

**MODERN
BAKERY
MOSCOW**



CONFEX
КОНДИТЕРСКАЯ
ЭКСПЕРТИЗА



 **сфера** медиа группа

25-28 МАРТА 2025 ГОДА
ОФИЦИАЛЬНОЕ ИЗДАНИЕ
К ВЫСТАВКЕ MODERN BAKERY
MOSCOW | CONFEX 2025

**ЮБИЛЕЙНАЯ
30-я ВЫСТАВКА**

ОБОРУДОВАНИЯ И ИНГРЕДИЕНТОВ ДЛЯ
ХЛЕБОПЕКАРНОГО И КОНДИТЕРСКОГО
ПРОИЗВОДСТВА MODERN BAKERY | CONFEX

ХЛЕБОПЕЧЕНИЕ

Спрос на хлебобулочные изделия стабилен, а продажи показывают рост, причем в некоторых категориях довольно ощутимый.

22

ТРЕНДЫ

Как новое поколение китайских потребителей формирует новые тренды в потреблении продуктов питания.

26



ЭКСПОСФЕРА

MODERN BAKERY

MOSCOW 2025

ПЛОЩАДКА / ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА

VIII Международная конференция

КОНДИТЕРСКАЯ ИНДУСТРИЯ

МУЧНЫЕ И САХАРИСТЫЕ ИЗДЕЛИЯ
СЛАДКИЕ СНЕКИ

27-28 августа 2025
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Вас ждет: углубленная аналитика, тренды и новинки в оборудовании, ингредиентах, упаковке, а также знания, которые можно сразу применить на предприятиях.

Для кого: для кондитерских фабрик, производителей хлебобулочных и мучных изделий, а также пищевых ингредиентов, ретейла, сетевых пекарен, дистрибьюторов и логистических компаний.

ПРОГРАММА КОНФЕРЕНЦИИ:

ДЕНЬ 1: Рыночные тренды и потребительские предпочтения, маркетинг, сертификация, маркировка и качество продукции.

ДЕНЬ 2: Инновации и технологии в производстве, ингредиенты и сырье, технологии упаковки и хранения.

#собираем
вместе

 сфера конгресс



sfm.events

Связаться с нами
+7 (812) 245-67-70

«СЕЛЛ-Сервис» для производителей мучных и сахаристых кондитерских изделий:

- прямые поставки широкого ассортимента ингредиентов
- технологическая поддержка
- современные решения и оптимизация себестоимости готовой продукции
- сеть складов и представительств в России и странах ближнего зарубежья



- какао-порошок, какао тертое, какао-масло JB COCOA (Малайзия, Индонезия)
- кокосовая стружка Royal Coconut (Индонезия)
- кунжут отбеленный 99,95-99,98% (Индия)
- агар-агар тип 600, 900, 1000 (Вьетнам) – эксклюзивный договор поставок
- каррагинаны рафинированные, смесевые (Китай)
- консерванты, пищевые кислоты и многое другое

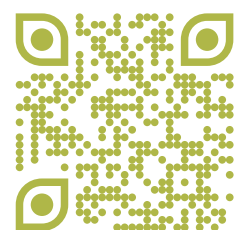
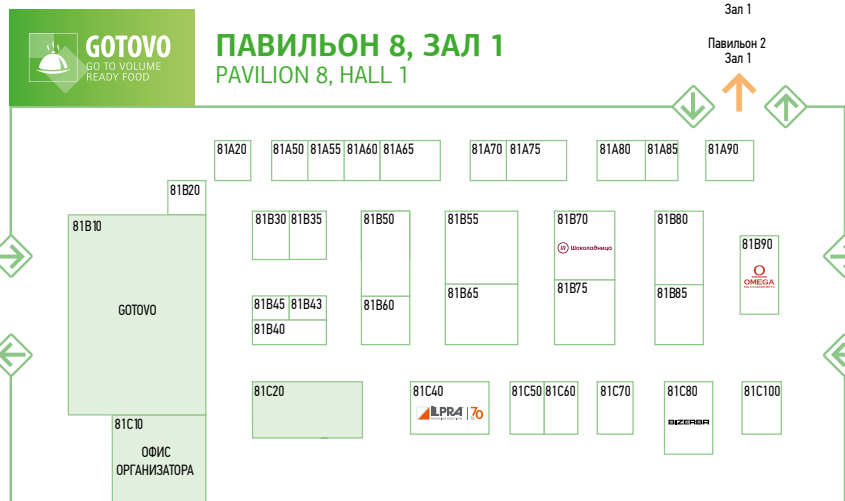


Схема павильонов

25-28 марта 2025 года



Москва, ЦВК «Экспоцентр»



Полный список участников

Партнеры зоны мастер-классов

Официальные партнеры:

Официальная поддержка:

Технический партнер:

HoReCa-партнер:



Кластер международных выставок оборудования и ингредиентов для хлебопекарного, кондитерского производства, производства готовой еды и полуфабрикатов

Унитрон
ВЕДУЩИЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ
ОРЕХОВЫХ ПРОДУКТОВ

market@utr.ru
+7(8412)68 66 66
utr.ru

**ВКУСНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ
ДЛЯ ТЕХНОЛОГОВ**

СПЕЦИАЛЬНАЯ ЦЕНА
**МУКА
КЕШЬЮ**
фракция
0-2 мм

ОРЕХИ В АССОРТИМЕНТЕ:

- ЦЕЛЫЕ | ПОЛОВИНКИ
- ДРОБЛЕННЫЕ (ОТ 0-1 ДО 6-9 ММ)
- РЕЗАННЫЕ (ЛЕПЕСТКИ / СТОЛБИКИ)
- БЛАНШИРОВАННЫЕ
- ПОКРЫТЫЕ ГУММИАРАБИКОМ
- ТЕРТЫЕ (ПАСТЫ ОТ 30 ДО 80 МКМ)
- КАРАМЕЛИЗОВАННЫЕ
- СОЛЁНЫЕ

Реклама. Рекламодатель: ООО «Унитрон Пром»

GOTOVO
ПРОИЗВОДСТВО
ГОТОВОЙ ЕДЫ

**Партнеры конференции
GOTOVO**

Генеральный партнер GOTOVO

Официальный поставщик ингредиентов GOTOVO

ILPRA | 70
PACKAGING SOLUTIONS | 1955 2025

OMEGA
МЫ СОЗДАЕМ ВКУС

Официальный поставщик готовой еды

Партнер конференции GOTOVO

Шоколадница

Mr. Food
ФАБРИКА ВКУСА



Сила традиций и новаторство – 30 лет!

Юбилейная 30-я выставка оборудования и ингредиентов для хлебопекарного и кондитерского производства Modern Bakery | Confex проходит с 25 по 28 марта 2025 года в ЦВК «Экспоцентр», Москва. Коммуникационная платформа объединяет отечественных и иностранных специалистов для обмена опытом, создания новых деловых связей и формирования будущего отрасли. Выставку посещают владельцы, топ-менеджеры, технологи, инженеры и специалисты крупнейших хлебопекарных и кондитерских производств и мини-пекарен, а также представители оптовой и розничной торговли, предприятий сегмента HoReCa, шеф-пекари и шеф-кондитеры.

Гостей ждут более 250 компаний-участниц, из них 30% – новые экспоненты из России и зарубежных стран: Беларуси, Германии, Италии, Ирана, Китая, Турции, Чехии. Ожидается более 14 500 посетителей. Широкий выбор оборудования и ингредиентов будет представлен непосредственно от производителей и проверенных поставщиков. Это отличный шанс для владельцев бизнеса оценить разнообразие предлагаемых решений и выбрать то, что наилучшим образом соответствует их потребностям. Прямое общение с поставщиками позволит задать интересующие вопросы и обсудить условия сотрудничества.



**MODERN
BAKERY
MOSCOW**

Гостей ждут более 250 компаний-участниц, из них 30% – новые экспоненты из России и зарубежных стран: Беларуси, Германии, Италии, Ирана, Китая, Турции, Чехии. Ожидается более 14 500 посетителей.

Кто представит свои решения на Modern Bakery Moscow | Confex в 2025 году?

Среди новых участников выставки – отечественные производители. Биотехнологическая компания «Биопрепарат» (г. Воронеж) – производитель и дистрибьютор ферментных и биопрепаратов для пищевой промышленности. Большая часть продукции компании – это собственные препараты, разработанные совместно с концерном «Микробиопром» с применением современных технологий производства препаратов микробного синтеза. «Завод Brandford» (г. Кострома) представит торговое холодильное оборудование; «Фабрика сладкого декора» (г. Новокузнецк) – широкий ряд кондитерских начинок, сухих смесей, гелей и сиропов. «Асана» (Московская обл., поселок Фабрики имени 1 Мая) – производитель мощных средств, который внесен в реестр ГИСП Минпромторга и сертифицирован для применения на объектах пищевой промышленности.

При содействии Фонда поддержки предпринимательства Пензенской области свои решения продемонстрируют пензенские производители оборудования для кондитерского производства: компании «КБ Руда», «Костагрупп» и «Энергопищепром».



