доступная цена.

Подложка RIDA®COUNT представляет собой четырехслойный сэндвич. Тонкий слой пластифицированной хромогенной питательной среды на гибкой подложке покрыт специальным нетканым материалом, обеспечивающим превосходное впитывание образца и равномерное распределение исследуемых растворов по поверхности среды. Съемная прозрачная покровная пленка обеспечивает

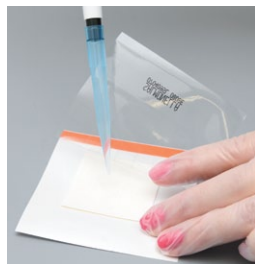


Схема определения общего микробного числа, бактерий семейства Enterobacteriaceae, колиформных бактерий (БГКП), кишечной палочки, сальмонелл, стафилококков, дрожжей и плесневых грибов.

стерильность подложки и предохраняет ее от перекрестного загрязнения в процессе пробоотбора и при инкубации.

Разработаны и серийно выпускаются восемь типов подложек RIDA®COUNT с пластифицированными хромогенными питательными средами. Варианты их использования разнообразны – это может быть внесение смывов с мясного продукта или сырья, протирка поверхности инструмента или оборудования, исследование воды после мембранной фильтрации, а также анализ воздуха путем простого экспонирования подложки в рабочей зоне. Предварительно, с помощью фломастера, на подложке записываются необходимые данные о пробе и/или точке пробоотбора. Подготовленные подложки помещают в портативный инкубатор. По окончании инкубации выросшие цветные колонии подсчитывают или просто сравнивают полученный результат с интерпретационными картами, поставляемыми вместе с подложками RIDA®COUNT.

Пластифицированные хромогенные питательные среды RIDA®COUNT получили широкое признание среди микробиологов, особенно на предприятиях, которые не имеют возможности постоянно отправлять пробы на анализ в областные и районные лаборатории, однако, тем не менее, заинтересованы в высоком качестве выпускаемой продукции.

Подложки RIDA®COUNT утверждены федеральными службами государственного надзора России (МУК № 5-1-14/973, МР № 02.011-06) и активно используются передовыми предприятиями мясной промышленности для входного контроля сырья, проверки качества и безопасности готовой продукции, при санитарно-гигиеническом мониторинге производственных помещений, технологического оборудования, тары, упаковки, рук персонала, а также для оценки эффективности дезинфекционных мероприятий.

Особенно эффективно применение RIDA®COUNT'ов при разработке и обеспечении эффективного функционирования системы менеджмента безопасности пищевых продуктов ХАССП (НАССР), все шире внедряемой на предприятиях мясной промышленности в России. ■



Инновации в упаковке свежего мяса



Оптимальное созревание и аппетитный внешний вид

Новая система вакуумной упаковки TenderPac с двумя секциями создает оптимальные условия для созревания мясных продуктов и обеспечивает привлекательную вертикальную презентацию свежего мяса на прилавках магазинов самообслуживания. Мясной сок, возникающий в процессе созревания мяса, впитывается абсорбирующим материалом, который находится во второй, невидимой для покупателя, секции упаковки. Это позволяет гигиенично складировать продукт и гарантирует аппетитный внешний вид на протяжении всего срока хранения.



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



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

СИСТЕМНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ МЯСНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

- ▶ **ЭКСПРЕСС-КОНТРОЛЬ МОЙКИ И ДЕЗИНФЕКЦИИ** по остаточному белку и по АТФ (МУК 13-5-02/0974, ГСЭН МЗ РФ 115-16/522-04), УСКОРЕННЫЙ контроль санитарно-показательных, условно-патогенных и патогенных микроорганизмов, а также микроорганизмов порчи по ГОСТ Р 52833 – 2007 (ИСО 22174:2005), МР 02.011-06 и МУК 5-1-14/973
- ▶ Определение **ИНГИБИРУЮЩИХ ВЕЩЕСТВ** по MLG 34.02 USDA, AOAC (сертификат № 060601), AFNOR (сертификат № DSM-28/1-06-06)
- ▶ Определение **САЛЬМОНЕЛЛ** и **ЛИСТЕРИЙ** методом иммуноферментного анализа по МР 02.013-06, МР 02.012-06
- ▶ Определение **ДИОКСИНОВ** и **ПОЛИХЛОРИРОВАННЫХ БИФЕНИЛОВ**
- ▶ Определение **АНТИБИОТИКОВ** по МУК 4.1.1912-04, МУК 4.1.2158-07 и МУК 5.1.14/1005, МУ 3049-84 и в соответствии с руководством USDA/FSIS для микробиологических лабораторий
- ▶ Определение **ГОРМОНОВ** по МУК 13-7-2/1868, МУК 13-7-2/1869, МУК 13-7-2/1870, МУК 13-7-2/1871, МУК 13-7-2/1872 и МУК 13-7-2/1873
- ▶ Определение **ГМИ** по МУК от 8.03.2004, МУК 4.2.1902-04, МУК 4.2.1913-04, ГОСТ Р 52173-2003, ГОСТ 53214-2008, ISO 21569:2005, ISO 21570:2005, ISO 21571:2005 и ISO 24276:2006
- ▶ Определение **СЫРЬЕВОГО СОСТАВА** по ГОСТ Р 52723-2007
- ▶ Определение **ВИДОВОЙ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ** мяса по МУК 5-1-14/1004
- ▶ Определение **СОИ** в мясных продуктах по AOAC 988.10
- ▶ Определение **ВИТАМИНОВ** и **АМИНОКИСЛОТ**
- ▶ Определение **АЛЛЕРГЕНОВ**
- ▶ Определение **АКТИВНОСТИ ВОДЫ** по ISO 21807:2004 (устойчивость продукции к микробиологической порче)
- ▶ Индикаторный **КОНТРОЛЬ ТЕМПЕРАТУРНЫХ УСЛОВИЙ** перевозки и хранения

Подключаем к межлабораторным сличительным испытаниям **FAPAS®**



123022, Москва, Звенигородское ш.5, СТАЙЛАБ
тел./факс (495) 662-64-15, 707-28-68,
(499) 256-23-13
телефон (495) 729-17-04
info@stylab.ru



Автоматизация для большей производительности

AHL 1200 – полностью автоматическая линия для навешивания – обеспечивает точное размещение колбасных батонов на копильных палках. Оптимизация автоматического процесса уменьшает количество операторов и заметно увеличивает прибыль.

Высокая рентабельность автоматической навески обеспечивается максимальной загрузкой копильных палок. AHL 1200 надежно нанизывает колбасные батоны на копильные палки длиной от 800 до 1,200 мм в строго заданном порядке. Могут использоваться все индивидуальные типы стальных копильных реек диаметром до 33 мм. Машина способна за минуту нанизывать до 100 петель для калибра 40 мм, до 8 копильных палок по 11 колбасных батонов на каждой. Машина механически и электрически состыкована с автоматом двойного клипсования FCA. Прочная и компактная конструкция гарантирует загрузку до 25 кг колбасных изделий на одну копильную палку.

Оснащение автоматической централизованной смазочной системой – непрерывность этапов сервисного обслуживания, эффективное устранение простоев.

Таким образом обеспечиваются высочайшие стандарты безопасности и возврат инвестиций, поскольку минимизируется время технического обслуживания и время простоев, что «автоматически» увеличивает производительность. **P**

Poly-clip System GmbH & Co. KG
Westerbachstraße
60489 Frankfurt/Germany
Тел.: +49 69 78 06-341
Тел./факс: +49 69 78 06-11341
E-mail: marketing@polyclip.de
www.polyclip.com

С 2018 года отменяется кастрация поросят

Отраслевые объединения сельскохозяйственных товаропроизводителей и предприятий пищевой промышленности Европейского Союза договорились с организациями по защите животных об отмене кастрации поросят начиная с 1 января 2018 г.

Введение этой нормы в действие обусловлено необходимостью защиты животных, в особенности кабанов, которые в молодом возрасте подлежат кастрации с целью предотвращения неприятного запаха и, следовательно, низкого товарного качества мяса.

К моменту отмены кастрации в ЕС должны быть разработаны средства быстрого отслеживания такого запаха на бойнях. Текущая практика по недопущению попадания мяса с неприятным запахом на прилавки магазинов ЕС заключается в использовании на бойнях «электронного носа», отслеживающего те части туши, которые в связи с «запахом» нужно отделить. Од-

нако в скором будущем с «проблемой запаха» будут бороться другими методами.

Немецкие, голландские, французские, датские фермеры и отраслевые организации вместе с Европейской группой по защите животных утвердили решение, согласно которому начиная с 2018 г. фермеры должны осуществлять соответствующий уход за свиньями с применением определенных спо-



собов кормления и хорошего отношения к животным. Планируется ввести соответствующие приборы для оценки и измерения запаха мяса хряков. Также будет минимизироваться агрессивное и сексуальное поведение хряков во время разведения, транспортировки и перед убоем.

На промежуточном этапе, начиная с 1 января 2012 г., кастра-

ция поросят мужского пола по всей территории ЕС должна происходить только под наркозом или с применением обезболивающих средств. Внедряя эту норму, страны-члены ЕС берут пример с Нидерландов и Германии, где уже с 2011 г. применение обезболивающих средств во время кастрации стало обязательным, согласно стандарту качества QS. Достижение определенных стандартов качества с помощью соответствующих методов кормления и отношения к животным является перспективным – и это давно не новость. Немецкие фермеры применяют в кормлении картофельный крахмал, который понижает в жировой ткани содержание скатола, отвечающего за образование запаха. Украинским же производителям мяса свинины необходимо присоединиться к прогрессивным методам ухода за животными, если они планируют в перспективе выходить с собственной продукцией на рынки ЕС.

Экономические новости

Ученые США найдут вакцину от ящура



Ученые США нашли способ борьбы с экономически опасными болезнями животных, от которых страдает КРС во многих странах мира и которые опасны для человека при употреблении мяса в пищу.

Американские ученые нашли причину появления вируса, который вызывает такое заболевание скота, как ящур. Это открытие может привести к разработке новых вакцин для контроля и ликвидации заболевания у животных.

Исследование проводилось учеными в целях поддержания программы продовольственной безопасности. Ученые обнаружили, что после нескольких часов после контакта с вирусом через носовой проход животного, вирус поражает эпителиальные клетки носоглотки. Теперь, когда ученые знают точный маршрут вируса ящура, ветеринары могут применить терапевтические контрмеры против заболевания и приступить к разработке вакцин. Следующие этапы в работе ученых будут связаны с пониманием того, почему именно эпителиальные клетки более подвержены воздействию это-

го заболевания, и с поисками способов избежать заражение.

ИА Казах-Зерно

Ничего мясного на упаковке

Сеть ресторанов El Gaucho выпустила линейку мясных продуктов под одноименным названием. Дизайном упаковки занимались специалисты студии Blendit (Израиль).



«Мы полностью положились на репутацию бренда. При разработке дизайна ключевыми изображениями стали поварские нож и разделочная доска как символ начала путешествия к отличному стейку. Мы предпочли отобразить не само мясо, а то, что окружает его в процессе приготовления».

«Идея воплощена, действительно, творчески. Потребитель всегда интересуется, как именно готовится еда, которую он намеревается купить. А тут сразу представляешь себе кухню, где повар мастерски разделяет на доске элитный кусок мяса, даже аромат слышишь, – комментирует Александр Зайцев, заместитель генерального директора по маркетингу ТД «Талина». – Уверен, продукт быстро найдет своего потребителя. Наверное, было бы еще интереснее, если бы производитель сделал жесткую подложку, брендированную как разделочная доска, выложил на нее фарш и упаковывал в вакуум. Тем самым добился бы 100% восприятия мяса, лежащего на доске».

Unipack.Ru

Евросоюз исследует безопасность ароматизаторов

Европейское управление безопасности пищевых продуктов (ЕУБПП) выразило сомнение в степени безопасности ряда ароматических веществ, ожидающих получение разрешения на использование в пищевой промышленности ЕС, заявив о необходимости проведения дальнейших научных исследований по изучению их влияния на человеческий организм.

Европейскими регулирующими органами продолжается исследование более 2 600 ароматизаторов и ароматических систем на предмет последующего составления единого списка веществ, разрешенных

к использованию в пищевой промышленности ЕС.

Последние заключения, опубликованные недавно ЕУБПП, касаются ароматизаторов на основе фурана, изучаемых экспертами еще с 2000 г. Их основной целью стала оценка необходимости проведения дальнейших исследований для определения степени безопасности ароматических веществ, часть которых уже разрешена к обороту на территории ЕС.

Сообщается, что из 33 веществ, рассматриваемых в данной группе, сомнения в безопасности присутствовали, по меньшей мере, в девяти случаях, главных образом из-за нехватки достоверных научных данных. В остальных случаях Европейским управлением было вынесено решение об отсутствии каких-либо угроз безопасности для потребителя, ассоциирующихся с употреблением пищевой продукции, содержащей данные ароматические вещества.

Таким образом, в «группу риска» попали такие вещества, как сульфид дифурфурила,

2-метилтетрагидрофуран, диметилтетрагидро и ряд других, окончательное решение по которым будет принято позже.

foodcontrol.ru

Мусульмане и иудеи против

ЕС предложил законопроект, предусматривающий обязательную маркировку всего халяльного или кошерного мяса – т. е. мяса животных, не приведенных в бесчувственное состояние перед забоем. К вящему неудовольствию мусульманских и иудейских организаций.



Масла в огонь подливают, как обычно, ультра-правые – против забоя скота в соответствии с шариатом активно выступают Английская лига защиты и Британская национальная партия, назвавшая его «варварской и отвратительной исламской традицией». Кошерное мясо, забываемое тем же способом и дозволенное мусульманам так же, как иудеям халяль, правые обходят молчанием.

Председатель Комитета по мониторингу халяльной продукции Юнус Дудвала считает, что «забота о животных» – только средство направить внимание доверчивой публики в нужное кому-то русло, учитывая относительное

отсутствие интереса, например, к разведению скота и птицы индустриальными методами, условиям транспортировки животных.

Юнус Дудвала заявил, что не возражал бы против маркировки мяса животных, забитых в нормальном состоянии, если бы на всей остальной мясной продукции указывалось, каким именно методом животное было доведено до бесчувствия – газом или с помощью электрошока. Но на такое никто не пойдет, отмечает он, ведь покупатели просто не смогут это есть.

Ислам News

Страсти вокруг этикеток

Недавно в Европарламент поступил пакет законодательных инициатив от членовников Европейского Союза. Далеко не все из них были встречены тепло со стороны законодателей.

Amount Teneur	Prepared / 1/2 emballage
Calories / Calories	
Fat / Lipides 4.5 g*	% Daily Value
Saturates / saturés 2.5 g	
+ Trans / trans 0.2 g	
Cholesterol / Cholestérol 15 mg	
Sodium / Sodium 870 mg	
Carbohydrate / Glucides 55 g	
Fibre / Fibres 3 g	
Sugars / Sucres	

Дебаты об этикетировании продуктов питания с указанием пищевой ценности и энергии, а также страны происхождения будут продолжены. Предложения европейских министров Европарламент подверг критике как «сырых».

Европейский Совет согласился с проектом закона об этикетках продуктов и напитков, где обязательно должны указываться питательная и энергетическая ценность. Министры отвергли предложение, согласно которому информация о пищевой ценности должна указываться также на лицевой стороне упаковки. Представитель Европарламента отметил, что следует подождать искать более четких предложений.