Для профессионалов отрасли выставка признана наиболее эффективной платформой развития бизнеса, позволяющей обмениваться опытом, искать точки роста и пути адаптации к новым условиям.

Участие в экспозиции подтвердили крупные российские производители, а также поставщики иностранных технологических решений для хлебопекарной и кондитерской отраслей: Abat, Debag, Handtmann, ITECA, J4, JAC, Kumkaya, Lesaffre, Polair, Rondo, Wiesheu, Ангел Ист Рус, Берта, Gostol, СЭМЗ, Ульма Пакаджинг, Юнифуд и др.

Будущее индустрии на бизнес-мероприятиях Modern Bakery Moscow | Confex

В дни проведения выставки запланирован обширный комплекс мероприятий, посвященных наиболее актуальным вопросам хлебопекарного и кондитерского рынков: симпозиумы, брифинги, деловые клубы, круглые столы, конференции и семинары для топ-менеджеров и специалистов.

Комплекс деловых мероприятий затронет обсуждение тем, волнующих профессионалов отрасли хлебопекарных и кондитерских предприятий: аналитика рынка, кадровый голод, маркетинг, разработка ассортимента, масштабирование производства, пищевая безопасность и многое другое.

В рамках Modern Bakery | Confex в пятый раз состоится бизнес-форум для топ-менеджеров кондитерских предприятий – «Конфекс. Кондитерская экспертиза». Владельцы компаний, специализирующихся на производстве кондитерских изделий, а также аналитики и эксперты рынка поделятся своим видением трендов кондитерского рынка, наиболее интересными инновациями и реализованными проектами в сфере автоматизации производства, продвижения бренда и создания новых рецептов. В качестве спикеров выступят Алексей Клыгин, основатель SOJ; Григорий Соловьев, CEO бренда «Мармеладч»; Дмитрий Матейчик, генеральный директор «Кадзама», «Чоколаджи» и Fraïs; Лилия Колесник, ведущий бренд-менеджер кондитерского направления АО «Пуратос»; Татьяна



Савенкова, президент Союза производителей пищевых ингредиентов, директор НИИ качества, безопасности и технологий специализированных пищевых продуктов ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», д.т.н., профессор; Владимир Скворцов, Министерство сельского хозяйства РФ; Дмитрий Семенов, Российский союз пекарей; Александр Львов, Минпромторг Рос-

сии; Максим Коропченко, АНО «Роскачество»; Юлия Кузьмина, «Честный знак»; Ирина Ларина, «Честный знак»; Марина Костюченко, ФГАНУ НИИХП; Виталий Лунин, ООО «САФ-НЕВА»; Дмитрий Козлов, холдинг «Коломенский»; Булат Кутдусов, ООО «Ижевский хлебозавод №3», и т. д.

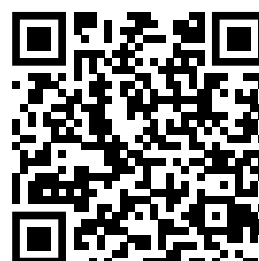
Ремесленных производителей и технологов промышленных производств заинтересуют практические мастер-классы с топовыми шеф-пекарями и шеф-кондитерами, среди которых Антон Корнышов, Иван Забавников, Чагдаш Бекташ.

Традиционно пройдет церемония награждения XVI Всероссийского конкурса «Лучший хлеб России 2025». Впервые состоится церемония награждения Всероссийского конкурса «Лучший пряник России». Для участников и посетителей выставки будет доступен интерактивный формат коммуникации – видеостудия «Modern Bakery ON-AIR | В эфире».

До встречи на Modern Bakery | Confex с 25 по 28 марта в ЦВК «Экспоцентр»!

Необходима предварительная регистрация.

Официальные материалы здесь



Мы в социальных сетях

Telegram



ВКонтакте



RuTube



YouTube



ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА MODERN BAKERY MOSCOW | CONFEX | GOTOVO

Полное расписание
деловой программы



25 МАРТА, ВТОРНИК

10.00–18.00 Пав. 2.5, зал семинаров 4–4	Школа современного технолога Стандартизация, идентификация, маркировка хлебобулочных изделий. Применение ингредиентов в технологиях хлебобулочных изделий
10.30–12.30 Пав. 2.1, зона мастер-классов 21A10	Мастер-класс «Кукис: современный тренд или хорошо забытая классика? Брендвое изделие для вашего производства: от кофейни до кондитерской» Лиза Батт, шеф-кондитер, бренд-шеф кафе NIQA pâtisserie & café
10.30–12.30 Пав. 2.3, зона мастер-классов 23A55	Мастер-класс «ЗОЖ с научным подходом» Марина Носова и Виктория Фомиченко, ФГАНУ НИИ хлебопекарной промышленности
11.00–12.00 Пав. 2.3, конференц-зал Bakery 23E60	Церемония официального открытия выставок Modern Bakery Confex GOTOVO
11.00–17.30 Пав. 8, конференц-зал GOTOVO 81B10	Конференция GOTOVO Ключевое событие для индустрии готовой еды: Тренды рынка Проектирование производства Маркетинг и упаковка
13.00–15.00 Пав. 2.1, зона мастер-классов 21A10	Мастер-класс «Шоколадная симфония: искусство создания шоколадных шедевров» Чагдаш Бекташ, шеф-кондитер Карья Фудс
13.00–15.00 Пав. 2.3, зона мастер-классов 23A55	Мастер-класс «Кексология: наука о вкусном маффине» Денис Маркин, ведущий технолог-демонстратор ГК «Берта»
13.00–17.30 Пав. 2.1, конференц-зал Confex, 21E10	Бизнес-форум «Конфекс. Кондитерская экспертиза» Ключевое событие для производителей кондитерских изделий: Тренды кондитерского рынка Инновации в кондитерском производстве
14.00–15.30 Пав. 2.3, конференц-зал Bakery 23E60	Симпозиум «Хлеб – основа здорового питания» Организаторы – Международная промышленная академия и Российский союз пекарей, при поддержке ФГБУН «ФИЦ питания и биотехнологии»
15.30–17.00 Пав. 2.3, конференц-зал Bakery 23E60	Симпозиум «Пряник – медовый «хлеб» России» Организаторы – Международная промышленная академия при поддержке Ассоциации предприятий кондитерской промышленности «АСКОНД» и ВНИИКП – филиала ФГБНУ «ФНЦ пищевых систем им. В.М. Горбатова» РАН

15.30–17.30 Пав. 2.1, зона мастер-классов 21A10	Мастер-класс «Современные тренды в кондитерской индустрии» Елена Шрамко, генеральный директор Академии кулинарного искусства «Эксклюзив», шеф-кондитер, технолог международного уровня
15.30–17.30 Пав. 2.3, зона мастер-классов 23A55	Мастер-класс «Хлеб на закваске от А до Я» Антон Корнышов, профессиональный пекарь хлеба на закваске с 2012 года
17.00–18.00 Пав. 2.3, конференц-зал Bakery 23E60	Церемония награждения Всероссийского конкурса «Лучший пряник России» Организаторы – Международная промышленная академия, Ассоциация предприятий кондитерской промышленности «АСКОНД», Российский союз пекарей

26 МАРТА 2025, СРЕДА

10.00–18.00 Пав. 2.5, зал семинаров 4–4	Школа современного технолога Стандартизация, идентификация кондитерских изделий. Применение ингредиентов в технологиях кондитерских изделий
10.30–12.30 Пав. 2.1, зона мастер-классов 21A10	Мастер-класс «Оптимизация работы кондитерской. Готовые решения для бизнеса» Роберт Закарая, директор по производству и развитию компании ООО «Бир Мастер» Юлия Агафонова, амбассадор IRCA Group
10.30–12.30 Пав. 2.3, зона мастер-классов 23A55	Мастер-класс «Шу-мания: мастер-класс по заварному тесту» Александр Костюченко, ведущий технолог-демонстратор ГК «Берта»
10.30–17.30 Пав. 2.1, конференц-зал Confex, 21E10	Бизнес-форум «Конфекс. Кондитерская экспертиза» Трейд-маркетинг. Онлайн и офлайн-ритейл Разработка и продвижение новых продуктов Бренддинг и упаковка кондитерских изделий
10.30–18.00 Пав. 8.1, конференц-зал GOTOVO 81B10	Конференция «Собственное производство как конкурентное преимущество торговой сети» Организатор – Retail.ru
11.00–13.00 Пав. 2.3, конференц-зал Bakery 23E60	Конференция «Управление персоналом на пищевом производстве. HR-эволюция»

13.00–15.00 Пав. 2.1, зона мастер-классов 21A10	Мастер-класс «50 аспектов тостового хлеба» Дмитрий Сосунов, Денис Мосолов, ООО «САФ-НЕВА»
13.00–15.00 Пав. 2.3, зона мастер-классов 23A55	Мастер-класс «Детройтский стиль. Полная технология: от замеса до готовой пиццы». Виктория Еремеева, Александр Богданов, Первая Пицца Школа
14.00–17.00 Пав. 2.3, конференц-зал Bakery 23E60	Симпозиум ПроИнгредиенты «МУКА & ФЕРМЕНТЫ» Организаторы: Союз Производителей Пищевых Ингредиентов и НИИ хлебопекарной промышленности
15.30–17.30 Пав. 2.1, зона мастер-классов 21A10	Мастер-класс «Искусство кондитерских покрытий» Чагдаш Бекташ, шеф-кондитер Карья Фудс
15.30–17.30 Пав. 2.3, зона мастер-классов 23A55	Мастер-класс «Пасхальный кулич «Царский» Игорь Нестеров, бренд-шеф-кондитер, международный консультант по кондитерскому искусству

13.00–15.00 Пав. 2, зона мастер-классов 21A10	Мастер-класс «Начинки, которые вдохновляют: создание уникальных вкусов» Чагдаш Бекташ, шеф-кондитер Карья Фудс
13.00–15.00 Пав. 2, зона мастер-классов 23A55	Мастер-класс «Сладкая экзотика: от шпината до томатов» Максим Жердев, начальник обучающего центра, ведущий технолог-демонстратор ГК «Берта»
15.30–17.30 Пав. 2, зона мастер-классов 21A10	Мастер-класс «От Сибири до Дубая. Дубайский шоколад. Современные антикризисные решения для кондитерских производств» Анастасия Магомедханова, Дарья Коноплева, Фабрика Сладкого Декора
15.30–17.30 Пав. 2, зона мастер-классов 23A55	Мастер-класс «Пита и другой плоский хлеб для пекарен и общепита» Иван Забавников, бренд-шеф-пекарь международной сети Bakerist
16.00–18.00 Пав. 2, конференц-зал Bakery, 23E60	Церемония награждения Всероссийского конкурса «Лучший хлеб России» Организаторы – Российский союз пекарей и Международная промышленная академия

27 МАРТА 2025, ЧЕТВЕРГ

10.00–18.00 Пав. 2.5, зал семинаров 4–4	Школа технолога. Готовая еда Программа повышения квалификации для технологов пищевых производств с выдачей удостоверения государственного образца. Лекции и посещение двух производств Соорганизатор – Академия Нефтьмагистраль и Братьев Караваевых
10.30–12.30 Пав. 2, зона мастер-классов 21A10	Мастер-класс «Тренды в ресторанных десертах. Как сделать вкусно, красиво и маржинально» Екатерина Кригер, шеф-кондитер ресторана Just FMYL group (Воронеж), амбассадор IRCA group
10.30–12.30 Пав. 2, зона мастер-классов 23A55	Мастер-класс и лекция «Кофейня-пекарня в условиях современного рынка» Ахмед Али-заде, технолог, преподаватель классического хлебопечения и венской сдобы, собственник пекарни-кофейни «Зерно»
10.30–18.00 Пав. 8, конференц-зал GOTOVO 81B10	Конференция «Собственное производство как конкурентное преимущество торговой сети» Организатор – Retail.ru
11.00–15.00 Пав. 2, конференц-зал Bakery, 23E60	Деловой клуб «Лучшие региональные практики национального хлебопечения России» Организатор – Санкт-Петербургский институт управления и пищевых технологий (СПИУПТ)
11.00–17.00 Пав. 2, конференц-зал Confex, 21E10	Паблик-ток «Бизнес пекарен и кондитерских» Ключевое событие для владельцев пекарен, кондитерских и других предприятий сегмента HoReCa

28 МАРТА 2025, ПЯТНИЦА

10.00–18.00 Выезд на производства	Школа технолога. Готовая еда Программа повышения квалификации для технологов пищевых производств с выдачей удостоверения государственного образца. Лекции и посещение двух производств Соорганизатор – Академия Нефтьмагистраль и Братьев Караваевых
11.00–13.00 Пав. 2, зона мастер-классов 21A10	Мастер-класс «Торт как искусство: создание визуального шедевра с балансом форм и цветов» Александра Булгакова, шеф-кондитер, архитектор тортов
11.00–13.00 Пав. 2, зона мастер-классов 23A55	Мастер-класс «Хлебная энергия: мастер-класс для вдохновения». Максим Жердев, начальник обучающего центра, ведущий технолог-демонстратор ГК «Берта»
11.00–13.00 Пав. 2, конференц-зал Confex 21E10	Деловая сессия «Внеэкономические вызовы: трансграничные платежи, логистика, новые рынки сбыта» Организатор – Ассоциация экспортеров и импортеров
11.00–13.00 Пав. 2.3, конференц-зал Bakery 23E60	Семинар «Корпоративный и продуктовый брендинг в хлебопекарной и кондитерской отрасли на реальных примерах»
11.00–13.00 Пав. 8, конференц-зал GOTOVO 81B10	Тренинг «Сильная доставка»

25–26 марта
2025 года

Москва,
ЦВК «Экспоцентр»



CONFEX
КОНДИТЕРСКАЯ
ЭКСПЕРТИЗА

«Конфекс. Кондитерская экспертиза»: бизнес-форум и выставка

В 2025 году «Конфекс» состоится в пятый раз и станет местом встречи топ-менеджеров компаний, специализирующихся на производстве кондитерских изделий, аналитиков и экспертов рынка.

Какие бизнес-задачи вы решите, посетив «Конфекс»?

- Найдете решения по автоматизации кондитерского производства, технологические и упаковочные решения, узнаете о новинках в сфере оборудования, ингредиентов и сырья для производства шоколада и других сахаристых кондитерских изделий.
- Установите новые деловые связи с участниками и посетителями выставки и деловой программы.
- Получите и примените инсайты и опыт лидеров кондитерской отрасли.

На бизнес-форуме «Конфекс. Кондитерская экспертиза» лидеры отрасли делятся своим видением трендов кондитерского рынка, наиболее интересными инновациями и реализованными проектами в сфере автоматизации производства, продвижения бренда и создания новых рецептур.

Ключевые сессии мероприятия:

- Пленарная сессия «Тренды кондитерского рынка 2025–2026».
- Инновации в кондитерском производстве: сырье, оборудование, технологии.
- Трейд-маркетинг. Онлайн и офлайн-ритейл.
- Разработка и продвижение новых продуктов.
- Брендинг и упаковка кондитерских изделий.

Приглашенные спикеры:

Алексей Клыгин, основатель SOJ; Григорий Соловьев, CEO бренда «Мармеладч»; Анна Берсенева, сооснователь бренда KICK (производственная компания «Фуд Рев»); Виталий Панов, генеральный директор ООО «ФРИКЕЙК»; Александр Смирнов, основатель и генеральный директор ООО «Фрамбини»; Сергей Разин, генеральный директор bob; Сергей Филиппов, директор разработки собственных торговых марок категории «здоровый образ жизни» торговой сети «Пятерочка»; Варвара Сахарова, руководитель проектов СТМ, Яндекс Лавка; Оксана Савенко, руководитель трейд-маркетинга в компании ГК «Сладкая Сказка»; Екатерина Обычайко, директор по развитию ООО «Гагаринские Мануфактуры»; Анастасия Калинина, СМО ProteinRex; Ольга Тюина, руководитель маркетинговых проектов ООО «В.А.Ш. ШОКОЛАТЬЕ+»; Дмитрий Матейчик, генеральный директор «Кадзама», «Чоколаджи» и Fraix;



«Конфекс. Кондитерская экспертиза» – это институция нового типа в области выставочных мероприятий для производителей шоколадных и сахаристых кондитерских изделий.

Василий Смирнов, директор департамента аналитики и проектного управления Роскачества; Александр Якуба, советник руководителя, Федеральный центр «Агроэкспорт»; Александра Гордеева, руководитель группы по работе с клиентами Нильсен; Лилия Колесник, ведущий бренд-менеджер кондитерского направления АО «Пуратос»; Юлия Ганичева, руководитель направления СКИ, МКИ «Балтийская группа»; Игорь Пешев, директор по реализации проектов ФЦК; Елена Мельник, CEO студии по маркетингу и брендингу EM Studio; Любовь Баранова, основатель LABO MARKETING (агентство стратегического маркетинга для пищевой промышленности с применением нейросетей); Татьяна Савенкова, президент Союза производителей пищевых ингредиентов, директор НИИ качества, безопасности и технологий специализированных пищевых продуктов ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», д.т.н.,

профессор; Надежда Паршина, основатель и творческий директор Ohmybrand; Мария Зарубкина, директор по стратегии Лаборатории стратегического брендинга deerUP; Пётр Ворпулёв, арт-директор брендинг-студии Адекватные люди; Дарья Медведева, арт-директор брендингового агентства DDVB; Игорь Греков, ведущий аккаунт-менеджер DS1 branding; Александр Израйлев, стратег Depot Branding Agency; Андрей Недосекин, директор юнита Ingate Performance; Евгений Семячкин, аналитик данных Ingate Performance; Елена Воронцова, топ-консультант ритейла и пищевых проектов, директор FoodRetail.club; Владимир Васюткин, руководитель направлений мерчандайзинга, трейд-маркетинга и аналитики данных GRADUS; Евгения Глазова, главный технолог группы компаний «Берта»; Елена Шрамко, генеральный директор Академии кулинарного искусства «Эксклюзив», технолог международного уровня, и др.