Парламент продолжит обсуждать законопроект во втором чтении. В любом случае у производителей будет как минимум три года для приведения этикеток в соответствие с нормой. Министры согласились, что энергетическая ценность продукта и количество основных питательных веществ должны указываться из расчета на 100 гр. или 100 мл. продукта, хотя может указываться и процентное соотношение от рекомендуемой нормы потребления. Страна происхождения на этикетках будет указываться обязательно для свинины, баранины и мяса птицы, как это уже делается в ЕС для говядины.

Upakovano.ru



Новинка – колбаса с шоколадом

Технологи «Кобринского мясокомбината» разработали новинку – салами с шоколадом.

Среди белорусских продуктов салами «Миланская с шоколадом» не имеет аналогов.

В оригинальную рецептуру колбасы входят не только мясо свинины и специи, но и шоколад. Идеально подобранное соотношение мясного фарша и шоколада придает продукту неповторимый вкус. Аккуратная вакуумная упаковка позволяет сохранить его вкусовые качества.

«Кобринский мясокомбинат» начал свою деятельность 18 февраля 1998 года. Сегодня здесь используются новейшие технологии и современное оборудование, которое соответствует стандартам ЕС. Оборудование для мясного и мясосоперерабатывающего цехов поставлено известной фирмой Gewisa Industrieanlagen GmbH.

Unipack.Ru

Пищевики обновляют оборудование

В 2011 г. 50% пищевых компаний намерено приобрести новое упаковочное оборудование. Такие данные приводятся в исследовании Trends and Advances in Food Packaging 2010, которое подготовил Packaging Machinery Manufacturers Institute (PMMI).

В ходе изучения рынка были опрошены 50 компаний, занимающихся производством пищевых продуктов (среди них – 20 предприятий, входящих в топ-75) и 15 крупнейших игроков упаковочного рынка.

Около 40% опрошенных признались, что намерены в течение ближайшего года потратить на упаковочное оборудование столько же, сколько выделялось на эти цели раньше, 34% респондентов готовы увеличить бюджет на его покупку. Не определились с суммой вложений или урезали эту статью расходов больше обычного 12%. Остальные вообще не собираются обновлять или пополнять парк упаковочного оборудования в этом году.

К оборудованию сегодня предъявляются следующие требования – чтобы оно было многофункциональным, более «умным»,



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 СЭС)
- ◆ 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

info@gostest.com
www.gostest.com



автоматизированным и легким в обслуживании. Компании стремятся покупать новейшие машины, отличающиеся большей эргономичностью, которые потребляют меньше энергии, имеют высокую производительность, а их обслуживание задействует небольшое количество людей. Особую роль для производителей играет возможность быстрой смены формата или размера упаковок, а также «дешевое» содержание и ремонт. Кроме того, важно, чтобы оборудование легко чистилось. Между тем, пока пищевики делают выбор в пользу производительности, а не универсальности машин.

Upakovano.ru

Голландский курятник для несушек

В Голландии разработана уникальная система курятника для несушек. Это стало возможным благодаря результатам исследования, проведенного голландским Wageningen University.



В ходе исследования «Разведение несушек» ученые рассматривали варианты рациональной организации производства яиц курицами-несушками. В результате им удалось достичь баланса между требованиями рынка и требованиями, предъявляемыми к условиям содержания животных. Ученые разработали пакет рекомендаций, которые стали основой для создания новых методов разведения кур-несушек, получивших название Rondeel. Это среда обитания, где животные могут пить, есть и отдыхать в естественных природных условиях.

Создание системы привело к необходимости разработки специального формата упаковки. Этим занялась популярная сеть супермаркетов в Голландии Albert

Heup. Упаковка обладает круглой формой и производится из переработанных листьев коки. В каждой упаковке находится семь яиц.

Upakovano.ru

Губят продукт не газы

По данным исследователей двуокись углерода (CO_2) должна использоваться с такими устройствами подачи давления, как системы нагнетания для упаковки в газомодифицированной среде, и с низким pH, чтобы обезвредить микробов и увеличить срок годности продукта.



В последние десятилетия проводятся исследования технологий, альтернативных термообработке, например, стерилизации импульсами интенсивного света, обработки при помощи высокого гидростатического давления и диоксида углерода под высоким давлением. Их цель – производство высококачественных продуктов, устойчивых и безопасных в микробиологическом отношении. Университет Гента недавно провел исследование о применении двуокиси углерода под давлением для стерилизации.

Профессор Фран Девлигер, возглавляющий кафедру безопасности и качества продуктов питания в Гентском университете, сказал, что диоксид углерода вызывает большой интерес, поскольку при его помощи обработка проходит при более низких температурах, чем при термической стерилизации, требуется более низкое давление, чем при обработке высоким гидростатическим давлением (в 10 раз ниже). Диоксид углерода – нетоксичный и недорогой газ, поэтому технология стерилизации может считаться экологически безопасной.

Команда профессора, которая оценивала обработку в отношении грам-положительных и грам-отрицательных патогенных микроорганизмов, выяснила, что стерилизация с помощью диоксида углерода под высоким давлением наиболее эффективна для обработки жидкостей, чувствительных к теплу, например, сырых жидких яиц, основного ингредиента в производстве многих продуктов, и для фруктовых соков.

«Мы обнаружили хороший уровень подавления микробов в жидких яйцах, используя этот метод обработки», – рассказывает Фран Девлигер. – Кроме того, он обеспечивает приемлемый срок годности продукта, а благодаря низкой температуре позволяет из-

бежать типичных проблем, возникающих при тепловой обработке, например, засорения труб из-за свертывания яиц и снижения питательной ценности продукта».

Отрицательный момент стерилизации диоксидом углерода под давлением состоит в том, что непрерывный процесс требует более высоких затрат на установку оборудования и поддержание постоянного давления. Второй недостаток – сложность применения данного метода к твердым и вязким продуктам, так как их плотность препятствует проникновению газа во все части продукта для полного подавления бактерий.

Важно, что это обработка «на грани подавления». Исследователи обнаружили повышенную сопротивляемость некоторых микробов, таких как кислотоустойчивые микроорганизмы (молочнокислые бактерии и дрожжи) и некоторые штаммы кишечной палочки, которые после нескольких циклов обработки показали лучшую выживаемость, чем другие.

«Повторная обработка при помощи диоксида углерода под давлением не рекомендуется, так как она оптимизирует условия для выживания некоторых видов бактерий. Более того, в отличие от технологии стерилизации гидростатическим давлением, здесь требуется полная дезинфекция оборудования между циклами, чтобы обезвредить устойчивые микробы», – отметил профессор.

Впрочем, его команда определила необходимые сочетания сдерживающих факторов для контроля микробиологической безопасности продуктов и напитков при мягких методах стерилизации, которые уменьшают риск восстановления патогенных штаммов. «Мы пришли к выводу, что мягкая стерилизация повышает качество продукта, увеличивает срок его годности при включении антимикробного газа, например, диоксида углерода, в упаковку при сочетании с небольшим снижением показателя pH продукта (с 7 до 6,5)», – заключает Фран Девлигер.

Upakovano.ru

Сосиски из искусственного мяса

Группа голландских ученых из университетов Эйндховена и Маастрихта успешно провела эксперименты по выращиванию свинины в пробирке.

По словам исследователей, технология пока несовершенна, однако уже в скором време-



ни можно будет получать готовые стейки без использования настоящей свинины и говядины. В рамках опыта ученые извлекли из мышцы живой свиньи миообласти, которые способны превращаться в мышечную ткань для восстановления поврежденных участков. Миообласти были помещены в питательное вещество, созданное на основе крови животного. Исследователям удалось получить в итоге мягкую мышечную массу. Пока она мало похожа на привычное мясо, и ученые намерены продолжить работу.

Идея выращивания искусственного мяса также нравится защитникам прав животных и вегетарианцам. По прогнозам, сосиски с таким мясом покупатели увидят уже через пять лет.

Мясо-Портал

Биоэнергия – в каждый дом

В Прохоровском районе начато строительство биогазовой установки. Она позволит получать электрическую и тепловую энергию из отходов производства мяса, свиного навоза и кукурузного силоса.



Принцип действия установки прост. Отходы помещаются в биохимический реактор, нагреваются и разлагаются под воздействием бактерий, выделяя газ. При его очистке получают биометан, который являет собой полный аналог природного газа, отличающийся от него лишь происхождением. Остается только преобразовать полученный «продукт» в электрический ток.

Строящаяся вблизи села Лучки биогазовая установка будет работать на отходах расположенного неподалеку завода по убою свиней и переработке мяса «МПЗ Агро-Белогорье» и Селекционно-гибридного центра. Реализует проект компания «АльтЭнерго», занимающаяся установкой альтернативных источников энергии в Белгородской области. Биогазовую установку рассчитывают запустить в августе следующего года. Она будет ежегодно вырабатывать 19,6 млн. кВт/ч электрической энергии и 17,2 тыс. Гкал тепла. Объектов с подобными возможностями в России еще нет.

Биогаз позволяет не только экономить энергоресурсы, еще он решает проблему утилизации отходов. Каждый год установка

PSS SM 700 | Speed Mixer

Преимущества:

- Перемешивание различных видов продуктов;
- Быстрое и качественное перемешивание продукта любой структуры;
- Минимальное время перемешивания;
- Максимальное перекрытие лопаток в двухуровневой деже;
- Лопатки бережно продвигают продукт во все стороны;
- Не происходит передавливание и перетирание;
- Быстрая выгрузка и минимальный остаток продукта;
- Выбор требуемых программ и шагов;
- Системы охлаждения N_2 или CO_2 размещены внутри мешалки, за кожухами;
- Полированная поверхность;
- Простая и быстрая мойка;
- Система охлаждения значительно продлевает срок годности продукта и сокращает рост бактерий.



Мешалка типа PSS SM 700 предназначена для цехов пищевой промышленности для быстрого, бережного и качественного перемешивания продуктов любой структуры.



PSS SVIDNÍK, a.s.
Sovietských hrdinov 460/114
08901 Svidník, Slovakia

tel.: +421/54/786 21 11
fax: +421/54/752 09 04

predaj@pss-svidnik.sk
www.pss-svidnik.sk



DOMINIONI
PUNTO & PASTA

Оборудование для промышленного производства пельменей и вареников.



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

www.pptk.ru



ППТК

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

«АльтЭнерго» будет перерабатывать 26 тыс. тонн свиноводческих стоков, столько же кукурузного силоса и более 14 тыс. тонн отходов мясного производства. На выходе из реакторов эта биомасса будет представлять собой богатое азотом и фосфором удобрение, более полезное, чем широко используемая сегодня органика.

Нельзя недооценивать экологическую составляющую технологии. Переработка органических отходов позволяет предотвратить выбросы метана в атмосферу, который в 20 раз сильнее влияет на парниковый эффект, чем углекислый газ. Рациональное использование метана – один из лучших краткосрочных способов остановить глобальное потепление.

На реализацию проекта планируется потратить более 500 млн. руб. Установка должна себя окупить за 5-6 лет. Произведенная биомасса электроэнергии будет поступать в сети «Белгородэнерго» и распределяться между потребителями. Так что в августе 2011 г. каждый белгородец сможет воспользоваться частью «зеленой» энергии биогаза.

Пресс-служба «ГК Агро-Белогорье»

Диабетикам пересадят клетки свиной

Австралийская компания Living Cell Technologies (LCT) зарегистрировала на территории России новую методику лечения диабета путем пересадки свиных бета-клеток поджелудочной железы, вырабатывающих инсулин.



Впервые в мире медики в лечебных целях прибегли к ксенотрансплантации – методике, использующей ткани животных. Суть лечения заключается в следующем: пациенту в брюшную полость вводят свиные островковые клетки, которые помещены в капсулу из полисахарида альгината, полученного из водоросли ламинарии. Наличие оболочки не допустит отторжения чужеродной ткани иммунной системой организма. Но с другой стороны, капсула пропускает питательные вещества, глюкозу и инсулин. В связи с этим прием иммуносупрессивных препаратов не требуется.

Клинические испытания проходили в России и Новой Зеландии. В результате введения сви-

ных клеток ученые отметили существенное снижение потребности в инсулине без значимых побочных эффектов. Регистрация методики под названием Diabecell позволит российскому отделению компании LCT использовать и продавать технологию на территории страны.

Upakovano.ru

Обмануть вкусовые рецепторы

Голландская исследовательская компания «Nizo» разработала способ сократить количество сахара, соли и жиров в продуктах без ущерба вкусу. Обмануть вкусовые рецепторы оказалось несложно – достаточно задействовать обоняние.

Как показали опыты, различные запахи усиливают или маскируют вкусы. Например, свежий, кислый запах снижает чувствительность к сладкому, и пища кажется менее сладкой, чем такая



же, но с нейтральным запахом. Сливочный, кремовый или карамельный аромат заставляет считать блюдо более жирным и сладким, чем на самом деле. Опытным путем ученые определили и аромат, позволяющий снизить количество соли без ущерба для вкуса. Но говорить о широком использовании искусственных ароматов как средство борьбы с лишним весом пока рано. В обозримом будущем ароматы будут использоваться традиционно – для возбуждения аппетита.

rosinvest.com

В магазинах появится мясо «эко-свиной»

Ученые Канады, которые потратили десять лет на создание уникальных генномодифицированных «эко-свиной», надеются, что в ближайшее время мясо этих животных разрешат к употреблению.

У искусственно созданных свиной в результате введения специального гена, ускорялась переработка растительной пищи, содержащей фосфор, а отходы их



жизнедеятельности становились менее вредными для окружающей среды.

К настоящему времени выращено 20 таких свинок. Исследователи считают, что мясо животных вскоре будет пользоваться особым спросом, поскольку эксперты прогнозируют увеличение к 2050 г. численности населения Земли до 9 млрд., что вызовет нехватку продовольствия.

Ранее учеными был выведен лосось, вес которого значительно превышает вес обычной рыбы. Кстати, исследования американских специалистов показали, что генномодифицированная рыба безопасна. Между тем, мировое сообщество в основном неодобрительно относится к генномодифицированным продуктам питания, опасаясь непредсказуемых последствий для здоровья.

Upakovano.ru

США: правила маркировки

Министерство сельского хозяйства США вводит новые правила маркировки мясной продукции.

На упаковках с мясом и птицей скоро появятся специальные наклейки, на которых будет указан состав продукта – так же, как почти на всех остальных продуктах на полках магазинов. Благодаря новой этикетке, потребители будут иметь доступ к информации о количестве калорий, жиров, насыщенных жиров, холестерина и белка в каждом мясном продукте.



«Все больше американских семей хотят иметь полную информацию о продуктах питания, которые они приобретают. При этом она должна быть легкой для прочтения и понимания, – сказал министр сельского хозяйства США Том Вилсэк. – Мы должны сделать все возможное, чтобы помочь потребителям принимать обоснованные решения. Минсельхоз США

и Департамент здравоохранения работают над созданием диетических рекомендаций для американцев, и теперь потребители получат еще один инструмент для того, чтобы грамотно следовать этим рекомендациям».