В рамках деловой программы состоится 20 мастер-классов от ведущих шоколатье и известных шеф-кондитеров. Не упустите возможность повысить квалификацию на «Конфекс»!

Мероприятие проводится при поддержке Представительства АО «ИРКА С.П.А.», АО «Пуратос».

ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА

25 марта

13.00–15.00 Тренды кондитерского рынка 2025–2026 годов

- Тренды ритейла и FMCG. Их влияние на кондитерский рынок.
- Эксперимент по маркировке кондитерских изделий. Значение для отрасли.
- Кадровый голод, инфляция, растущая стоимость сырья. Как производителям кондитерских изделий эффективно противостоять вызовам рынка?
- Как меняются предпочтения потребителей? Как разные поколения подходят к выбору кондитерских изделий?
- Тренд на ЗОЖ. Что может предложить производитель кондитерских изделий современному потребителю?
- Экспорт кондитерских изделий. Перспективные направления.

15.30–17.30 Инновации в кондитерском производстве: сырье, оборудование, технологии

- Автоматизация и роботизация кондитерского производства.
- Новинки на рынке оборудования для сахаристого и шоколадного кондитерского производства.
- Как обеспечить качество кондитерских изделий в условиях дефицита и роста стоимости на сырье и ингредиенты.
- ИИ в помощь производителю кондитерских изделий: прогнозирование спроса, маркетинг, продажи, оптимизация цепочек поставок, автоматизация роботизированных систем складирования и производства.
- Функциональные кондитерские изделия и ингредиентные решения.

26 марта

10.30–12.30 Трейд-маркетинг. Онлайн и офлайн-ритейл

- Взрывной рост интереса к ЗОЖ-полке. Ассортимент, маркетинг, продажи.
- СТМ. Форматы эффективного взаимодействия поставщик – сеть.
- Развитие продаж в хард-дискаунтерах.
- Снижение доли продаж по акциям. Какую промстратегию выбрать?
- Выстраивание омниканального покупательского опыта в категории кондитерских изделий.

13.00–15.00 Разработка и продвижение новых продуктов

- Жизненный цикл кондитерского бренда. Как быть на одной волне со своим потребителем?
- Возможности ИИ для расширения ассортимента.
- Тренд на кондитерские изделия с необычными вкусами.
- Дубайский шоколад и другие тренды. Как оставаться на волне хайпа?
- Протеиновые снеки – один из ключевых трендов на кондитерском рынке. Как реагировать производителям традиционных кондитерских изделий?
- Разработка новых вкусов. Кейсы производителей.
- Выпуск новинок под лицензией. Что нужно знать?
- Эффективные каналы и стратегии продвижения 2025–2026: коллаборации, инфлюенсеры, соцсети.

15.30–17.30 Брендинг и упаковка кондитерских изделий

- Тренды в дизайне упаковки. Какой дизайн позволяет успешно конкурировать на кондитерской полке?
- Инструменты ИИ для создания упаковки кондитерских изделий.
- Рынок упаковки. Что происходит?
- Устойчивая упаковка.
- Адаптация упаковки кондитерских изделий для экспорта. Особенности различных регионов.
- Кейсы производителей кондитерских изделий.

Официальные материалы здесь



25–28 марта
2025 года

Москва,
ЦВК «Экспоцентр»



GOTOVO
ПРОИЗВОДСТВО
ГОТОВОЙ ЕДЫ

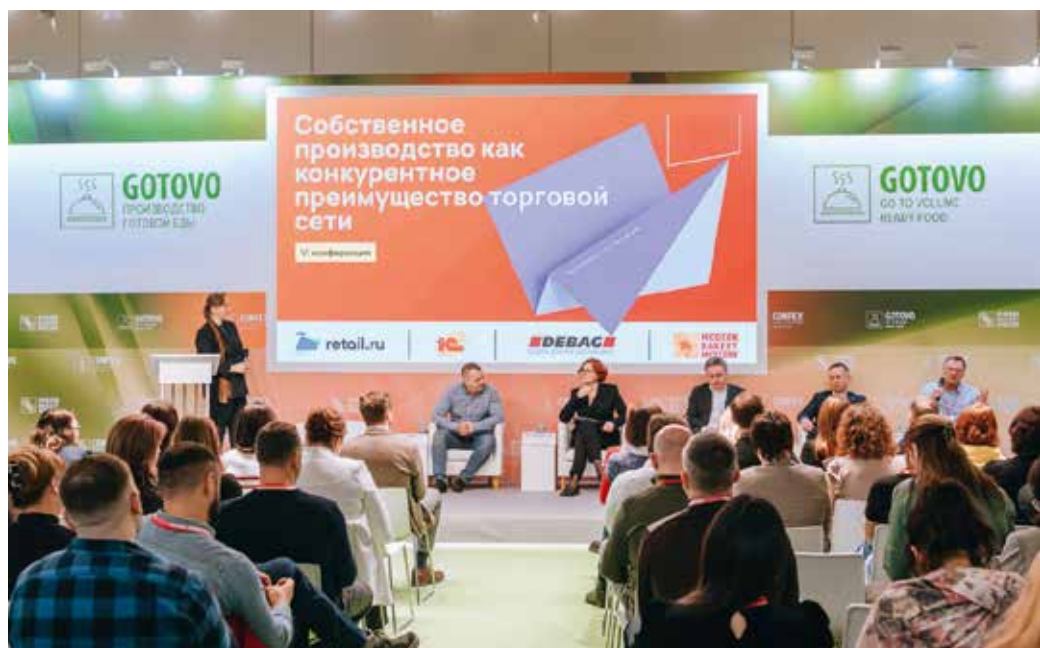
GOTOVO 2025 – площадка роста и новых возможностей

25–28 марта в Москве состоится первая выставка для индустрии готовой еды

По прогнозам экспертов «РБК Исследования рынков», сегмент готовой еды показывает динамичный рост. Объем рынка ее доставки из ресторанов по итогам 2024 года вырос на 30,3% и достиг 648,7 млрд рублей. По данным INFOline, в целом рынок готовой еды в РФ показывает рост на уровне 10% к году и составит порядка 3,7 трлн рублей в 2025 году (данные про продажам в каналах ритейл и HoReCa). При этом рынок готовой еды в ритейле растет быстрее, чем рынок в целом (включая канал HoReCa). FMCG-ритейлеры активно развивают собственные торговые марки, включая расширение ассортимента продукции. Готовая кулинария привлекает покупателей своей более низкой ценой по сравнению с ресторанной, что особенно важно для потребителей в нынешних условиях. Согласно опросу, проведенному РБК, 47% россиян хотели бы снижения цен в кафе и ресторанах, а 38% желают видеть больше акций и спецпредложений. В этой ситуации готовая кулинария представляет доступный вариант питания, не требующий приготовления. Дополнительный импульс продажам готовой кулинарии придает рынок онлайн-заказов продуктов (e-grocery), который к 2027 году может утроиться. По данным аналитики РБК, за последний год частота заказов готовой еды как на работу, так и домой выросла более чем на треть. При этом уже более 30% клиентов доставки среди опрошенных 18–64 лет пользуются услугой регулярно (раз в неделю и чаще). В Москве соответствующий показатель достигает 44% при доставке домой и 47% при доставке на работу.

GOTOVO — это четырехдневная уникальная выставка, посвященная перспективному и быстрорастущему сегменту готовой еды, и конференция, которая соберет лучших экспертов в этом сегменте.

25–28 марта 2025 года в Москве, в ЦВК «Экспоцентр», состоится выставка GOTOVO. Это международная платформа, объединяющая ведущих производителей и поставщиков оборудования, упаковочных решений, ингредиентов и полуфабрикатов для индустрии готовой еды. Рынок готовой еды демонстрирует впечатляющий рост, однако, несмотря на это, индустрия сталкивается с определенными вызовами: нехватка производителей и необходимость более эффективных решений для обеспечения качества и безопасности продукции, кадровый голод и запрос на автоматизацию и роботизацию производства.

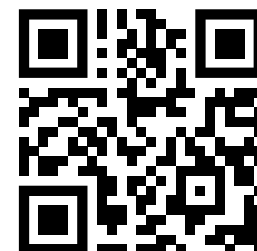


Выставка GOTOVO предоставляет уникальную возможность наладить новые деловые контакты и партнерские отношения, которые необходимы для адаптации к стремительно меняющимся условиям рынка. Специалисты смогут найти эффективные способы автоматизации производственных процессов, что позволит не только решить вопрос нехватки персонала на производстве и увеличить объемы выпуска, но и оптимизировать затраты. Автоматизация становится ключевым направлением, способствующим повышению конкурентоспособности и обеспечению стабильности бизнеса в долгосрочной перспективе.