Unipack.Ru



Изобретены полезные мясные чипсы

Южноуральские ученые раскрыли секрет правильного питания. Оказывается, чтобы быть здоровым, нужно есть чипсы. Правда, чипсы специальные – мясные, разработанные в научных лабораториях и больше похожие на питание космонавтов. Их впервые продемонстрировали в ЮУрГУ и даже дали попробовать всем желающим.

Космическими чипсы прозвали из-за маленького – на один укус – размера. Сами ученые космическим называют, скорее, эффект от нового продукта. Сочный и жирный кусок мяса после небольших, но очень высокотехнологичных манипуляций, превращается в пластинки сытных, но практически не содержащих жира чипсов. Доказывать это изобретатели продукта предпочитают с помощью листа бумаги. «Любой жирный продукт, если его положить на бумагу, оставит жирный след, – говорит Марс Хайруллин, автор проекта. – А наш никаких жирных следов не оставляет».

Нежирные мясные чипсы смогут стать «мечтой диетолога» – едой одновременно сытной и полезной. Плюс технологический производственный, как признают изобретатели, хоть и секретное, но не очень дорогое. Некоторые работы уже выиграли гранты, причем достаточно большие – до 10 млн. руб.

Вместе с тем основные проблемы новых чипсов специалисты ЮУрГУ видят все-таки не в соотношении белков и жиров, а в психологии человека. Спорить с учеными никто не будет. Полезность продуктов доказана наукой, но само словосочетание «обезжиренное мясо» не вызовет у потребителей доверия.

ГТРК «Южный Урал»



Компания:
CSB-System

Событие:

семинар «Прозрачные процессы предприятия – это необходимое условие для оптимизации и рационализации»

Прозрачные процессы предприятия – необходимое условие для оптимизации

В Москве 17 и 18 февраля пройдет практический семинар для производителей и торговых предприятий мясной отрасли «Прозрачные процессы предприятия – это необходимое условие для оптимизации и рационализации».

Практический семинар в Москве будет, несомненно, интересен для руководителей и менеджеров предприятий мясной отрасли, которые интересуются оптимизацией и рационализацией процессов предприятия и находятся в поиске программного обеспечения для управления бизнес-процессами (ERP-система).

Доклады основаны на практическом опыте российских производителей. Презентации различных компаний мясной отрасли, которые уже успешно используют систему CSB, предоставят подробную информацию об организационных и IT-технических деталях проектов.

Программа мероприятия:

1-й день семинара

- Приветствие участников и представление присутствующих.
- Представление компании CSB-System и объема предоставляемых продуктов и услуг.
- Интеграционные элементы, EDI и инструменты для системных администраторов и ключевых пользователей.
- Управление процессами убойного цеха для свиней.
- Управление процессами убойного цеха для КРС.
- Управление процессом закупки и менеджмент технического обслуживания.

- Управление качеством и складское хозяйство на примере товарного входа сырья и материалов.
- Планирование, калькуляция и расчет процесса обвалки.

2-й день семинара

- Управление планированием и диспозицией для отделов сбыта, производства и снабжения.
- Оптимизация рецептур, фарше-составление и прослеживаемость партий.
- Менеджмент процесса продаж, включая управление ценами и кондициями.
- Маркировка продукции, многофункциональный индустриальный компьютер (MF-Rack) и интеграция линий маркировки.
- Бухгалтерский учет и финансы, интегрированные в Business Intelligens.
- Управление процессами и документацией на предприятии.
- CRM, BPM, Work-Flow-Management, архивирование.
- Эффективные стандартизованные концепции коммиссионирования.

Мы будем рады Вашему участию!

Контактные данные для регистрации:

Тел.: +49/881/92028-20

Fax +49/881/ 92 28-44

или

115455, г. Москва

ул. Пятницкая, 73

тел.: +7 (495) 64-15-156

факс: +7 (495) 95-33-116

e-mail: info@csb-system.ru

gring@csb.de


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

Гости:



Петра Вольф,
член Правления
«НюрнбергМессе»



Майке Крюгер,
руководитель проекта «Chillventa
Россия», «НюрнбергМессе»

Контакт
в России:

Людмила Дроздова,
Руководитель проекта
«Chillventa Россия»,
тел.: +7 (495) 967-04-61,
факс: +7 (495) 967-04-62,
e-mail: ld@owc-rus.ru
www.chillventa-rossija.ru

Организатор: **NÜRNBERG MESSE**

Соорганизаторы:



Холод, климат и тепловые насосы – под одной крышей

С 1 по 3 марта 2011 года в московском выставочном центре «Крокус-Экспо» «Chillventa Россия» выступит со своим премьерным показом. Это будет первая специализированная выставка на российском рынке, которая полностью покрывает такие сегменты, как холод, климат и тепловые насосы. Организаторы проекта Петра Вольф и Майке Крюгер поделились своими ожиданиями, связанными с этим долгожданным дебютом.

– Как получилось, что «НюрнбергМессе» устраивает выставку холодильно-климатической техники не где-нибудь, а именно в Москве?

– Во-первых, за три с лишним десятилетия работы в Нюрнберге мы накопили богатейший опыт и знаем, как организовывать специализированные профессиональные выставки. Причем не только у себя в стране, но и там, где, по нашему мнению, наша выставочная концепция найдет отклик на рынке. Во-вторых, в России мы не новички. Дважды мы проводили выставку «ХолодЭкспо Россия» в Москве и организовывали конференцию «ХолодСаммит Россия 2010».

– Каковы преимущества выставки «Chillventa Россия»?

– Большим преимуществом мероприятия является то, что на нем будут представлены не только холодильное оборудование и климатическая техника, но и тепловые насосы. На российском выставочном рынке это делается впервые.

Еще одно преимущество нашего подхода состоит в том, что у нас есть возможность в любой момент задействовать контакты, наработанные в ходе проведения нюрнбергской «Chillventa». И наконец, многие компании хотят иметь всеобъемлющую бизнес-платформу, охватывающую одно-

временно холод, климат и тепловые насосы. Я уверена, что именно наша выставочная концепция нужна российскому рынку, поэтому мы планируем долговременное закрепление «Chillventa Россия» на российском рынке.

– Вы можете назвать имена некоторых участников предстоящей выставки?

– Среди экспонентов – фирмы с мировым именем, такие как «Альфа Лаваль», «Битцер», «Бок», «Эливелл», «Фармина», «ФРАСКОЛД», «ГЕА Экофлекс», «ГЕА Грассо», «Гюнтнер», «Морена», «Оффисине Марио Дорин», «Олекс Холдинг», «Остров», «КвадроТек», «ТЕКО», «ЗАНОТТИ», «Циль-Абегг» и др.

– Какие сюрпризы ожидают посетителей на выставке?

– Мы считаем чрезвычайно важным формирование для российской отрасли холода максимально широкой бизнес-платформы. А это, помимо специализированной экспозиции, предполагает возможности ведения диалогов, обмена мнениями на высоком профессиональном уровне, углубленное обсуждение актуальных отраслевых тем. Поэтому выставку сопровождает насыщенная деловая программа, в которой принимают участие эксперты отрасли и специалисты самого высокого уровня.

– Какие основные темы конференции?

– Мы хотим предложить участникам глубокую и интересную в профессиональном плане программу, которая, при всей широте тематического охвата, фокусировалась бы на проблематике энергосбережения. В числе намеченных тем – «Энергоэффективное оборудование и энергосберегающие технические решения для обеспечения холодоснабжения и микроклимата», «Повышение энергоэффективности промышленного оборудования на основе на-

* СПРАВКА:

Для подготовки «Chillventa Россия 2011», было принято решение укрепить команду организаторов профессионализмом компании «Ost-West-Partner GmbH» (и ее дочерней компании в России ООО «ОВК-РУС»), имеющей за плечами 20-летний опыт организации и проведения в России выставочных мероприятий на высоком и профессиональном уровне.

«NürnbergMesse» – одна из 20 крупнейших выставочных компаний мира. В ее портфолио – порядка 120 международных специализированных выставок и конгрессов, а также более 30 коллективных стендов на нюрнбергской площадке и по всему миру. Ежегодно в собственных, партнерских и гостевых мероприятиях «NürnbergMesse Group» принимают участие около 25 тыс. экспонентов (из них зарубежных 33%), 805 тыс. посетителей-специалистов (из них зарубежных 16%) и 315 тыс. пользователей. «NürnbergMesse Group» представлена дочерними компаниями в Китае, Северной Америке, Бразилии и Италии, а также располагает сетью из 43 представительств, работающих для 80 стран мира.

туральных хладагентов» и многое другое. В деловой программе «Chillventa Россия» примет участие один из самых авторитетных европейских союзов производителей холодильных компрессоров и средств управления ASERCOM. Эксперты из ASERCOM выступят с докладами, в которых поделятся своими ноу-хау со специалистами отрасли. ■



АГРО-3

MAUTING



KNECHT

MAGURIT

fatosa s.a.

BANSS

FREUND

AM2C



TIPPER TIE
technopack

TIPPER TIE
ALPINA



FOODLOGISTIK



RHEON

DEIGHTON

WEBOMATIC



wugkainz

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



Авторы: **Татьяна Шугурова**,
руководитель направления
полуфабрикатов

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

Термообработка по-новому

На сегодняшний день около 70% населения России являются потребителями полуфабрикатов, и в том числе высокой степени готовности. По предварительным оценкам аналитиков этот рынок продолжит расти со средними годовыми темпами от 6 до 8%, а доля активных покупателей (с частотой потребления несколько раз в месяц и чаще) в период с 2010 по 2011 г. вырастет с 49% до 53%.

Примечательно, что при выборе полуфабрикатов, согласно исследованиям российского Мясного Союза, потребители руководствуются, в первую очередь, не ценой, а качеством и вкусом продукции, доверием к марке и производителю. Изготовить же качественный продукт в промышленных масштабах сегодня позволяет только современное высокотехнологичное оборудование.

Процесс производства полуфабрикатов высокой степени готовности включает первичную и глубокую переработку сырья, формование и термообработку полученных изделий. Используемое при этом оборудование должно обеспечивать сохранность питательных и вкусовых характеристик полуфабрикатов на всех этапах производства. Однако решающее значение для качества готового изделия имеет, безусловно, термическое оборудование.

Промышленные печи шведской фирмы «Formcook», которую на российском рынке представляет компания «АГРО-3», отличаются высокой производительностью и универсальными возможностями приготовления разнообразных продуктов. Они позволяют с минимальными термопотерями изготовить натуральные и рубленые полуфабрикаты из мяса, птицы и рыбы, блюда из овощей, творожные изделия и многое другое. Печи сохраняют натуральный вкус продуктов и обеспечивают отличные органолептические показатели и качество. А технология термообработки без масла позволяет производить блюда для диетического питания, а также «фитнес-продукты».

Специалисты компаний «Formcook» и «АГРО-3» постоянно работают в направлении адаптации шведской техники к конкретным условиям каждого российского заказчика, а также занимаются разработкой новых технологий производства.

Немалую роль в этом играют научно-практические семинары, организуемые компанией «АГРО-3» совместно с учебным центром Всероссийского научно-исследовательского института мясной промышленности (ВНИИМП) для специалистов и руководителей предприятий этой отрасли.

Так, за два последних года (2009-2010) состоялось 8 семинаров, которые прошли в два этапа. Первый этап был организован в Москве, во ВНИИМПе, с привлечением научных сотруд-

ников института, представителей фирмы «Formcook», а также технологов компаний-производителей оборудования, ингредиентов, специй и другого. Здесь участники семинара обсуждали вопросы общего состояния и тенденций развития рынка полуфабрикатов и готовых блюд; изучали зарубежный опыт разработки новых изделий; знакомились с экономическими аспектами производства и продвижения данных продуктов и особенностями маркетинговой стратегии.

Второй этап проходил в Швеции, где российские специалисты посещали завод «Formcook», в лаборатории которого сами проводили выработку интересующей их номенклатуры продуктов, добивались требуемых вкусовых и органолептических показателей, контролировали уровни выхода изделий на разном оборудовании. Все это позволило участникам семинара определиться с выбором необходимой им техники и построить свою индивидуальную технологическую цепочку.

Возвращаясь к теме термообработки полуфабрикатов, хочется остановиться на особенностях и преимуществах промышленных печей «Formcook». Доведение изделий до готовности в них осуществляется различными способами, включая контактный, конвекционный или комбинированный, причем каждый имеет свои «плюсы» для соответствующих групп продуктов.

Печи контактного приготовления

В основе печей контактного приготовления лежит принцип непрерывного приготовления продукта между двумя лентами.

Непосредственный контакт продукта с лентами способствует эффективной передаче тепла и быстрому образованию обжаренной корочки, что увеличивает выход и улучшает качество готового изделия. Благодаря тефлоновому покрытию лент при-



Печь контактного
приготовления
«contact-cooker»

готовление большинства продуктов не требует применения жира, что позволяет производить полезные для здоровья блюда.

В качестве опций поставляются устройства, обеспечивающие различные эффекты обжарки изделий, включая масляные аппликаторы, маркеры, имитирующие отпечаток решетки-гриль, и другие.

Паровые печи

Они представляют собой конвекционные печи, использующие для термообработки продуктов комбинацию пара и сухого горячего воздуха. Пар подается на продукт с обеих сторон, так как в печах установлена проволочная лента из нержавеющей стали.

Для большинства изделий конвекционные печи рекомендуются в качестве дополнения к другому оборудованию. Их можно устанавливать после печей контактного приготовления, чтобы добиться увеличения производительности или для приготовления некоторых видов продуктов, например, готовых блюд в формах.

Комбинированные печи

Печи «Combi» являются уникальным продуктом, запатентованным компанией «Formcook». Они позволяют комбинировать возможности конвекционной печи с преимуществами контактного способа приготовления с максимальной производительностью.

Выработка продукта осуществляется на ленте, проходящей через нагревательные пластины, а также с применением пара и горячего воздуха для поддержания необходимой температуры и влажности. В процессе приготовления с помощью специального устройства продукт можно переворачивать для достижения равномерной обработки сторон.

Все термическое оборудование «Formcook» представляет собой установки конвейерного типа и легко встраивается в технологическую цепочку, позволяя комплектовать линию любой производительности.

Особенностью этих установок является также встроенная система мойки тефлоновой ленты, которая позволяет быстро перестраиваться с одного продукта на другой без остановки производственного процесса. В сравнении с традиционными способами термообработки при использовании печей



Паровая печь «HSC»

«Formcook» существенно улучшается качество изделий, сокращаются термопотери и время изготовления продуктов.

В настоящее время, термическое оборудование «Formcook» успешно эксплуатируют многие российские предприятия, специализирующиеся на изготовлении полуфабрикатов высокой степени готовности и вторых блюд.

Так, на Западном хладокомбинате, выпускающем хорошо известную потребителям продукцию с торговой маркой «4 сезона», печи «Combi» были установлены 2 года назад, и за это время ассортимент приготавливаемой в них продукции увеличился в несколько раз. Сегодня в печах готовят мясной фарш для блинов и макарон по-флотски, некоторых видов салатов и вторых блюд, а также филе баранины, курицы, говядины и свинины для самых разнообразных блюд национальных кухонь, например: «Бозбаш», «Лагман», «Курочка по-пекински», «Цыпленок по-мексикански», «Чахохбили», «Чили Кон Карне» и др.

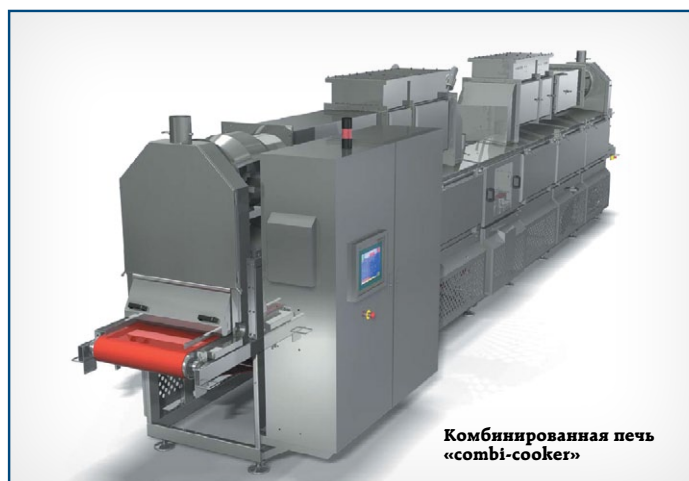
На Алексинском мясокомбинате (кейтеринговая компания «Корпус Групп») печи «Combi» используются для приготовления паровых и жареных котлет и биточков из говядины и курицы,



антрекотов и гуляша из свинины, обжаренного фарша, полуфабрикатов из говядины, телятины, баранины и ягнятины. Компания обеспечивает горячим питанием большое количество учреждений и предприятий, офисов, точек общепита, банкетных залов и т. п.

Популярную на рынке продукцию фирмы «Арирам» готовят в контактных печах «Formcook». Мясные фарши для блинчиков, котлеты мясные, куриные и рыбные, а также печеночные оладьи, сырники и другие изделия получают вкусными и красивыми. Учитывая успешный опыт работы с оборудованием «Formcook» и планируемое расширение ассортимента полуфабрикатов, руководство предприятия приобрело еще одну печь – на этот раз «Combi». Она добавила к имеющемуся перечню изделий большую линейку «фитнес-продуктов».

По оценкам специалистов-технологов предприятий, эксплуатирующих термическое оборудование «Formcook», приготовленная в нем продукция имеет высокие качественные показатели, прекрасный внешний вид, аромат и насыщенный приятный вкус домашней еды. Подтверждением этому является и большая потребительская популярность полуфабрикатов перечисленных выше торговых марок. ■

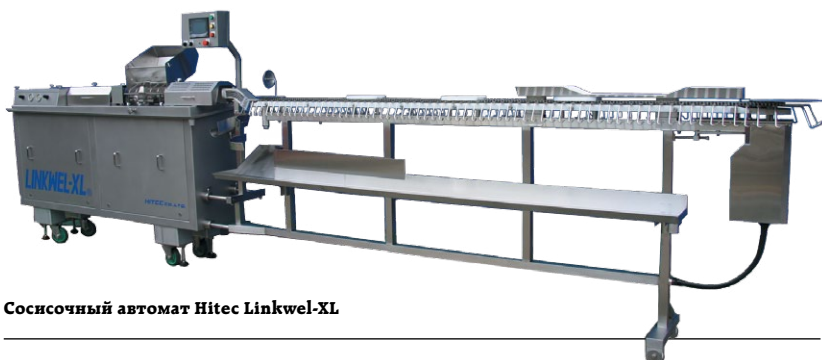


Комбинированная печь «combi-cooker»

HITEC CO., LTD.

Компания: **Евгений Гузиков,**
генеральный директор

Компания: **ООО «Хайтэк-Рус»,**
тел.: +7 (495) 774-94-97,
e-mail: info@hitec-rus.ru



Сосисочный автомат Hitec Linkwel-XL

Hitec – бескомпромиссное японское качество

Мы привыкли к тому, что оборудование для производства сосисок, одного из популярнейших и любимых всеми россиянами мясного продукта, имеет европейское происхождение. Хотя это далеко не аксиома. Сосиски едят во всем мире и линии для их выпуска делают не только в Европе. И вот один из таких, доселе неизвестных, производителей выходит на российский рынок – японская компания Hitec Co. Ltd.

Фирма основана в 1976 г. в промышленном районе города Йокогама. Главным рынком сбыта продукции Hitec все эти годы были США и Канада, что характерно для многих предприятий, составляющих в целом экспортоориентированную экономику Страны Восходящего Солнца. Сотни сосисочных автоматов Hitec работают сегодня на заводах таких компаний, как Tyson, Kellogg's, Oscar Mayer, Maple Leaf и многих других. Hitec Co. Ltd имеет собственные филиалы в Чикаго, Бангкоке, а теперь и в Москве.

Компания специализируется на производстве сосисочных автоматов, машин для разделения сосисочной цепи и аппаратов для удаления целлофановой оболочки – пиллеров. Флагман линейки сосисочных автоматов Hitec – Linkwel-X, универсальная машина для перекручивания и навешивания сосисок равного веса и одинаковой длины в любых ти-

пах сосисочной оболочки, включая натуральную. В Linkwel-X используется хорошо известный принцип с линкерными цепями типа «frank-o-matik».

Традиционное японское качество и опыт японских инженеров позволили существенно улучшить конструкцию машины, повысить ее надежность и производительность. Бытует мнение, что машины типа «frank-o-matik» менее пригодны для производства высококачественных сосисок из-за наличия в системе подающего насоса и связанной с этим необходимости установки перепуска с обратным клапаном и рецир-



Подающий насос Sunny Pump System с интегрированным эквалайзером EQ-6V

куляции части фарша, ведущей к его нагреву и «перетиранию», но самое главное – это не позволяет получить стабильное давление на входе дозирующего насоса, а значит, обеспечить точный вес продукта. Для решения этой проблемы подающие насосы Hitec «Sunny Pump System» имеют в своем составе объемный эквалайзер – устройство «отбирающее» излишки фарша из питающей магистрали и отдающее его обратно в магистраль, по мере необходимости приостанавливая подачу основного насоса. Применение объемного эквалайзера позволяет исключить рециркуляцию и получить абсолютно ровную характеристику давления на входе дозирующего насоса, что весьма благотворно сказывается на точности порционирования. Эквалайзеры EQ-6V и EQ-12V выпускаются также и в виде отдельных устройств, давая возможность встраивать их в уже существующие линии и исключить, тем самым, все проблемы, связанные с колебанием давления и рециркуляцией фарша.

Для привода дозирующего насоса в автоматах Hitec Linkwel-X используется серводвигатель, что позволило исключить из конструкции менее надежную, требующую ремонта и частой замены фрикционную муфту. Очень важно для снижения издержек производства и то, что сервопривод дозирующего насоса позволяет так же точно отмерять первую и последнюю порцию фарша, как и все остальные. Это приводит к существенной экономии фарша и сосисочной оболочки. Сам дозирующий насос имеет трехпорные оси шестерен, что, помимо повышения жесткости и связанного с этим улучшения характеристик насоса, ведет к повышению надежности конструкции в целом.

Для массового производства сосисок в искусственных оболочках Hitec предлагает более доступную модель МЗ-X, которая отличается отсутствием привода вращения цевки и работает на всех видах целлюлозных и полиамидных оболочек, позволяя достичь производительности до 3,2 тонны/час (в зависимости от диаметра и длины сосиски). ■



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



Автор:
Николай Пестов,
директор «Интермик-Рустех»

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

129626, Москва,
пр. Мира, 100, офис 604,
тел.: +7 (495) 231-19-00, 687-69-38,
факс: +7(495) 687-69-16,
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

Достоинства куттеров от «Интермик»

Семейство куттеров «Тайфун», выпускаемых фирмой «ИНТЕРМИК-Металбуд Новицки», насчитывает уже пять типоразмеров. Постоянное совершенствование конструкции, технологии резания мяса, наличие системы микропроцессорного управления вывели куттеры «Тайфун» на одно из ведущих мест в Европе и мире.

Наши куттеры работают в Германии, Австрии, Англии, США, Австралии, Китае, России, Украине, Белоруссии, Казахстане, республиках Балтии. Чем же вызвана такая популярность Тайфунов у мясопереработчиков разных стран?

Все куттеры изготавливаются из высококачественной нержавеющей стали и оснащаются системой микропроцессорного управления, позволяющей занести в память более 100 технологических программ. Высокие обороты ножевой головки и бесступенчатое регулирование ее скорости вращения (резание и перемешивание) и числа оборотов чаши позволяют получить фарш прекрасной разработки, консистенции и стабильного качества.

Первые три типоразмера куттеров «Тайфун» – 60, 125 и 200 литров – невакуумные. Но благодаря высокому числу оборотов ножевой головки (60 л – 6000 об./мин; 125 л – 5000 об./мин; 200 л – 4800 об./мин) и системе «резки в воздухе» фарш ничем не отличается от продукции аналогичных вакуумных куттеров при великолепном качестве измельчения. А количество пузырьков воздуха в фарше даже меньше, чем при изготовлении фарша в вакуумном куттере. Получаемая на этих куттерах эмульсия из сырой свиной шкурки представляет собой совершенно однородную массу, по консистенции сравнимую с кремом.

Куттеры «Тайфун» KN-125 и KN-200 стандартно оснащаются устройством для выгрузки фарша и по желанию заказчика могут быть доукомплектованы устройством для загрузки мяса.

Три следующих типоразмера – это вакуумные автоматические куттера с емкостью чаши 200, 330 и 550 литров. Вакуумные куттеры дают возможность производства гомогенизированных колбас, фарша любой степени измельчения, а так же жировых эмульсий.

В стандартный комплект этих куттеров входит гидравлический загрузчик и выгрузчик фарша, система автодиагностики; на дисплее отражается рабочий процесс. Регулирование числа оборотов ножевой головки (резания и перемешивания) и числа оборотов чаши так же происходит бесступенчато. Максимальное число оборотов ножевой головки – KN-200V – 4800 об./мин, KN-330V – 4500 об./мин., KN-550V – 3800 об./мин.

На всех типах куттеров система плавной регулировки числа оборотов позволяет оператору подбирать нужную скорость резания в зависимости от вида обрабатываемого сырья и вида изготавливаемой продукции, это позволяет сделать ассортимент выпускаемой на этих машинах продукции практически неограниченным.

Все куттеры сконструированы таким образом, что их санитарное обслуживание происходит очень быстро, легко и просто. Отсутствие «мертвых» зон, легкий доступ ко всем закрытым местам и высокое качество обработки поверхностей исключают накопление частиц мяса, а значит, и бактериальное осеменение сырья.

Комплексная система безопасности, включающая систему блокировок от доступа к режущему инструменту, специальные защитные шумонепроницаемые крышки делают обслуживание куттеров безопасным.

На всех выставках «ПОЛАГРА-Фуд», проходивших в течение последних 10 лет, наши куттеры неизменно удостоиваются золотых и серебряных медалей. На выставке «Агропродмаш-2004» куттер KN-550V получил Гран-При. Отметим, что «ИНТЕРМИК-Металбуд Новицки» регулярно участвует в международной выставке IFFA, попасть на которую большая честь и непростая задача, т. к. не выпустив нового оборудования или не модернизировав существующее, фирма может лишиться права участия в подобной выставке.

Качество и надежность работы «Тайфунов» настолько высоки, что «Интермик» предлагает своим клиентам брать их с гарантийным сроком 24 месяца.

Качество и надежность работы «Тайфунов» настолько высоки, что «Интермик» предлагает своим клиентам брать их с гарантийным сроком 24 месяца. После пробной работы мы заключаем договор с клиентом на особо льготных условиях оплаты. Система взаиморасчетов очень гибкая и учитывает все пожелания и возможности партнеров.

Служба сервиса и гарантийного обслуживания «Интермик-Рустех» всегда готова произвести обучение персонала работе на куттере, в кратчайшие сроки произвести необходимый гарантийный или сервисный ремонт, заменить быстроизнашивающиеся детали. ■

Служба сервиса и гарантийного обслуживания «Интермик-Рустех» всегда готова произвести обучение персонала работе на куттере, в кратчайшие сроки произвести необходимый гарантийный или сервисный ремонт, заменить быстроизнашивающиеся детали. ■

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

ИЗДАТЕЛЬСТВО
ПРОФЕССИЯ

Производство коллагеновой оболочки

Коллагеновая, или иначе искусственная оболочка, из отвержденного белка, т. е. белковая, подразделяется на две группы. Первая включает в себя толстостенные оболочки большого диаметра, не предназначенные для употребления в пищу; вторая – съедобную тонкостенную чреву малых диаметров, прямой или кольцевой формы.



Исходным материалом для производства обоих видов коллагеновой оболочки служит шкура крупного рогатого скота. В переработку поступают только шкуры животных, прошедших предубойное и послеубойное ветеринарные освидетельствования. Эмпирическим путем было установлено, что для изготовления колбасных оболочек лучше всего подходят шкуры скота, забитого в возрасте от 18 до 24 месяцев, когда размер фибрилл и количество естественных поперечных связей коллагена кожи являются оптимальными для дальнейшей переработки.

Обычно производители белковой оболочки получают необходимое сырье с кожевенных заводов в виде спилка, состоящего в основном из ретикулярного слоя дермы или, собственно, кожи. Его получают в качестве побочного продукта кожевенного производства на заключительной стадии процесса обезволивания, когда обезволившаяся шкура подвергается двоению по поверхности.

На первой стадии производства коллагеновой оболочки сырье подвергают промывке, заключающейся в щелочном зольном спилке и последующей нейтрализации кислотой. Расщепление кожи происходит при значении pH около 13.

В качестве растворяющего агента используют едкий натрий, известковое молоко или их сочетание. Наиболее важными процессами, протекающими на этой стадии, являются удаление из кожной матрицы примесей, не содержащих коллагена, и частичное дезаминирование самого коллагена. Эти изменения выражаются в разрыхлении структуры его волокон, заметном под микроскопом, и в повышении эластичности полученной в результате данной обработки «коллагеновой шкурки». Расщепление может протекать с разной степенью интенсивности. Технология оказывает влияние на производство и свойства коллагеновой массы и, тем самым, на свойства готовой оболочки.

Это означает, что с помощью соответствующего изменения технологических параметров уже на этой производственной стадии можно регулировать степень эластичности конечного продукта. Процесс расщепления кожи прекращается путем внесения кислоты, в результате чего pH должен снизиться до значения менее 1.

Сформованный методом сухой экструзии коллагеновый рукав обладает высокой механической прочностью.

Превращение полученной таким образом коллагеновой шкурки в коллагеновую массу, пригодную для экструдирования, может происходить по разным технологиям. Один из способов предполагает установление значения pH, равного 3. Сильно набухшую шкурку сначала грубо измельчают, затем под большим давлением продавливают через систему последовательных решеток, диаметр отверстий которых постепенно уменьшается. В результате образуется гелеобразная коллагеновая масса, которую направляют в большие гомогенизаторы. В них же вносятся необходимые рецептурные компоненты, такие как глицерин или красители, после чего продукт подвергают гомогенизации. При использовании второго способа значение pH коллагеновой шкурки должно примерно совпадать с изоэлектрической точкой коллагена, что обуславливает сокращение коллагеновых волокон и усадку шкурки. После грубого измельчения, внесения добавок и красителей шкурку пропускают через коллоидную мельницу или другое подобное оборудование. При этом одновременно происходит измельчение и перемешивание. Полученную волокнистую пульпу обрабатывают кислотой, чтобы получить набухшую гелеобразную массу.