В экспозиции выставки GOTOVO будут также представлены упаковочные решения; ингредиенты, сырье и добавки; тепловое и холодильное оборудование для пищевых производств; полуфабрикаты и готовая еда для B2B-сегмента и другие технологические инновационные решения для индустрии готовой еды.

GOTOVO – это не только выставка, но и большая конференция, участие в которой подтвердили лучшие эксперты рынка.

**Официальные
материалы здесь**



1 000+

Предприятия розничной торговли:
региональные и федеральные сети

Свое участие в качестве спикеров подтвердили:

Давид Михаэлян, исполнительный директор компании Mr. Food; Ярослав Свободин, коммерческий директор компании Mr. Food; Инна Костенко, директор департамента собственного производства больших форматов розничной сети «Магнит»; Юлия Титова, руководитель управления ассортиментом ГК «Шоколадница»; Илья Горбунов, руководитель управления корпоративными продажами ГК «Шоколадница»; Светлана Юрасова, директор по коммерции и развитию кулинарного производства и пекарни, «Лента»; Михаил Бариков, CEO ВкусМил; Александр Рожниковский, коммерческий директор АО «Гастрономическая академия Рожниковского», основатель брендов «Грабли Food bag» и «Грабли box»; Дмитрий Усов, генеральный директор «1-й Кулинарный»; Эмира Байрамова, руководитель по бренд-менеджменту розничной сети «Магнит»; Валентина Чибиряк, главный технолог ТД «Нефтьмагистраль»; Лариса Марочкина, директор департамента стратегического развития Maison Dellos Андрей Югай, начальник отдела развития проектов Grow Food; Илона Тризно, директор по маркетингу Grow Food; Владимир Красильников, руководитель инвест-проектов Maison Dellos; Павел Лепле, директор по развитию М-Групп; Кристиан Траино, генеральный директор ООО «ИЛПРА РУС»; Николай Конюченко, директор по маркетингу ГК «ОМЕГА»; Иван Скворцов, основатель, генеральный директор, Центр компетенций пищевых производств; Наталья Ким, основатель, генеральный директор ООО «ИнТэво»; Денис Долгачев, руководитель группы по работе с региональным ритейлом Нильсен; Елена Воронцова, топ-консультант ритейла и пищевых проектов, директор FoodRetail.club; Наталья Иванова, генеральный директор Ассоциации сетевых предприятий питания, руководитель Института общественного питания.

Официальные партнеры

Выставка и конференция GOTOVO проводится при поддержке:

- ИЛПРА РУС – генеральный партнер GOTOVO;
- ГК «ОМЕГА» – официальный поставщик ингредиентов GOTOVO;
- ГК «Шоколадница» – официальный поставщик готовой еды;
- Mr. Food – партнер конференции GOTOVO.



ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА

Конференция GOTOVO

25 марта, конференц-зал GOTOVO, пав. 8.1

- Тренды рынка готовой еды.
- Проектирование производства готовой еды.
- Маркетинг и упаковка.

Конференция «Собственное производство как конкурентное преимущество торговой сети»

26–27 марта, конференц-зал GOTOVO, пав. 8.1

- Аналитика. Потребитель. Бренд.
- Готовая еда в рекламе.
- Автоматизация продаж готовой еды.
- Упаковка готовой еды.
- Методика выбора оборудования.

Тренинг «Сильная доставка»

28 марта, конференц-зал GOTOVO, пав. 8.1

Тренинг по организации и развитию службы доставки как одного из основных каналов продаж: от стандартизации бизнес-процессов, площадок продаж до программного обеспечения, экономики и коммуникации с клиентом.

Школа технолога. Готовая еда

27 марта, зал семинаров №4

28 марта – выезд на производство

Программа повышения квалификации для технологов пищевых производств с получением удостоверения государственного образца. Лекции от лучших специалистов «Нефтьмагистраль» и «Братья Караваевы» и посещение двух производств.

Будьте готовы вместе с GOTOVO!



Знакомимся со спикерами

Деловая программа Modern Bakery | Confex включает в себя свыше 35 мероприятий и 200 топовых спикеров и раскрывает основные темы индустрии: аналитика, тренды, бизнес-решения, успешные кейсы. Посетителей выставки ждут практические мастер-классы, конференции, симпозиумы, тренинги и многое другое. Среди ведущих мастер-классов – признанные специалисты.

Крупнейшая выставка хлебопекарного и кондитерского рынков Modern Bakery Moscow | Confex в 30-й раз собирает участников в ЦВК «Экспоцентр», Москва. Для топ-менеджеров кондитерских предприятий в 5-й раз состоится бизнес-форум «Конфекс. Кондитерская экспертиза».

Григорий Соловьев, CEO бренда «Мармеладыч». 25 тыс. т – объем среднегодового производства жевательного мармелада в России. Григорий Соловьев – основатель самого крупного мармеладного бренда в РФ по объему продаж и онлайн-аудитории. Благодаря смешным роликам в соцсетях и выходу на маркетплейсы за 6 лет маленький интернет-магазин «Мармеладыч» вырос до компании с миллионной выручкой.

На бизнес-форуме «Конфекс» Григорий Соловьев и Елена Мельник, CEO студии по маркетингу и брендингу EM Studio, расскажут, как компании удалось добиться таких результатов и выступят с темой «Имба-маркетинг: эффективные маркетинговые инструменты для работы с поколением альфа».

Алексей Клыгин, основатель SOJ. Компания производит более 7 млн единиц продукции ежемесячно, более 10 стран мира успешно продают продукцию SOJ, ассортиментный портфель – более 200 SKU.

FMCG-рынок меняется быстрее, чем когда-либо. Клиенты больше не ждут, что бренд сам к ним придет. Они выбирают тех, кто умеет говорить с ними на одном языке, в их digital-среде.

Как производителю FMCG не просто привлекать клиентов, а выстраивать с ними доверительные отношения в digital, узнаем в рамках выступления Алексея на бизнес-форуме «Конфекс». Мы разберем ключевые тренды, технологии и стратегию компании SOJ, которая помогла превратить лидогенерацию в мощный двигатель роста.

В рамках Modern Bakery | Confex традиционно состоится 20 практических мастер-классов. Ведущими выступают известные шеф-пекари, шеф-



Практические знания и обмен опытом на деловых мероприятиях выставки: кейсы, мнения, обсуждения в кругу профи.

кондитеры и технологи хлебопекарных и кондитерских производств.

Антон Корнышов – профессиональный пекарь хлеба на закваске с 2012 года.

Посетите мастер-класс «Хлеб на закваске от А до Я» и узнайте все этапы приготовления хлеба на закваске; топ-10 самых частых ошибок в работе с хлебом на закваске; три ключевых правила, как получать стабильный результат круглый год. Вход – свободный (по предварительной регистрации). Количество мест ограничено.

Иван Забавников – бренд-шеф-пекарь с более чем 10-летним профессиональным опытом. На мастер-классе Ивана Забавникова «Пита и другой

плоский хлеб для пекарен и общепита» вы узнаете особенности арабских видов плоского хлеба и лепешек; как едят хлеб на Ближнем Востоке; рецептуры арабской питы и арабского цельнозернового лаваша. Вход – свободный (по предварительной регистрации).

GOTOVO – выставка и конференция. В экспозиции будут представлены упаковочные решения; ингредиенты, сырье и добавки; тепловое и холодильное оборудование для пищевых производств; полуфабрикаты и готовая еда для B2B-сегмента и другие технологические инновационные решения для индустрии готовой еды.

По данным Нильсен, в 2024 году большинство продуктовых категорий показывали рост по сравнению с результатами 2023-го как в денежном, так и в натуральном выражении. Наиболее высокие темпы демонстрирует готовая еда (+29,6% в деньгах и 23,8% в упаковках). Продажи готовой еды растут во всех форматах ритейла, однако самые высокие темпы показывают хард-дискаунтеры (+78,3%) и онлайн-рынок (+49,7%).

Больше актуальных данных можно будет услышать на выступлении **Дениса Долгачева**, руководителя группы по работе с региональным ритейлом Нильсен, на конференции GOTOVO 25 марта «Рынок готовых блюд: как развиваются ключевые тренды индустрии в 2025 году?».

Одним из спикеров станет **Давид Михаэлян**, исполнительный директор компании Mt. Food. Давид знает, как создать идеальную фабрику-кухню, ведь он уже более 17 лет посвятил пищевой индустрии и запустил более 40 000 кв. м производственных площадей, а также разработал уникальную линейку из восьми наименований оборудования для производства кулинарии.

Одним из спикеров станет **Михаил Бариков**, CEO ВкусМил. Более пяти лет в Ulmart на разных позициях, последняя должность – руководитель клиентского маркетинга и сервиса. Более пяти лет в Grow Food. В разные годы отвечал за CRM, коммуникации, сервис.