Следующей стадией производства является экструзия коллагеновой массы и формование рукава. Сразу после получения рукава необходимо стабилизировать, чтобы

на следующем этапе подвергнуть сушке. Данную задачу можно решить различными путями.

При использовании метода сухой экструзии на экструдирование направляют коллагеновую массу с высоким содержанием сухих веществ. Ее под высоким давлением пропускают через фильеру



Целлюлозные и фиброзные оболочки

Предлагаем лучшее

www.viskoteepak.com

Московское представительство компании Виско Типак
Тел.: 8-495-956-0960 E-mail: info@viskoteepak.com

Visko
Teepak

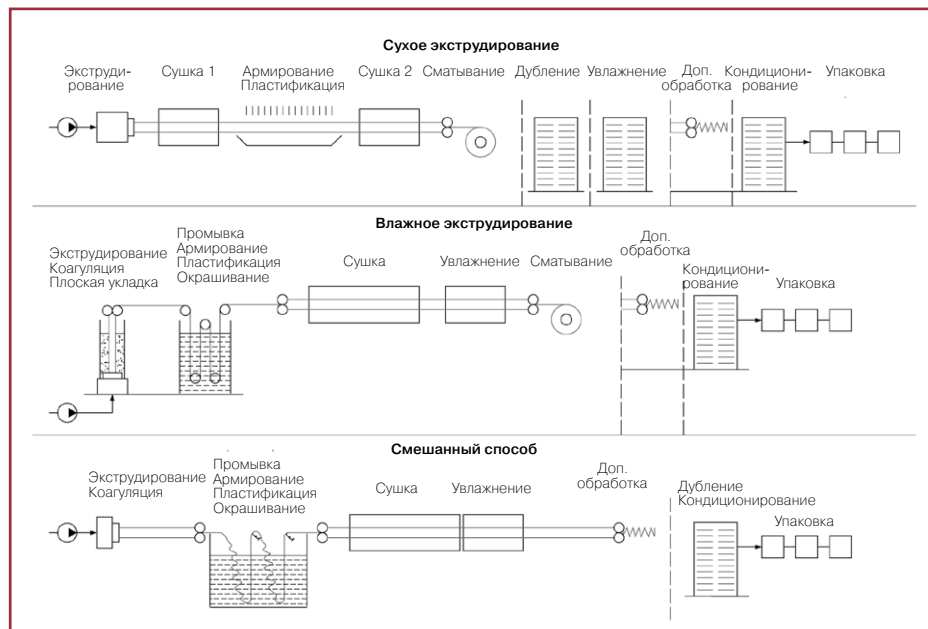
с кольцевой щелью, при этом образуются бесконечный рукав, удерживаемый в расправленном виде за счет внутренней воздушной подушки. Конструкция экструзионной головки позволяет осуществлять целенаправленное смещение коллагеновых волокон и фибрилл, в результате чего оболочка приобретает необходимую прочность и эластичность как в аксиальном, так и в радиальном направлениях. Сформованный в экструзионной головке методом сухой экструзии коллагеновый рукав обладает достаточно высокой механической прочностью благодаря большому содержанию сухих веществ, и поэтому его можно сразу же направлять в сушильный тоннель. Такая стабильность формы позволяет использовать данный метод для изготовления, например, аналога черевы. На входе в сушильный тоннель экструдированную оболочку можно обработать армирующими веществами, для чего ее пропускают через радиально расположенные распылительные форсунки. После сушки в тоннеле рукав пропускают через прижимные вальцы и сматывают в рулон.

Влажная экструзия, с технологической точки зрения, сходна с производством целлюлозной искусственной оболочки. При этом используют влажную коллагеновую массу с низким содержанием сухих веществ, которую экструдировать непосредственно в коагуляционную ванну. Специальная конструкция экструзионной головки и коагуляционного танка позволяет в достаточной степени осуществлять коагуляцию как внутреннего, так и внешнего слоя рукава. В качестве коагулятора используют концентрированный раствор сульфата аммония с добавлением аммиака. Если в результате рукав приобрел достаточную прочность, то его складывают и промывают в нескольких ваннах. Затем он поступает в следующие ванны для обработки армирующими веществами, пластификаторами и, при необходимости, красителями. В рукав нагнетается воздух, и в таком состоянии его направляют в сушильный тоннель, где он окончательно высыхает, затем его складывают и сматывают в рулон.

Наряду с сухой и влажной экструзией применяют еще один – смешанный – метод, использующий обе эти технологии.

В результате дубления колбасная оболочка приобретает прочность при набивке и стабильность при термообработке.

Схема производства коллагеновой оболочки



При производстве коллагеновой оболочки крайне важным моментом является ее упрочнение путем искусственного структурирования. При образовании применяемой для экструдирования коллагеновой массы трехмерная структура натуральной коллагеновой ткани разрушается на микроскопическом уровне, и в результате элементы исходной структуры могут смещаться относительно друг друга практически в любом направлении. Во время процесса экструдирования эти разрозненные элементы снова объединяются во вновь сформированную трехмерную структуру, которую необходимо зафиксировать.

Частичную фиксацию можно провести в ходе производства путем нейтрализации набухшего в кислоте коллагена в коагуляционных ваннах. При этом происходит усадка коллагена и его отдельные волокна плотно укладываются друг на друга. Данный процесс продолжается в сушильной установке. В результате происходит упрочнение рукава, достаточное для его использования в некоторых случаях. Однако для массового применения оболочки механической прочности и гидротермической устойчивости недостаточно.

По этой причине колбасные оболочки предпочитают подвергать отверждению (дублению). На молекулярном уровне

это происходит путем создания в коллагеновой матрице ковалентных поперечных связей. Для каждого конкретного вида оболочки существуют свои способы обработки. Технологически процесс дубления осуществляется непрерывным способом, например, путем орошения рукава альдегидными дубителями в ваннах и (или) в сушильном канале. Широко распространен также метод термического или дегидротермического дубления, представляющий собой отдельную производственную стадию после смотывания оболочки в конце экструзионной линии. В результате дубления колбасная оболочка приобретает прочность при набивке и стабильность при термообработке. Недостаточное отверждение может привести к ухудшению этих свойств, а излишнее – к хрупкости коллагена.

На рисунке представлена схема производства коллагеновой оболочки по трем известным технологиям: сухим, влажным и смешанным методами. Однако с помощью такой схемы невозможно дать полное представление обо всей сложности технологического процесса и аппаратного оснащения линии для данного производства. **МС**

Подробная информация о современных качественных изданиях для специалистов пищевых производств размещена на сайте www.professija.ru.

Заказ книг можно оформить по e-mail bookpost@professija.ru или по тел. +7 (812) 740-12-60



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@messed.ru
www.messe-duesseldorf.ru





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

Инновационные упаковочные решения для свежего мяса

Сегодня большая часть свежего мяса поступает в торговлю в индивидуальной потребительской упаковке, которая должна соответствовать множеству различных требований.

Наряду с защитой своих продуктов производители ожидают от упаковочных решений максимальной эффективности производственного процесса. Современный ритейл требует как можно более длительных сроков хранения, аппетитного внешнего вида и удобных логистических характеристик упаковки. И, наконец, пожеланиями потребителей являются первоклассное качество продукта, простота открывания и экологичность при утилизации упаковки.

Гуляш, свиное филе или колбаски для жарки – только то, что выглядит вкусно и привлекательно, попадет в корзину потребителя. Когда речь идет о свежем мясе, покупатель реагирует особенно чувствительно. Здесь при принятии решения о покупке большую роль играет, прежде всего, сохранение цвета упакованного продукта. Современные упаковочные технологии, разработанные компанией Sealpac, ускоряют процесс созревания, сохраняют красный цвет свежего мяса и препятствуют вытеканию сока из упаковки.

Sealpac ShrinkStyle®

Автоматическая упаковочная система ShrinkStyle совмещает в себе преимущества упаковки по технологиям глубокой вытяжки и термоусадки. В начале процесса мягкая нижняя пленка формируется в лоток, происходит укладка продукта, после чего производится вакуумирование, сваривание лотка с верхней пленкой и разделение упаковок. Затем следует процесс термоусадки, в результате которого пленка плотно и равномерно облегает продукт. Это позволяет избежать различий в цвете на поверхности мяса и препятствует выделению мясного сока из продукта. По сравнению с упаковкой в термоусадочные пакеты технология ShrinkStyle является гораздо более экономичной, при ее использовании снижаются затраты на упаковочный материал, на персонал и повышается производительность линии. Кроме того, она обеспечивает оптимальное протекание процессов созревания и хранения красного мяса.



Sealpac TraySkin® / Thermoskin®

Представляет собой упаковку в лотке с прозрачной защитной верхней пленкой, идеально, как вторая кожа, очерчивающей контуры упакованного продукта. Упаковка продукта

может производиться на трейсилерах или на термоформерах Sealpac. TraySkin позволяет существенно увеличить сроки хранения и отлично подходит для продуктов, которым необходимо время на созревание. Для торговых предприятий, реализующих мясную продукцию, важными факторами являются возможность вертикальной презентации продукта на прилавке и удобство складирования. Дополнительное маркетинговое преимущество – двойное запечатывание (предлагается опционально). После процесса скин-упаковки лоток запаивается дополнительной верхней пленкой. На выходе получается упаковка с пустым пространством между первой и второй пленкой, которое может быть использовано для любых других продуктов или промо-материалов, например, специй, соусов или рекламных вкладок.



Sealpac TenderPac

Эта вакуумная упаковочная система позволяет производить упаковку с двумя отсеками, в одном из которых находится непосредственно продукт, а в другом, невидимом для покупателя, – абсорбирующий материал, который впитывает мясной сок, возникающий в процессе созревания мяса. Специальные свойства пленки способствуют процессу созреванию мяса. Благодаря абсорбирующему материалу, впитывающему мясной сок, упаковка не теряет привлекательности, даже если представлена на прилавке в вертикальном виде. Причем после открытия упаковки потребителю также не придется иметь дело с вытекшим мясным соком. Технология TenderPac позволяет привлекательно презентовать на прилавке нежное свежее мясо с великолепным ароматом.



В заключение стоит упомянуть о том, что ни одно комплексное упаковочное решение не обходится без техники для взвешивания и этикетирования Bizerba, позволяющей получить на выходе готовую упаковку с подходящей этикеткой, содержащей всю необходимую информацию. Эти и многие другие комплексные упаковочные решения эксклюзивно предлагает на российском рынке компания SCHALLER LEBENSMITTELTECHNIK®. ■

16-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
«ОБОРУДОВАНИЕ, МАШИНЫ
И ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ПИЩЕВОЙ
И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ»



АГРОПРОДМАШ

ufi
Approved
Event



ТПП РФ



АГРО ПРОД МАШ

10-14
октября 2011

www.agroprod mash-expo.ru

Центральный выставочный комплекс «Экспоцентр»
Москва, Россия

ИНВЕСТИЦИИ
В БУДУЩЕЕ

Организатор:

 **ЭКСПОЦЕНТР**
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

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

Генеральный
информационный
спонсор:

ПРОИНДУСТРИЯ

Информационный
спонсор:



Официальная
интернет-поддержка:

oborud.info
ПОИСК ОБОРУДОВАНИЯ



Гость:



Ян Уйт,
директор по маркетингу компании
«Силд Эйр Cryovac Европа»

Компания:

ЗАО «Силд Эйр»
Россия, 125445, Москва,
ул. Смольная д. 24 Д, 8-й этаж,
тел.: +7 (495) 795-01-01,
факс: +7 (495) 795-01-00,
cryovac.cismkt@sealedair.com
www.sealedair-emea.com

Беседовала:



Виктория Загоровская



Секреты «комнаты творческих идей»

Мы не занимаемся продажей упаковки. Мы предлагаем клиентам единую упаковочную концепцию, которая включает материалы, оборудование и технологию, подобранные индивидуально для каждого покупателя, говорит Ян Уйт, директор по маркетингу компании «Силд Эйр Cryovac Европа».

– Ян, расскажите, что нового может предложить Ваша компания для российского рынка мяса?

– В 2010 году мы начали выводить на рынок последнюю разработку компании – пакеты Cryovac® OvenEase®, предназначенные для запекания свежего мясного продукта прямо в пакете. В настоящий момент представлена пакетная версия новинки, следующим этапом станет версия ламинатная.

Первоначально решение было представлено в США, потом мы успешно опробовали его на потребителях Европы и теперь начали предлагать в России. Мы сразу почувствовали к нему большой интерес. Одно из крупнейших российских предприятий уже начало промышленное использование пакета, однако пока продукция не появилась на полках магазинов, я, к сожалению, не могу называть имя заказчика.

Сегодня наблюдается усиление тенденции развития продуктов удобных

для конечного покупателя и пакет OvenEase® является частью нашего предложения на рынке упаковки мяса и в секторе общественного питания.

Пакет может использоваться практически для любых продуктов, не только мясных. Изделие запекается в печи приблизительно в течение двух часов при температуре 200 С в пакете. Конечно, изначально продукт должен быть хорошего качества. Мы провели множество тестов в нашем Европейском центре Пэкфорум в Париже, где представлено более 15 упаковочных систем для тестирования продуктов. Мы запекали мясо, а потом дегустировали и оценивали качество вместе с нашими покупателями – это действует убедительнее любой рекламы.

– Расскажите подробнее про возможности центра «Пэкфорум». Как рождаются идеи новых разработок и создаются упаковочные концепции?

– В Европейском центре Пэкфорум мы проводим разнообразные мероприятия. Обычно 4-5 раз в год организуем международные семинары по различным

темам, например, охлажденному мясу, автоматизации производственных процессов. Наши покупатели часто приезжают, чтобы работать по индивидуальной программе в рамках интересных их направлений. Опыт работы «Пэкфорум», существующего с 2002 года, оказался очень успешным, и в настоящий момент мы проводим реконструкцию центра. Открытие обновленного центра состоится в феврале этого года.

В переоборудованном «Пэкфоруме» мы создали специальную комнату для дизайнерских разработок, которую можно назвать «комнатой творческих идей». Наши продавцы вместе с покупателями, дизайнерами и с помощью специальных

компьютерных программ и 3d технологий будут создавать здесь образы новых упаковок. Создание этой зоны творческих изысканий стоило нам немалых средств, но мы уверены, что эта идея будет очень полезна нашим покупателям и получит развитие в дальнейшем.

«Силд Эйр Cryovac» много вкладывает в разработки новых продуктов: около 2% оборота компании расходуется на инновации, тогда

как средняя цифра в упаковочной отрасли составляет менее 1%. Наша принципиальная позиция всегда была и остается следующей: для того чтобы быть лидерами на рынке, нужно постоянно развиваться и предлагать все новые решения.

Мы работаем в тесном взаимодействии с клиентом на всех этапах проек-



та, начиная с обсуждения существующих проблем в производстве, пожеланий, на основе которых начинаем разработки новых упаковочных концепций; выбора упаковочной системы, ее установки, полной технологической и инженерной поддержки после промышленного запуска оборудования. При этом мы не ограничиваемся общением с производителями, а обязательно обращаемся к сетевой рознице, т. е. клиентам наших клиентов, чтобы узнать, насколько будут востребованы наши концепции. Таким образом, у нас получается тройственный диалог: производитель, эксперт в области упаковки и сетевая розница.