Встречаемся с Михаилом 25 марта на конференции GOTOVO, чтобы обсудить тему «Как меняются предпочтения потребителей готовой еды и как гибко реагировать на эти изменения». Спикер расскажет о роли AI в составлении меню и работе с ассортиментом. 🟩



ТБФ

Троицкая
бумажная
фабрика

Компания:

АО «Троицкая бумажная фабрика»

+7 (48434) 3-37-43

fabrika@tbf.ru

www.tbf.ru

И хруст французской булки. Почему пекари выбирают пакеты Троицкой бумажной фабрики?

Каждая эпоха оставляет свой след в кулинарной культуре. Если в XIX веке пекари восхищались изобретением первых металлических форм для хлеба, то XXI век диктует новые правила: функциональность, экологичность и эстетика. В 2024 году Троицкая бумажная фабрика (ТБФ) сделала весомый шаг в этом направлении, представив бумажные пакеты с V-образным дном. Пекарское ремесло – это искусство, где внимание к деталям играет решающую роль. Недаром говорят, что «правильная упаковка сохраняет не только вкус, но и душу хлеба». Новые пакеты от Троицкой бумажной фабрики следуют именно этому принципу – заботясь о чистоте продукта, они сохраняют его презентабельность и лучшие качества.

ЭКОЛОГИЧНОСТЬ И СТИЛЬ

Еще несколько лет назад мало кто задумывался о вреде полиэтилена для экологии. Сегодня же весь мир делает выбор в пользу натуральных и биоразлагаемых решений. За плечами Троицкой бумажной фабрики сотни успешных проектов: от создания пергамента и влагопрочной бумаги до материалов для медицинской упаковки. Пакеты с V-образным дном от ТБФ стали настоящим примером еще одного качественного продукта на рынке. Основные материалы – влагопрочная бумага и растительный пергамент. Пористый и прочный, он идеально подходит для упаковки выпечки: позволяет еде «дышать», выводя лишнюю влагу, сохраняя структуру и вкус продукта. V-образное дно добавляет пакету вместительности, благодаря чему даже хрупкие изделия (например, круассаны или пирожные) остаются целыми и невредимыми.

ЧТО ГОВОРЯТ ПРОФЕССИОНАЛЫ?

Пекари и кондитеры по всему миру уже оценили такую упаковку. Анна Воронцова, российский шеф-кондитер, поделилась своим впечатлением: «Эти пакеты – находка для бизнеса. Они не только эстетично выглядят, но и выполняют важную задачу – сохраняют свежесть и первоначальный вид даже хрупких десертов. Клиенты часто отмечают, насколько удобно и приятно пользоваться такой упаковкой».



Для крупных хлебозаводов пакеты стали настоящим спасением: благодаря герметичности и влагопрочности упаковки продукты остаются на полках магазинов свежими и аппетитными очень долго.

ПРЕМИАЛЬНЫЙ ПЕРГАМЕНТ. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЛЯ НАСТОЯЩИХ МАСТЕРОВ

Для тех, кто ценит качество во всем, ТБФ предлагает уникальный выбор – пакеты из натурального пергамента плотностью 58 г/м². Этот материал, изготовленный из 100-процентной чистой целлюлозы без химических добавок, незаменим для упаковки жировлагодосодержащих продуктов. Кроме этих важных качеств, клиенты могут выбрать различные цветовые решения, пакеты с окном или без, а также персонализировать дизайн по вашему вкусу. Такой упа-



ковке завидуют, ее выбирают, с ней выделяются.

ГДЕ БУМАГА ЗАМЕНЯЕТ ПОЛИЭТИЛЕН?

Универсальность новых пакетов делает их любимцами в самых разных сферах. Пекарни и хлебозаводы используют их для свежей выпечки и багетов, заведения общепита подают в них блюда на вынос. Кофейни и кондитерские упаковывают в пакеты сыпучие продукты или сладости, кинотеатры предлагают своим посетителям попкорн в стильных перерабатываемых упаковках, а рестораны доставки сделали их частью фирменного брендинга.

ПРЕИМУЩЕСТВА, ПОДТВЕРЖДЕННЫЕ ПРАКТИКОЙ

Троицкая бумажная фабрика не только следует современным тенденциям, но и задает их, делая акцент

на сочетании стиля, удобства и экологичности. Пакеты с V-образным дном – это надежное решение. Благодаря боковым складкам они отличаются вместительностью, барьерные свойства обеспечивают чистоту одежды и продуктов в вашей корзине. Кроме того, такая гигиеничная упаковка еще и способствует сохранению свежести содержимого. Выдерживая нагрев до 180°, пакеты подходят даже для горячей выпечки. Полностью перерабатываемые, они подчеркивают осознанное отношение к экологии, которое является трендом в современном мире.

ПОДВЕДЕМ ИТОГ

История кулинарии показывает, что качественная упаковка – это своеобразная «внешняя витрина» продукта. Каждая деталь имеет значение, особенно для тех, кто выпекает с душой. Бумажные пакеты от ТБФ с V-образным дном – это идеальное решение для пекарен, кондитерских и ресторанов, где качество продукции начинается еще с упаковки. Как сказал один знаменитый пекарь: «Свежая булка нуждается в своем элегантном «платье»!». И здесь Троицкая бумажная фабрика всегда готова позаботиться о том, чтобы ваши кулинарные шедевры выглядели безупречно, предлагая высококачественную упаковочную продукцию. ■

Официальный сайт
компании

Текст: Полина Асланова,
sfera.fm

Стандартизация и маркировка – важные темы кондитерской индустрии

В августе 2024 года в Санкт-Петербурге прошла VII международная конференция «Кондитерская индустрия. Мучные и сахаристые изделия. Сладкие снеки» от организатора «Сфера Конгресс». В форуме приняли участие 115 человек. Отраслевым партнером конференции выступил Союз производителей пищевых ингредиентов. Одна из сессий была посвящена вопросам стандартизации и требованиям к кондитерской продукции, а воркшоп – теме маркировки.

СТАНДАРТИЗАЦИЯ И ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К КОНДИТЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Сессию открыла Татьяна Савенкова, председатель ТК/МТК 149 «Кондитерские изделия», президент СППИ, директор НИИ качества, безопасности и технологий специализированных пищевых продуктов РЭУ им. Г. В. Плеханова, д-р техн. наук, профессор. Она рассмотрела изменения в ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции», а также прокомментировала вопросы стандартизации кондитерской продукции. Татьяна Валентиновна отметила проблему расхождения некоторых формулировок в ГОСТ и регламентах ТР ТС 021/2011 и ТР ТС 029/2012. Были представлены стандарты, требующие обновления.

Говоря о текущих вызовах, эксперт рассказала о процессе установления нормирования кадмия в шоколаде и разработке процедур на основе принципов ХАССП, направленных на обеспечение безопасности молочной продукции, используемой в качестве сырья для производства КИ, а также методике определения диоксида серы.

Екатерина Нестерова, директор по техническому регулированию Масложирового союза России, выступила онлайн с докладом «Жировые компоненты для хлебопечения и мучных кондитерских изделий: новые требования ТР ТС 024/2011 «Технический регламент на масложировую продукцию».



В рамках доклада Екатерина Анатольевна рассказала о переходных положениях, которые будут применяться с 22 декабря 2024 года, когда изменение вступило в силу. В частности, допускается производство и выпуск в обращение по декларациям, выданным до 22 декабря 2025 года, а также допускается обращение продукции, выпущенной в обращение по декларациям, выданным до 22 декабря 2024 года, до конца срока годности продукции.

Что касается изменений, влияющих на взаимодействие масложировой и кондитерской отраслей, были особо отмечены следующие:

- введение нового объекта «Заменители масла какао нетемпературные смешанного типа»;



В VII международной конференции «Кондитерская индустрия. Мучные и сахаристые изделия. Сладкие снеки» приняли участие 115 человек.

- введение нового показателя безопасности «Глицедиловые эфиры, в пересчете на глицидол»;
- уточнение объектов нормирования по показателям безопасности «Транс-изомеры жирных кислот»;
- уточнение определений «Эквиваленты и улучшители масла какао».

Кроме того, в ходе своего выступления спикер отметила, что изготовители вправе устанавливать сроки годности продукции самостоятельно. Сессию завершила Полина Семенова, исполнительный директор Союза производителей пищевых ингредиентов, канд. техн. наук, посвятив свое выступление вопросам нормирования применения пищевых добавок, ароматизаторов и ТВС в кондитерском производстве. Полина



Алитет-Екатеринбург

Надежный поставщик сырья высокого качества для хлебопекарного и кондитерского производства

ОТ ТЕХНОЛОГИИ ДО АССОРТИМЕНТА



КАК СНИЗИТЬ КОЛИЧЕСТВО БРАКА?

Как быть в тренде и создать **ИЗДЕЛИЯ ПОД МАРКОЙ «ЭКО»** без удорожания?



КАК УДЕШЕВИТЬ ПРОДУКТ, не потеряв в качестве?