– В Вашем ассортименте представлено много пакетов, которые еще не используются на рынке СНГ. Какие новинки вы считаете перспективными в ближайшие годы?

– Например, пакет Cryovac® TBG для упаковки мяса с костью, на котором есть специальная плотная защитная прокладка, которая предотвращает прокол пакета. Этот сегмент рынка в Европе постепенно сужается, но наш пакет пользуется особым спросом в летний сезон барбекю для свиных ребрышек.


«У нас появилась возможность всего за 10 дней с помощью цифровой печати предоставлять клиентам образец их нового дизайна на пакете или пленке, что значительно ускоряет выбор нужного варианта».

Еще одна инновация – серия пакетов с функцией легкого вскрытия, в том числе пакет Grip & Tear для охлажденного мяса. После термоусадки пакета четко видно, где находится уголок для вскрытия. Представлены интересные варианты пакетов с легким вскрытием в форме буквы V для клиновидных кусков твердого сыра, а также обычный пакет для охлажденного мяса с печатью, полностью покрывающей одну сторону упаковки. Это специальная разработка для кусков охлажденно-

го мяса, при продаже которых необходима абсорбирующая салфетка, которая вкладывается в пакет. Для того чтобы ее не было видно, – ведь пропитанная мясным соком, она явно выглядит неаппетитно, – непрозрачная печать полностью закрывает салфетку от глаз покупателей. Решение особенно широко сегодня применяется в Великобритании и США.

Кстати, если говорить о печати на упаковке, у нас появилась возможность всего за 10 дней с помощью цифровой печати предоставлять клиентам образец их нового дизайна на пакете или пленке, что значительно упрощает и ускоряет выбор нужного варианта.

Большое внимание мы уделяем упаковке для крупных кусков – именно с нее мы начинали свою деятельность 60 лет назад и в последние годы продолжили заниматься порционной упаковкой. Используя термоусадочные пакеты для больших кусков, производитель может упаковывать продукцию у себя на заводе и сразу отправлять ее на полки супермаркетов на реализацию. Вакуумная упаковка позволяет мясу созревать, удерживает соки внутри, предотвращая высыхание и потерю веса, сохраняет свежесть, сочность и даже улучшает вкусовые качества, так как процесс созревания продолжается в пакете.

Все наши упаковочные решения экономичны, удобны, привлекательны и выгодны для производителей! 

МЫ предлагаем ВАМ...

МЕНЬШЕ

МЕНЬШЕ ЗАТРАТ,
МЕНЬШЕ ОТХОДОВ УПАКОВКИ

&

БОЛЬШЕ

БОЛЬШЕ ЭКОНОМИИ,
БОЛЬШЕ ПРИБЫЛЬНОСТИ,
БОЛЬШЕ ЗАБОТЫ ОБ ЭКОЛОГИИ



РЫБА



ОХЛАЖДЕННОЕ МЯСО



ГОТОВЫЕ БЛЮДА



ПЕРЕРАБОТАННОЕ
МЯСО



ПТИЦА



СЫР

Cryovac®, бизнес-подразделение компании Силд Эйр, является мировым лидером в области пищевой упаковки, упаковочных систем и сервиса. Наши упаковочные решения сокращают ваши затраты, экономят ваше время, повышают эффективность и сохраняют экологию. Для любого вашего продукта: свежего, замороженного, готового, варёного или копченого, у нас есть инновационное упаковочное решение в соответствии с вашими нуждами и предпочтениями.

 **Sealed Air**
CRYOVAC®
Food Packaging Systems

www.sealedair-emea.com

Автор:



Виктория Загоровская



Black pepper – король пряностей

Сегодня трудно представить пищевые производства, которые не использовали бы специи и пряности. Ведь они позволяют расширить ассортимент продукции, практически не изменяя ее себестоимости и технологии производства. Во всем мире пряности приобретают все большее значение как натуральный компонент, способный придать продукту оригинальный, неповторимый вкус и аромат.



Бизнес первых миллионеров

Черный перец – король пряностей. Он упоминается еще в индийских текстах второго тысячелетия до нашей эры. Перец представляет собой высушенные недозрелые плоды тропического многолетнего кустарника – небольшие черные горошины. Греческое название «*περερί*», латинское «*pirer*», английское «*pepper*», а также русское «перец» – все они происходят от санскритского названия перца «*pīrpālī*».

В Индии перец высоко ценился с незапамятных времен и был одной из первых восточных пряностей, покорившей Европу, начиная с Древней Греции и Рима. Ученик Аристотеля, греческий философ Теофраст, которого иногда называют «отцом ботаники», разделял перец на два вида: черный и длинный. С Малабарского побережья Индии перец путешествовал по свету как морски-

ми, так и сухопутными путями. Через персидский залив его доставляли в Аравию, через Красное море – в Египет.

Позднее, в 40 г. нашей эры, к торговле присоединились корабли Римской империи. Прямая торговля между Римом и Индией помогла устранить арабскую монополию на все виды «пряных сокровищ». В Римской империи перец занял прочное место среди ходового коммерческого товара. Фридерик Розенгартен в своей «Книге Специй» пишет, что во времена правления императора Маркуса Аурелиуса торговля перцем достигала таких небывалых масштабов, что в 176 г. нашей эры таможенный налог в Александрии взимался преимущественно длинным или белым перцем. Чтобы предотвратить разграбление Рима войсками готического царя и завоевателя Аларика в 408 г. нашей эры римляне выплатили ему дань, которая, среди прочих богатств, включала в себя 3 000 фунтов перца.

Торговец Космас Индиноплеустес подробно описал в своей книге «Топография Христиана» способы выращивания, сбора и приготовления перца жителями Малабарского полуострова. Незадолго после этого, в первом веке нашей эры, индийские колонисты основали перечные плантации на Яве. Марко Поло в своих мемуарах описывает «перечное изобилие» на Яве. Он упоминает китайские суда, которые выходили в море, груженные каждое 6 000 корзинами с перцем.

В Средние века перец занял важное место в кулинарии Европы. Им пользовались, чтобы придать пикантность и приятный вкус сырой и быстропортящейся пище, но главным образом, чтобы заглушить отвратительный вкус мяса.

Цельные горошки перца тогда стоили очень дорого и принимались властями в качестве оплаты налогов, податей, долгов, а также в качестве приданного. В 1180 г. в Лондоне начала действовать «Гильдия тор-

Стремление устранить острый, горький вкус перца привело основателя компании Джина Хьюза к налаживанию производства биологически активных добавок в форме капсул.

Существует два основных показателя качества перца: острота и аромат. Острота перца зависит от пиперина, аромат – от содержания эфирных масел.

говцев цельным перцем», которая затем была переименована в «Гильдию торговцев пряностями», а веком позже стала носить название «Компания Бакалейщиков», под которым существует по сей день.

В 13 веке экономический рост и великое богатство Венеции и Генуи были достигнуты в основном благодаря торговле пряностями. Потребность Европы в пряностях, особенно в черном перце, и желание сказочно обогатиться стали главными стимулами экспедиции Колумба и морского путешествия Васко да Гама. Это позволило португальцам завладеть монополией на продажу специй, которую они сохраняли на протяжении ста лет. Проведя несколько решающих сражений с мусульманами, Португалия завладела желанным Малабарским побережьем Индии, Цейлоном, Явой и Суматрой.

Позднее монополия на производство перца перешла в руки голландцев и принадлежала им вплоть до 1799 г., пока их Восточно-Европейская компания не разорилась. Одновременно с этим американский капитан Карнс пришвартовал в гавани Нью-Йорка шхуну с грузом черного перца, с продажи которого выручил \$100 тыс. В последующие пятьдесят лет (в первой половине 19 века) американские торговые суда играли главную роль в мировой торговле перцем. Известно, что этот бизнес произвел на свет первых американских миллионеров. В настоящее время крупнейшими производителями пряности являются Индия, Индонезия и Бразилия. А первыми в списке потребителей стоят США, Россия, Германия, Япония и Англия.

Вкусовые оттенки ваших колбас

Изменение свойств мясного сырья, применение интенсивных способов его обработки, использование пищевых добавок при производстве приводят к снижению органолептических показателей мясных продуктов. Именно поэтому особенностью последних десятилетий стал возрастающий интерес производителей к рецептурным компонентам, придающим продуктам традиционный вкус и аромат.

Среди универсальных вкусо- и ароматообразующих ингредиентов особое место занимают натуральные пряности. Черный, белый, душистый

молотый перец добавляли в колбасы с давних времен. Относительно небольшой ассортимент пряностей и специй, традиционно используемых в колбасном производстве, в различных сочетаниях и количественном соотношении позволяют получать вкусовые оттенки колбас, подчеркивая их индивидуальность.

Черный перец – самая универсальная пряность ко многим блюдам. В продажу он поступает в виде горошин или молотым. В молотом виде черный перец используют для заправки различных блюд, фаршей, начинок. Он употребляется для приготовления супов, подливок и соусов, а также всех видов мяса, включая дичь, изготовления разных сортов колбас, сыров и многих других блюд современной кухни. Наряду с душистым и красным стручковым перцем он применяется в консервной промышленности при производстве овощных маринадов, салатов, мясных консервов. В этих случаях чер-

ный перец используется в виде горошка, а в супы, подливы и соусы, колбасы и сыры идет только размолотым.

Однако надо учесть, что в полной мере свои функции выполняют только высококачественные пряности. Качество горошин перца определяется органолептическими и физико-химическими показателями. К органолептическим характеристикам относятся цвет, размер, твердость горошин, вкус и аромат. Перец, прошедший необходимую очистку, сортировку и сушку, имеет равномерный темно-бурый цвет, одинаковый размер и высокую плотность горошин.

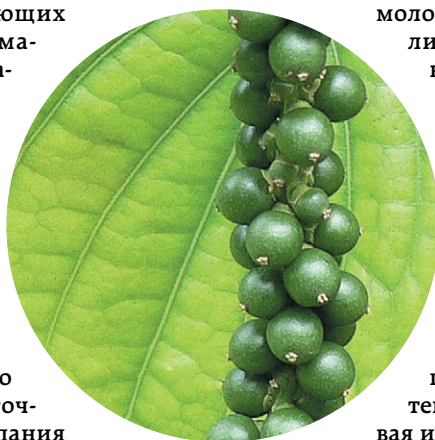
К физико-химическим показателям качества относятся массовая доля влаги, золы и эфирных масел. Косвенным показателем содержания в перце эфирных масел и других ароматообразующих веществ является плотность (гр./л.). Данный показатель отражает вес горошин, которыми заполнена емкость объемом 1 л. Стандартной плотностью считается 570 гр./л. Он характеризуется повышенным содержанием пиперина (более 7,5%) и эфирных масел (около 2%), формирующих явно выраженные аромат, остроту и жгучесть.

Помимо аромата и вкуса, являющихся важнейшими показателями качества, сортность молотого перца можно оценить по цвету, степени измельчения и сыпучести. Черный перец высшего сорта имеет цвет от светло-коричневого до бурого с зеленоватым оттенком. Для него характерна однородная тонкодисперсная консистенция и сыпучесть без комкования. Такой перец необходим преимущественно для выработки сосисок, сарделек, вареных колбас и ветчин.

Кстати, лучшим считается самый плотный и тяжелый перец высшего качества с Малабарского побережья Индии. Это Malabar Grade 1 или MG1. Его плотность равна 570-580 гр./л. Этот перец очень экономичен в использовании и особенно рекомендован к применению при производстве вареных колбас.

Первый сорт – это перец плотностью 480 гр./л., сорностью до 10%, содержание вкусо- и ароматообразующих веществ в нем составляет около 1%. Его целесообразно использовать при производстве копченых колбас и рубленых полуфабрикатов.

Молотый перец рекомендуется хранить герметически упакованным, иначе он быстро выдыхается и теряет свои свойства. **МС**





Автор:



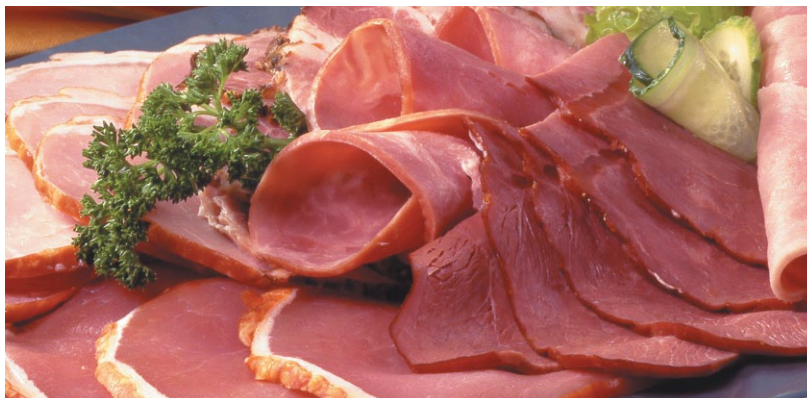
Алексей Детковский,
генеральный директор

Компания:

«Торговый дом «Партнер»»,
109316, Москва, ул. Талалихина д. 26,
тел.: +7 (926) 210-21-85, +7 (903) 629-53-01,
тел./факс: +7 (495) 676-62-61,
partner-td@inbox.ru
www.partner-td.ucoz.ru

Партнерское дело – натуральность продукта!

«Торговый дом «Партнер» – молодая, динамично развивающаяся компания. Мы являемся представителями компаний SONAC (Нидерланды) и BARENTZ (Нидерланды) и предлагаем для мясопереработчиков России качественные продукты, отвечающие самым высоким требованиям безопасности. Особое внимание мы уделяем натуральности поставляемых добавок. Недаром девиз нашей компании – «Партнерское дело – натуральность продукта!».



Сегодня, если продукт питания включает в состав какие-либо компоненты, то желательно, чтобы они были получены из известных потребителю источников, выращены в экологически безопасных районах. Натуральность превращается в основное требование для повседневных продуктов. Ингредиенты, которые предлагает «ТД «Партнер», выпускаемые компаниями SONAC и BARENTZ, находятся на самом пике актуальных тенденций пищевого рынка.

К основному перечню представленных в ассортименте компании ингредиентов относятся: высокоочищенная плазма крови, краситель из плазмы крови «HARIMIX», натуральный продукт на основе ферментов плазмы крови «FIBREMEX», различные коллагеновые и другие животные белки. Мы остановимся на наиболее востребованных российским рынком позициях.

Альбумин (сухая плазма крови SONAC) – натуральный продукт, обладающий высокой пищевой ценностью. Из всех пищевых ингредиентов он наиболее близок по составу к мясному сырью. По сути, альбумин таким сырьем и является. Он весьма актуален для производства колбасных изделий с большими заменами мясного сырья, для

«Альбумин применяется для производства колбасных изделий с большими заменами мясного сырья, для достижения качественной консистенции изделий и получения дополнительного выхода продукции».