КАК СОХРАНИТЬ ПРОДУКТЫ СВЕЖИМИ И МЯГКИМИ на протяжении срока годности?

РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВАШЕГО ПРОИЗВОДСТВА:

- ★ Всегда в наличии широкий ассортимент сырья и ингредиентов для хлебопекарной и кондитерской промышленности.
- ★ Высокая скорость доставки во все регионы России.
- ★ Разработка рецептур хлебобулочных и кондитерских изделий.
- ★ Технологическая поддержка 24/7. ★ Обучение персонала клиентов.

**БУДЕМ
УСПЕШНЫМИ
ВМЕСТЕ!**

Наша цель — оказывать помощь партнерам и клиентам, внедрять новые совершенные технологии и сырье для производства хлебобулочных и кондитерских изделий высокого качества и вкуса, которые будут пользоваться спросом у населения.

Наш опыт подтвержден успешными проектами с 2005 года

www.alitet-ekb.ru

8-800-2222-990

info@alitet-ekb.ru



Александровна рассказала об изменениях, коснувшихся нормативного поля в сфере пищевых ингредиентов с 2013-го по 2023 год, а также прокомментировала обязательные требования в рамках оценки соответствия и последующей маркировки. Спикер акцентировала внимание на важности идентификации, подтверждении соответствия и маркировки продукции на этапе вхождения в оборот.

Эксперт также обозначила проблему негармонизированности терминов и отсутствия подчиненности категорий, рассмотрела основные изменения ТР ТС 029/2012: появление новых терминов, изменения статей 7, 8, 9, 10, обновления приложений 12, 19, 23, 26 и новое приложение 30, однако отметила, что неизменной осталась часть, связанная с основными принципами применения пищевых добавок. Кроме того, был поднят вопрос основного идентификационного отличия «комплексной пищевой добавки» от сложного ароматизатора. Говоря о применении пищевых добавок и ароматизаторов, спикер отдельно сфокусировалась на теме выведения из оборота исключенных объектов регулирования. Важным пунктом выступления стало комментирование регламентации применения пищевых добавок, ароматизаторов и ТВС.



МАРКИРУЕМ СОСТАВ И СЧИТАЕМ ВМЕСТЕ

В завершение конференции прошел воркшоп, посвященный маркировке ингредиентов и пищевой продукции с их содержанием. Мероприятие открыла Ирина Святославова, ведущий научный сотрудник НИИ качества, безопасности и технологий специализированных пищевых продуктов РЭУ им. Г.В. Плеханова, канд. техн. наук, выступлением, посвященным тематике пищевой и энергетической ценности продукции. Спикер отметила, что на сегодняшний день термины пищевой и энергетической ценности не установлены на законодательном уровне.

В рамках блока об отличительных признаках пищевых продуктов Ирина Михайловна констатировала, что вся информация, выносимая на этикетку на добровольной основе, должна быть подтверждена. Также она остановилась на теме маркировки натуральности. Эксперт напомнила, что информация об органической продукции может использоваться только на основе наличия соответствующего сертификата, прокомментировала тему маркировки обогащенной пищевой продукции, акцентировав внимание

Полина Семенова,

исполнительный директор Союза производителей пищевых ингредиентов, канд. техн. наук:

«**Верная идентификация является залогом выполнения обязательных требований».**

аудитории, что в случае присутствия в наименовании продукции слова «обогащенная» обоснование этого должно указываться в составе, а также представила алгоритм определения пищевой и энергетической ценности продуктов аналитическим и расчетным путем.

Особую ценность воркшопа составил доклад, посвященный смежным требованиям регламентов ТР ТС 022/2011 и ТР ТС 029/2012 при маркировке ингредиентов в пищевой промышленности, который представила Полина Семенова, исполнительный директор Союза производителей пищевых ингредиентов, канд. техн.

наук, совместно с Татьяной Трескуновой, зам. директора Союза производителей пищевых ингредиентов по вопросам нормативно-правового регулирования. Были описаны различия в маркировке потребительской и транспортной упаковки. Также Полина Семенова отметила, что требования по маркировке потребительской упаковки не распространяются на производителей ингредиентов, и сфокусировала внимание аудитории на формировании наименования продукции, отметив, что в этом случае требуется учитывать как горизонтальные, так и вертикальные технические регламенты.

При описании маркировки пищевой ценности, спикер отметила, что пищевая ценность пищевых добавок и ароматизаторов может не указываться. Выступающая прокомментировала особенности маркировки пищевых добавок, ароматизаторов и ТВС, используемых в качестве сырья при производстве пищевой продукции. Она подчеркнула, что при маркировке комплексных пищевых добавок состав указывается в сопроводительных документах.

Говоря о смежных требованиях в части маркировки состава, спикер представила подходы по указанию составов компонентов. Комментируя правила нейминга, она сказала, что, согласно правилам, названия добавок должны указываться полностью, а также напомнила, что поменялись наименования для некоторых добавок. Кроме того, был рассмотрен вопрос указания на упаковке добавленных сахаров, диоксида серы, упаковочных газов и др. ■

Прочитать обо всех темах VII международной конференции «Кондитерская индустрия. Мучные и сахаристые изделия. Сладкие снеки» можно здесь





000 «ИРЕКС ТРИЭР»
115093 | Россия | Москва
ул. Щипок, д. 18, стр. 3 | а/я 37
Тел.: +7 495 648-07-90
959-71-40
959-71-39
msk@ireks-trier.ru | www.ireks-trier.ru

000 «ТРИЭР-СПБ» | Санкт-Петербург: +7 812 244-45-10
000 «ТРИЭР-СИБИРЬ» | Новосибирск: +7 383 292-17-41
000 «ТРИЭР-НН» | Нижний Новгород: +7 831 217-02-70
000 «ТРИЭР Юг» | Ростов-на-Дону: +7 863 237-24-77
000 «ТРИЭР Центр» | Воронеж: +7 473 246-22-26
000 «ТРИЭР-КАЗАНЬ» | Казань: +7 843 524-74-05
000 «ТРИЭР-ДВ» | Хабаровск: +7 4212 20-44-79



ИРЕКС ГУРМЭ – простое решение для создания идеальных гастрономических начинок

Оптимизация производственных процессов – ключ к развитию современных пищевых предприятий, где снижение трудозатрат и работа с технологичным и стабильным сырьем являются неотъемлемой частью подхода к решению данной задачи.

Использование технологичных смесей с тщательно подобранным компонентным составом позволяет получить стабильный результат с гарантированными потребительскими характеристиками, что нивелирует влияние человеческого фактора и повышает экономическую эффективность. Результат – оптимизация себестоимости готового продукта и рост маржи предприятия.

СМЕСИ ДЛЯ ТЕРМОСТАБИЛЬНЫХ НАЧИНОК ИРЕКС ГУРМЭ

Линейка смесей для гастрономических начинок ИРЕКС ГУРМЭ – новое направление развития нашего ассортимента, предназначенное для создания готового продукта с разнообразными и богатыми вкусовыми профилями, где каждый ингредиент проходит многоступенчатую систему контроля качества.

Смеси для приготовления термостабильных начинок линейки ИРЕКС ГУРМЭ – технологичное и удобное решение для пищевых производств, позволяющее существенно упростить технологические процессы, сократить затраты и при этом улучшить качество и вкусовые характеристики готовых изделий.

Продукция стабильна при выпечке и заморозке, подходит для автоматизированных линий, что делает смеси для начинок отличным выбором для производства замороженных полуфабрикатов, особенно для мелкочтучных изделий.

ЛИНЕЙКА ИРЕКС ГУРМЭ – ПРЕИМУЩЕСТВА:

Простота приготовления
Достаточно смешать смесь с водой.

Кратное сокращение себестоимости

Позволяет значительно снизить себестоимость готовых изделий, т. к. не требует внесения дополнительных компонентов.

Однородная консистенция

Смеси прекрасно связываются с различными ингредиентами – мясным фаршем, сыром, ветчиной, картофелем и пр.

Улучшение технологических характеристик

Придают сочность, связанность и стабильность начинке. В основе разработки – задача сохранить эти характеристики в начинках в различных хлебобулочных изделиях как закрытого, так и открытого типа.

Усиление вкусоароматических свойств

Смеси содержат кусочки и порошок натуральных ингредиентов в соответствии со вкусовым профилем. Они могут использоваться как для приготовления начинок, так и для усиления вкуса: вносятся непосредственно в сухом виде с другими ингредиентами гастрономических начинок (мясной фарш, лук, картофель и пр.).



▲ **Изделия на основе начинки ИРЕКС ГУРМЭ СЫРНАЯ**

Термостабильность

Не теряют своих свойств при выпечке.

Стабильность при заморозке

Подходят для изготовления продукции, проходящей в процессе производства стадию замораживания. Выдерживают глубокую заморозку, сохраняют свои свойства после дефростации.