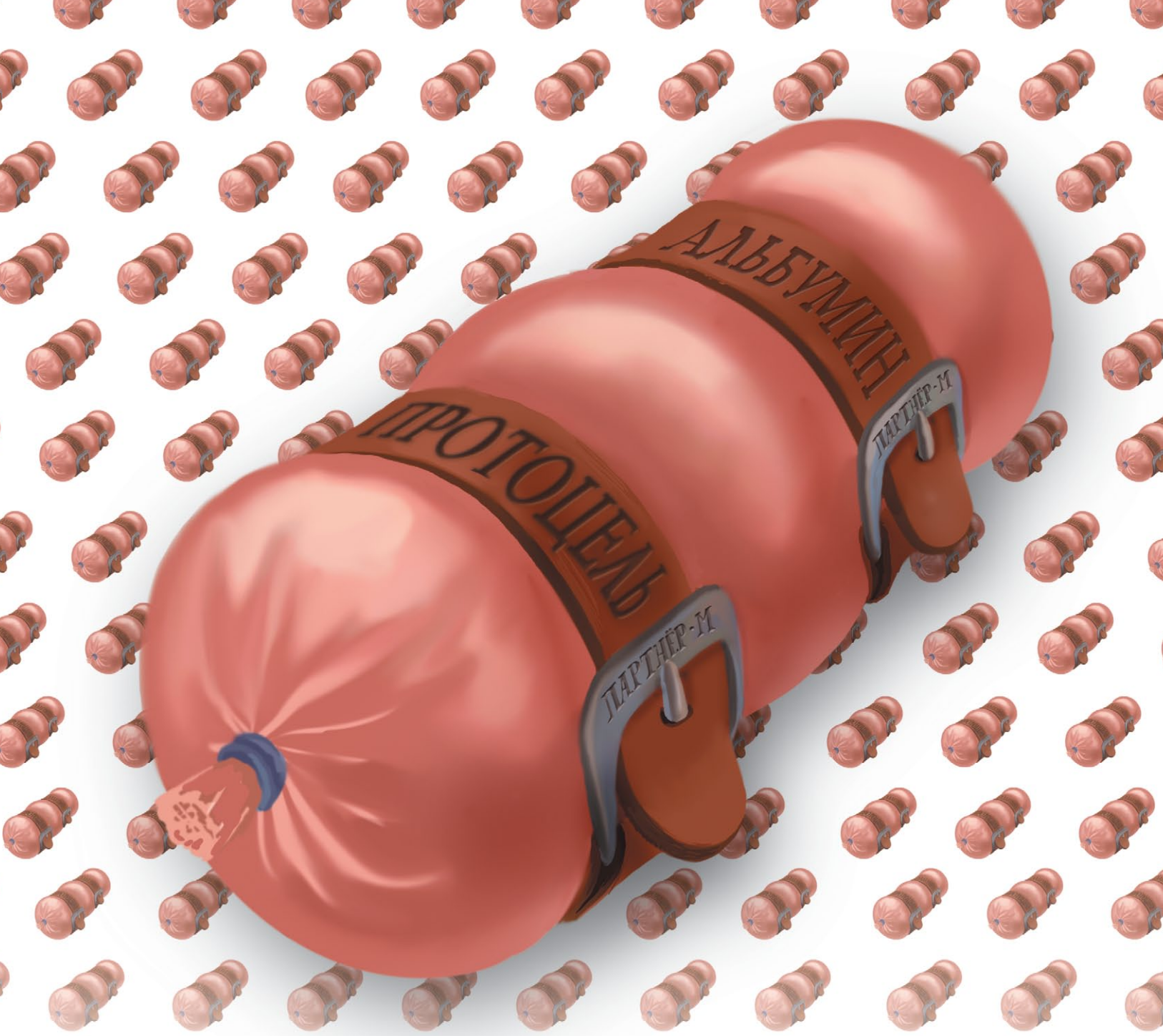
достижения качественной консистенции изделий и получении дополнительного выхода продукции за счет существенного снижения термопотерь. Кроме того, плазма крови компании SONAC отличается высокой допустимой концентрацией использования в рецептурах, поэтому ее закладка в пределах 1,5-2% не оказывает влияния на органолептику мясной продукции.

Учитывая хорошую растворимость плазмы крови SONAC, ее часто используют в рассолах для инъектирования деликатесной продукции. Благодаря высоким водо-жиросвязывающим и эмульгирующим свойствам эффективно ее применение в рецептурах, где в состав входит низкосортное, жирное сырье или мясо с пороками PSE.

Так, например, во время приготовления измельченных вареных мясопродуктов порошок плазмы добавляется непосредственно в колбасный фарш и перемешивается в куттере. Можно также готовить протеиново-водно-жировую эмульсию, которая в дальнейшем добавляется в колбасный фарш. При выработке ветчинных изделий порошок плазмы добавляют в рассол.

На недавнем семинаре в Голландии, который проводила компания SONAC, в качестве эксперимента были выработаны сосиски, ветчины, п/к колбасы и произведена оценка термопотерь. В случае неис-

пользования плазмы крови в рецептуре образцы имели сильный бульонно-жировой отек, а потери на термообработке составили 16,7%. При добавлении в рецептуру всего 0,3% плазмы крови потери сократились практически вдвое! Бульонно-жировой отек в целом ушел. При закладке в рецептуру 1,5% альбумина потери снизились более чем в 18 раз и составили лишь 0,9%. При этом никакого бульонно-жирового отека не наблюдалось.



Плазма крови высокой очистки **ALBUMEN** компании SONAC, безпримесный коллагеновый белок **UNICOLL** компании BARENTZ, животный краситель из гемоглобина крови **HARIMIX**, фермент плазмы крови **FIBRIMEX** для «сшивания» мясной обреза, **ПРОТОЦЕЛЬ** – высокофункциональная растительная клетчатка «премиум» класса.

www.partnermk.ru



ПАРТНЕР-М

109316, г. Москва,
ул. Талалихина, д. 26, стр. 4,

249096, Калужская обл.,
г. Малоярославец,
пер. Калинина, д. 11

тел./факс: **+7 (495) 676-62-61**

тел.: **+7 (48431) 313-82**
моб. тел.: **+7 (901) 995-35-65**
e-mail: **partnermk@mail.ru**

Во всех экспериментальных выработках плазма крови компании SONAC показала отменные функциональные качества в образовании прочных гелевых структур, снижения образования желеобразных и жировых подтеков при варке и превосходные показатели по уменьшению термопотерь.

Кроме того, ее можно использовать как замену соевого белка. В отличие от соевых белковых препаратов эмульсии с плазмой крови SONAC стабильны при хранении, при вторичной термообработке и при «замораживании-размораживании», что делает выгодным ее применение при производстве рубленых полуфабрикатов, начинки для пельменей и т. д.

Преимущества использования сухой плазмы крови SONAC:

- увеличивает содержание животного полноценного белка в продуктах;
- имеет большую гидратацию, чем соевые белки;
- применяется при работе с PSE сырьем;
- образует гель с характерной мясной структурой и консистенцией;
- увеличивает выход готовой продукции;
- улучшает консистенцию, нарезаемость и товарный вид готовой продукции;
- снижает процент брака за счет уменьшения образования бульонно-жировых отеков при термообработке;
- сокращает процент потерь при термообработке колбасных изделий;
- уменьшает усушку колбасных изделий при хранении;
- может использоваться в составе шприцовочных рассолов (за счет высокой растворимости);
- сохраняет структуру в процессе «замораживания-размораживания» полуфабрикатов;



- стабилизирует белково-жировые эмульсии;
- препятствует отсечению влаги в упакованной под вакуумом продукции;
- не содержит ГМИ.

Теперь рассмотрим вопрос об эффективности использования в мясном производстве натурального красителя из плазмы крови «HARIMIX» и гемоглобина крови SONAC.

Как известно, востребованность продуктов в рознице в первую очередь зависит от их внешнего вида. И цвет здесь является одним из важнейших показателей. Цвет свежего мяса, продуктов, прошедших термообработку и сыровяленых изделий определяется миоглобином и гемоглобином, которые отвечают за реакцию цветообразования и имеют схожие цветовые характеристики. Компания SONAC предлагает для окрашивания мясных продуктов высококачественные про-

теиновые натуральные красители: гемоглобин и «HARIMIX». Они придают продуктам естественный цвет, повышают привлекательность и подчеркивают контраст между жировыми включениями и мясной составляющей изделия. Кроме того, протеиновые красители серии «HARIMIX» гарантируют гораздо большую стабильность цвета,

чем даже природный миоглобин. А их внесение увеличивает белковую составляющую продукта. При этом, являясь составной частью белков плазмы крови, гемоглобин и «HARIMIX» являются полностью натуральными ингредиентами и могут использоваться производителем в рецептурах без вынесения их в со-

«Являясь составной частью белков плазмы крови, гемоглобин и «HARIMIX» считаются натуральными ингредиентами и могут не указываться на этикетке продукта как входящие в его состав».

став продукта, указываемый на этикетке. Функциональной частью препарата «HARIMIX» является гемоглобин, который отвечает в мясе за изменение и/или усиление цвета. Для различных продуктов используют различные типы красителей.

«HARIMIX» придает мясным продуктам натуральный цвет, обладающий высокой стабильностью под воздействием света, не меняющийся со временем. Использование гемоглобина и «HARIMIX» позволяет окрашивать только мясную часть изделия, не меняя цвет шпига. При окунании в подготовленный окрашивающий раствор с красителем «HARIMIX» или гемоглобином производитель обеспечивает мясному продукту привлекательный внешний вид и сокращает время копчения, добившись дополнительного выхода за счет снижения термопотерь. ■





Автор: **Татьяна Чивикина**,
технолог Московского
представительства компании

Компания: **ВАН ХЕЕС ГмбХ**,
тел.: +7 (495) 747-49-35
www.van-hees.com

Эмульгаторы и стабилизаторы «Лемаль»

Компания «ВАН ХЕЕС ГмбХ» (Германия) предлагает широкий выбор пищевых добавок для мясной и птицеперерабатывающей промышленности.

На российском рынке представлены более 200 самых востребованных позиций из общего ассортимента производимых «ВАН ХЕЕС ГмбХ» добавок различного функционального назначения для использования в рецептурах мясных и колбасных изделий. В том числе это пищевые добавки линейки «Лемаль», относящиеся к группе эмульгаторов и стабилизаторов.

Технологическая проблема оптимизации состава рецептур вареных колбасных изделий, паштетов и других продуктов, требующих равномерного связывания несмешиваемых фракций, остается актуальной. Несмотря на то что в целом добавки «ВАН ХЕЕС ГмбХ» предназначены для производства продукции среднего ценового уровня и премиум-класса, добавки линейки «Лемаль» подходят также для востребованных на российском рынке продуктов низкого ценового сегмента с высоким уровнем замесы сырья.

Представляем краткое описание продуктов линейки «Лемаль».

Лемаль ГЦ 17 – эмульгатор для стабилизации любых жировых эмульсий. При производстве сосисок и сарделек занимает до 30% в рецептуре в виде жировой эмульсии, для паштетов и ливерных колбас используется в сухом виде.

Состав: рисовая мука, загуститель Е 412, молочный белок, растительный белок, пшеничная мука.

«Специализированные добавки «Лемаль» эффективны при изготовлении термостабильных водно-жировых эмульсий, а кроме того, дают возможность использования более за жиренного мяса сырья в основной рецептуре».

Применение: жировая эмульсия – 1 часть Лемаль ГЦ 17; 17 частей жирного сырья; 17 частей воды.

Лемаль СМХ – эмульгатор для уплотнения консистенции деликатесов к/в (особенно свиной грудинки). Для деликатесов – от 1,5% в рассол для шприцевания, для вареных колбасных изделий 5-25 г/кг – для улучшения вкуса и текстуры готового продукта.

Состав: сывороточный белок, молочный белок, загуститель Е 415.

Применение: в сухом виде, 5-20 г на 1 кг фарша, 1,5% в рассол для 50% инъекции.

Лемаль СМХ натур – эмульгатор для улучшения консистенции вареных колбасных изделий и деликатесов. Не содержит Е-добавок.

Состав: Сывороточный белок, молочный белок, желатин.

Применение: в сухом виде – 5-20 г на 1 кг фарша, от 1,5% в рассол для 50% инъекции.

Лемаль Гель АД 20 – стабилизатор для получения термически стабильных эмульсий.

Для вареных колбасных изделий, рубленых полуфабрикатов – в виде мясных гранул до 25% в рецептуре.

Состав: Декстроза, Е401 альгинат натрия, Е516 сульфат кальция, Е450 дифосфат натрия.

Применение: в сухом виде – 5 г/кг фарша, термически стабильная эмульсия – 1 часть Лемаль Гель АД 20; 10 частей мясного сырья; 2 части сухого молока; 15 частей воды (исключать присутствие соли).

Лемаль Стабилизирунг ТТ – стабилизатор для вареных колбасных изделий с высокой заменой мясного сырья.

Состав: Е407 каррагенан, рисовая мука (с глютенном), Е450 пирофосфат натрия, Е412 гуаровая камедь.

Применение: в сухом виде – 25 г на кг фарша.

ЛЕМАЛЬ Хай Перформанс – стабилизатор для получения термически стабильных эмульсий повышенной функциональности.

Для вареных колбасных изделий, рубленых полуфабрикатов – в виде мясных гранул до 35% в рецептуре.

Состав: Е401 альгинат натрия, Е460 целлюлоза, Е412 гуаровая камедь, Е450 дифосфат натрия, Е516 сульфат кальция.

Применение: Искусственный шпик – 1 часть Лемаль Хай Перформанс; 4 части шпика; 15 частей воды (исключать присутствие соли). Мясная эмульсия непосредственно при фаршесоставлении – 1 часть Лемаль ХП; 8 частей мясного сырья; 2 части сухого молока; 29 частей воды.

ЛЕМАЛЬ – эмульгатор для ливерных колбас, паштетов, консервов.

Состав: Е472 б/с эфиры глицерина и молочной и лимонной и жирных кислот.

Применение: 3-5 г для ливерной колбасы тонкого измельчения и 5 г/кг для ливерной колбасы грубого измельчения. Можно использовать сухим (при использовании волчка или куттера) или растворенным (1 часть Лемаль + 4 части воды).

ЛЕМАЛЬ Лему 80 – эмульгатор с моно- и диглицеридами для ливерных колбас, паштетов, консервов.

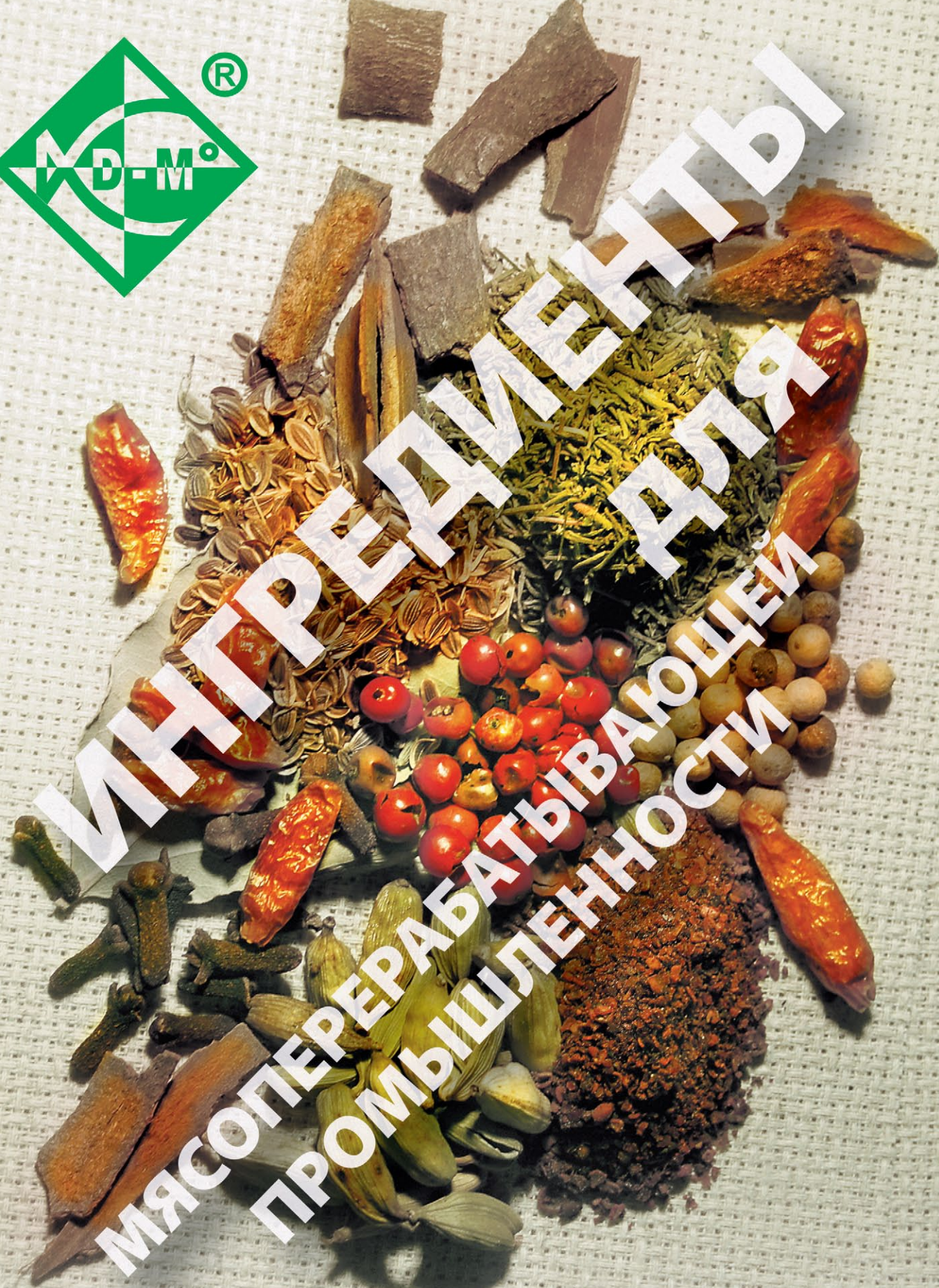
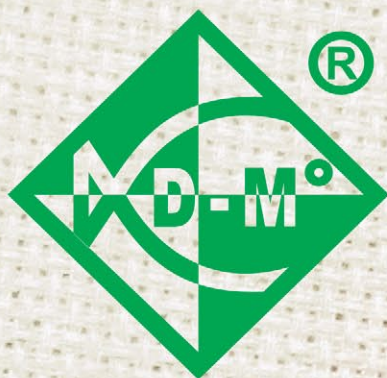
Состав: Е 471 моно- и диглицериды жирных кислот, Е 472 с глицерина и лимонной и жирной кислот эфиры.

Применение: 3-5 г для ливерной колбасы тонкого измельчения и 5 г/кг для ливерной колбасы грубого измельчения, а также консервов.

Использование перечисленных выше добавок регламентируется соответствующими ТУ. Все добавки сертифицированы.

Продажи ведутся через дистрибуторскую сеть. **Р**





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



Компания: **Д-М**
125480, Россия, Москва, ул. Героев-Панфиловцев, д. 20
тел./факс: +7 (499) 657-55-55,
e-mail: office@komu-dobavki.ru
www.komu-dobavki.ru

Авторы:



М. В. Разумовский,
технический директор



Ю. А. Буханцов,
главный технолог

Бизнес со вкусом



В условиях всеобщего кризиса в нашей стране правильнее говорить не о растущем дефиците мясного сырья, а скорее, о значительном росте его стоимости.

Сохранение в неизменном виде устоявшихся технологий не может не вызвать соответствующего роста цен на готовую продукцию, что в свою очередь не может не привести к падению спроса на нее. Поэтому производитель сейчас особенно охотно идет на внедрение всевозможных новшеств, позволяющих снизить рост себестоимости продуктов мясопереработки и, пусть на какое-то время, удержаться от поднятия цен на них. Но пожалуй, из всего спектра пищевых добавок кризис меньше всего повлиял на выбор мясопереработчиками специй.

Вклад специй в себестоимость средней и дорогой мясной продукции не столь существен, чтобы можно было рисковать качеством, поэтому производитель интересуется в первую очередь вкусом и ароматом готовой продукции, а также стабильностью этих органолептических свойств. На замену специй технологи идут, как правило, только в том случае, если уже используемая вкусоароматика по какой-то причине их совершенно не устраивает. Такую логику понять несложно. Ведь смена ароматической составляющей может вызвать негативную реакцию потребителя (независимо от того, понравилась эта вкусовая гамма технологу или нет). Большинство крупных производителей обычно выпускает несколько видов одного

наименования, например, «Докторская» с мускатной нотой, либо та же «Докторская» с кардамонной нотой, с сильно пряной или же со «спокойной» ароматикой. Словом, на любые вкусы.

Однако утверждать, что кризис никак не повлиял на пристрастия технологов в области специй, было бы так же неверно.

Начнем с того, что культура использования специй претерпевает эволюцию вне зависимости от кризиса. С момента выхода в свет «39 рецептов колбасника Франца Лилля» многое изменилось. В первую очередь расширился ассортимент используемых специй. Затрагивая эту тему, следует учитывать особенности культуры нашей страны. Дело не только в ее многонациональности, но и в любознательности населения. На культуру влияет как Запад, так и Восток, в том числе и на гастрономические предпочтения. И что самое главное, что сейчас пряности (в том числе и экзотические) стали общедоступными, а эта доступность в сочетании с любознательностью не может не развивать вкус обывателя. На это всегда приходится делать поправку производителю, даже если его собственный вкус чрезвычайно консервативен. Например, в списке пря-

ностей прочное место занял как любисток, широко используемый в Западной Европе, так и шамбала (пажитник), характерный для азиатской кухни. Все чаще используются ягоды можжевельника, кумин (типично восточная пряность), розовый перец.

Это чисто российская тенденция, не зависящая от кризиса. Существует и вторая, продиктованная экономической ситуацией. Учтявая, что все чаще стали использоваться такие продукты, как мясо

птицы, свиная шкурка и прочее нетрадиционное белковое сырье, и к специям, соответственно, начинают предъявляться специфические требования. Использование вышеупомянутой шамбалы – не только дань восточной культуре. В сочетаниях с имбирем, чесноком и рядом других пряных растений эта специя дает специфические мяс-

ные ноты; шамбала является одной из обязательных составляющих смесей под общим названием карри, незаменимых во многих азиатских странах в блюдах из птицы. Мясные (бульонные) ноты имеет и любисток, к недостаткам которого, пожалуй, можно отнести склонность к ослаблению ароматики при термообработке.

При использовании так называемых замен нехватку естественного вку-

«Культура использования специй претерпевает эволюцию вне зависимости от кризиса. С момента выхода в свет «39 рецептов колбасника Франца Лилля» многое изменилось. В первую очередь расширился ассортимент используемых специй».



са приходится восполнять. Порой хорошие результаты может дать увеличение усилителя вкуса, либо использование сочетания глутамата с инозином и гуанилатом. Опасность для здоровья этих веществ сильно преувеличена: первое усваивается как обычная аминокислота, два других – как обычные нуклеиновые кислоты; «синдром китайских ресторанов» связан исключительно с передозировкой.

Возникает парадоксальная ситуация: с увеличением процента замен приходится использовать более дорогие специи. Но это до определенного предела.

Выше мы говорили о том, что вклад специй в себестоимость продуктов мясопереработки невелик. И тут же добавили: это касается продукции высокого и среднего ценового диапазона. А между тем, ни для кого не секрет, что существует продукция с себестоимостью порядка 20 руб./кг, и довольно значительная часть населения пока, к сожалению, никакой другой продукции позволить себе не может. При такой экономике производитель уже не может закрывать глаза на стоимость специй. Но они должны быть не просто дешевыми, а кроме того, и весьма интенсивными. В таких композициях преобладают уже ноты чеснока, кориандра, красного перца, дымов, ароматизаторы мясной направленности. В этом ценовом фрагменте отечественные производители специй получили наибольшее преимущество перед импортерами. Как они сумеют им воспользоваться, покажет время. ■

* ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА КОМПАНИИ:

«Д-М» – сравнительно молодая российская компания, работающая на рынке пищевых ингредиентов с марта 2000 года. Ее специализация – разработка и производство высококачественных ингредиентов для мясоперерабатывающей промышленности.

С 2000 года основным видом деятельности является внедрение на российский рынок функциональных пищевых ингредиентов, вкусовых композиций, красителей и консервантов европейского производства. С начала 2002 года предприятие начало интенсивное проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ в области создания и производства пищевых добавок. Работы проводятся на базе РХТУ им. Менделеева (Москва, РФ) и фирмы VLA Chemicals (Цюрих, Швейцария). В начале 2003 года «Д-М» регистрирует ингредиенты для мясомолочной промышленности собственного производства, которые являются, в основном, результатом российских, швейцарских и немецких разработок. В 2003 году компания приступила к разработкам вкусо-ароматических добавок. Немаловажную роль в этом игра-

ет сотрудничество с рядом индийских и индийско-германских фирм, среди которых такие известные предприятия Sami Labs Ltd (Бангалор), Novo Aristech (Хайдарабад), Kankor (Кочин).

Основным направлением в работе компании является создание многофункциональных стабилизирующих и вкусо-ароматических систем, применяемых в мясо- и птицеперерабатывающей промышленности. Использование пищевых добавок, выпускаемых компанией, позволяет технологам пищевых предприятий решать многие производственные задачи, такие как снижение себестоимости продукции, повышение кондиционности сырья, интенсификация технологических процессов и расширение ассортимента выпускаемой продукции.

«Д-М» имеет возможность осуществлять подбор свойств продуктов для каждого клиента в отдельности. Высокое качество продукции – не случайность, а систематическая работа каждого сотрудника предприятия на пользу клиента. Девиз «Д-М» – «Ваше благополучие – это наш совместный успех».

Открыта подписка на журнал «Мясная сфера»



3 номера (полугодовая 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



interfood
ST. PETERSBURG

5 – 7 АПРЕЛЯ 2011

Санкт-Петербург, Ленэкспо

www.restec.ru/interfood

Организаторы:

Тел.: +7 (812) 320 8093

Факс: +7 (812) 320 8090

E-mail: foodind@restec.ru



15-я Международная выставка

**ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ,
НАПИТКИ И ИНГРЕДИЕНТЫ**



СОВРЕМЕННОЕ ХОЛОДИЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ МЯСОПЕРЕРАБОТКИ КОМПАНИИ ООО «Производственно-Техническая Фирма «КРИОТЕК»



Комплексы убой 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



Приглашаем Вас, посетить наш стенд на выставках:

Chillventa Россия

1–3 марта, Крокус Экспо,
пав. 2, зал 3, стенд 6B24

Мясная, Молочная индустрия

15–18 марта, ВВЦ,
пав. №75, стенд F 31

реклама



prodtech
ST. PETERSBURG

foodpack
ST. PETERSBURG

**МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ОБОРУДОВАНИЕ,
ТЕХНОЛОГИИ И УПАКОВКА
ДЛЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

5–7 АПРЕЛЯ 2011

Санкт-Петербург, Ленэкспо

www.restec.ru/prodtech

Оргкомитет:

Тел.: +7 (812) 320 8093, 303 8869

Факс: +7 (812) 320 8090

E-mail: foodind@restec.ru, upack@restec.ru

РЕСТЭК 20 лет

реклама

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ



Международная выставка
VIV RUSSIA



Международная выставка
КУРИНЫЙ КОРОЛЬ



Международная выставка
МЯСНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ



Международная выставка
ИНДУСТРИЯ ХОЛОДА



17-19

мая

2011 года

Москва, Крокус Экспо

**Международный форум
инновационных технологий
и перспективных разработок
«ОТ ПОЛЯ ДО ПРИЛАВКА»
для мясной и молочной индустрии**



- **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
- **VIV Китай 2011**
22-24 сентября 2011, Пекин, Китай
- **VIV Индия 2012**
22-24 февраля, Бангалор, Индия
- **VIV Латинская Америка 2012**
18-20 октября, 2012, Гвадалахара, Мексика

Организатор:

Тел.: +7 (495) 797-6914 • Факс: +7 (495) 797-6915

Organized by:



E-mail: info@meatindustry.ru

www.meatindustry.ru • www.viv.net



БЛИЖАЙШЕЕ ГЛАВНОЕ СОБЫТИЕ

продовольственного рынка России - **выставка ПРОДЭКСПО**

Москва, Экспоцентр

7-9 февраля 2011



ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА КВК ИМПЕРИЯ

- VI Всероссийский Торговый Форум
«ПОСТАВЩИК-2011. СТРАТЕГИИ РАБОТЫ С РОЗНИЧНЫМИ СЕТЯМИ»
- МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР ЗАКУПОК СЕТЕЙ™
Переговоры о поставках с 250 закупщиками розничных сетей
- V Всероссийский Продовольственный Форум «БРЕНД СТАНОВИТСЯ ХИТОМ»
- IV Всероссийский Гурмэ Банкет Директоров
- Открытые конкурсы «ВЫБОР СЕТЕЙ» и «ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОДУКТ»

КРУПНЕЙШИЙ
В ЕВРОПЕ



На фото: Центр Закупок Сетей™ на выставке «Продэкспо-2010» 250 закупщиков ведущих сетей России, Украины и Казахстана

3 простых способа
участвовать в деловой программе



Тел/факс:
Е-mail:
Вебсайт:

(495) 730 79 06
imperia@imperiaforum.ru
www.imperiaforum.ru

Пневматическая аппаратура

Камоцци



Опыт Камоцци рождает доверие клиентов.
Поэтому каждый день Камоцци поставляет
российским предприятиям:

- 500 пневмоцилиндров
- 1 000 распределителей
- 10 000 фитингов
- 10 000 метров трубки

На складе
более 10 000 позиций

Производство
пневмоцилиндров в России



Быть лучшими

www.camozzi.ru

Москва (495) 735 49 61
Владивосток (4232) 20 89 33
Воронеж (4732) 39 37 09
Екатеринбург (343) 353 58 31

Иркутск (3952) 500 396
Казань (843) 299 60 60
Краснодар (861) 239 70 41
Красноярск (391) 236 58 21

Наб. Челны (8552) 20 34 60
Нижний Новгород (831) 220 55 41
Новокузнецк (3843) 77 76 36
Новосибирск (383) 221 69 54
Омск (3812) 71 94 94

(8552) 20 34 60
(831) 220 55 41
(3843) 77 76 36
(383) 221 69 54
(3812) 71 94 94

Ростов-на-Дону (863) 299 01 63
Самара (846) 276 68 92
Санкт-Петербург (812) 326 29 11
Челябинск (351) 265 87 64
Ярославль (4852) 73 28 11