Технологическая и маркетинговая поддержка

Технологи нашей компании разработали рецептуры изделий на основе гастрономических начинок ИРЕКС ГУРМЭ, которые пользуются высоким спросом у покупателей – слойки в виде улиток и колодцев, аппетитные расстегаи, сдобные пироги и пр. Готовые решения по использованию данных продуктов позволят вам выпускать вкусную, качественную выпечку по отработанным рецептурам. Отличительной особенностью разработанных нами изделий является то, что любое из них может быть подвержено заморозке, что существенно облегчит работу персонала и позволит заранее наработать необходимый ассортимент.

Ассортимент новинок ИРЕКС ГУРМЭ не стал исключением в нашей политике работы с клиентами, мы всегда готовы оказать полный комплекс как технологической, так и маркетинговой поддержки. Мы предлагаем помощь в разработке рекламных акций для покупателей как успешного маркетингового инструмента в продвижении продукции. Технологическая служба нашей компании окажет всестороннюю помощь по внедрению технологии производства в условиях конкретного предприятия.

Начинки на основе ИРЕКС ГУРМЭ – это гарантированный результат, за которым стоят опыт и работа профессионалов. ■



GRANDPRO
FOR CREAM
BAKING EXCELLENCE

Компания:

GRANDPRO - жировые ингредиенты
для профессиональной выпечки
www.grandpro.pro

GRANDPRO вдохновляет творить и совершенствовать

«Русагро» представляет инновационный продукт – линейку высокотехнологичных маргаринов GRANDPRO.

Для пищевой промышленности ситуация роста себестоимости с параллельным снижением покупательной способности населения становится непростым испытанием. Массовость или эксклюзивность, сохранение качества или оптимизация затрат? Вопросы, которые задает себе каждый производитель. Особенно остро встает этот вопрос для малого и среднего бизнеса в условиях конкуренции с промышленными гигантами.

Современные тренды говорят о том, что именно **доверие потребителей** стало одним из **наиболее важных факторов**, позволяющих бизнесу оставаться на рынке, расти в выручке и маржинальности. Согласно исследованию Salsify, 46% потребителей готовы платить больше, чтобы покупать продукцию бренда, которому они доверяют. Однако потеря доверия обходится дороже. Около 71% респондентов заявили, что будут покупать меньше у компании, которая потеряла их доверие.

Работать с себестоимостью, несомненно, нужно, но не за счет качества продукта, а за счет оптимизации производственных процессов, повышения производительности. Уделите особое внимание ассортименту: удивляйте потребителя оригинальными вкусами, эксклюзивными рецептурами, новинками и при этом сохраните стабильно высокое качество.

Создавая уникальную коллекцию инновационных ингредиентов для выпечки GRANDPRO, эксперты Группы компаний «Русагро» ориентировались на актуальные запросы мастеров кондитерского искусства, занятых в сфере HoReCa или развивающих свой собственный бизнес.

Безупречное качество, технологичность, экономическая эффективность, новые идеи для кондитеров и технологов, ваша свобода творчества – вот основополагающие ценности, на которых строится концепция бренда GRANDPRO.



Марина Романова,

бренд-шеф-кондитер кондитерского дома
M&N (Москва), амбассадор GRANDPRO:



Скажу честно, не ожидала такого от маргарина! Изделия из песочного теста с GRANDPRO получаются нежными и рассыпчатыми, а «слоёнка» – воздушной и хрустящей. По вкусовым характеристикам всё отлично. В кремах GRANDPRO Creat дает прекрасный сливочный вкус. Никакого постороннего привкуса или запаха. Я для себя отметила и рекомендую своим ученикам GRANDPRO как прекрасную основу для авторских и безлактозных десертов. Искренне рада, что в кондитерской индустрии появился такой продукт!»



CAKE

82% — массовая доля жира.

Для выпечки сдобных кондитерских изделий – бриошей, пирогов, капкейков, мафинов, рулетов.



TART

84% —

массовая доля жира.

Для изготовления изделий из песочного теста.



CREAM

84% — массовая доля жира.

Для изготовления кремов для кондитерских изделий.



CROISSANT

82% — массовая доля жира.

Для всех видов продукции из слоеного теста.



ECLAIR

72,5% — массовая доля жира.

Маргарин с пониженной жирностью для кремов и начинок тортов, рулетов, пирожных и суфле.

GRANDPRO – инновационный и высокотехнологичный маргарин нового поколения. Это полностью растительный продукт, поэтому идеально подходит для классических хлебобулочных и кондитерских изделий, а также для вегетарианского, веганского и ЗОЖ-меню. Он надежен и обладает отменным качеством, поскольку сделан по высоким стандартам для профессиональной кухни. Ему можно смело доверять – он гарантирует кондитеру стабильность в процессе творчества и ожидаемый результат. Этот продукт технологичен и удобен в работе – замечательно взаимодействует с другими ингредиентами,

прекрасно работает в разных типах теста и кондитерских изделиях, отлично темперируется и постоянен в своих свойствах. Работая с маргаринами GRANDPRO, вы всегда уверены в стабильном качестве вашей продукции, длительном сроке ее хранения и эстетичном товарном виде.

Чтобы результат был идеальным, мы создали пять специальных маргаринов для различных технологических применений: GRANDPRO Cake, GRANDPRO Tart, GRANDPRO Cream, GRANDPRO Croissant и GRANDPRO Eclair, охватывающих полный спектр рецептов. ■



Ирина Зырянова,

руководитель службы технологов сопровождения продаж «Русагро»:



Перед нами стояла задача разработать премиальный маргарин, который мог бы послужить альтернативой сливочному маслу по вкусоароматике, но при этом сохранял бы всю технологичность маргарина.

И мы сделали это – у нас появился GRANDPRO! Но мы пошли дальше (не зря одной из ценностей компании «Русагро» является постоянное улучшение). Мы не остановились на разработке качественного и вкусного продукта, технологи сопровождения продаж очень много работают непосредственно с кондитерами, шеф-кондитерами и бренд-кондитерами различных заведений, учитывая все их замечания и пожелания».

www.grandpro.pro
E-mail: grandpro@rusagromaslo.com
vk.com/grandpro_pro
t.me/grandpro_pro





Автор:

Екатерина
Юсубова

Праздник – и все в шоколаде

Как праздничные даты влияют на продажи

Продажи кондитерских изделий предсказуемо растут в преддверии праздников. Новый год и Международный женский день превращаются в настоящий конфетно-шоколадный бум. Также аналитики отмечают и микросезонные всплески продаж определенных сладостей.

Любопытная статистика продаж представлена в национальном ретейл-аудите Нильсен. Из данных аналитиков следует, что рост продаж конкретных сегментов кондитерской группы варьируется в зависимости от микросезона, и праздники напрямую влияют на продажи в индустрии сладостей.

Основным сезоном продаж, настоящей «страдой» для производителей считается Новый год. Лидер продаж в декабре – шоколад. Плитки, батончики, конфеты в коробках и конфеты на развес в это время пользуются большим спросом, нежели в остальные месяцы. При этом по итогам продаж в конце 2024 года эксперты отметили не только повышение сезонного спроса, но и рост продаж в сравнении с прошлым годом. По данным телеграм-канала аналитической компании «Чек Индекс», в 2024 году предновогодний спрос на новогодние конфетные наборы массой 800–1000 г вырос год-к-году на 15%, а на наборы весом 500–600 г рост составил 10%. Коробок шоколадных

конфет российские покупатели приобрели в предновогодний сезон 2024 года на 11% больше, чем в тот же период 2023 года. Таким образом, сладости, как наиболее традиционный подарок, все больше закрепляют свои позиции.

В марте, в преддверии Международного женского дня, наибольший рост продаж эксперты Нильсен отметили для конфет в коробках, штруделей, шоколадных плиток, основ для вафельных тортов, фигурного шоколада. Рядом с 8 Марта в календаре – Масленица. И в этот, длящийся неделю, праздник, самой растущей категорией кондитерских изделий по данным аналитиков Нильсен выступает любимая добавка к блинам – шоколадная паста. На Пасху отмечен наибольший, по сравнению с другими категориями сладостей, рост продаж шоколадных фигурок.

Традиционные школьные праздники – День знаний и День учителя в сентябре и октябре. Последний звонок звучит всегда в мае. Соответ-

Рост продаж конкретных продуктов кондитерской группы варьируется в зависимости от микросезона, и праздники напрямую влияют на продажи в индустрии сладостей.

ственно наибольший рост продаж отмечается в категориях конфеты в коробках – для всех «школьных» микросезонов. К 1 сентября также больше остальных растут продажи шоколадной пасты, батончиков, плиток и фигурного шоколада. Ко Дню учителя растущей категорией выступают еще и охлажденные десерты.

Тренды, которые рекомендуют учитывать при подготовке к праздничным продажам, отмечают в Ассоциации компаний розничной торговли. Эксперты в материале портала sber.pro говорят о том, что в праздники отмечается заметный рост потребительского интереса к локальным брендам, товарам низкого и среднего ценового сегмента, а также к ЗОЖ-продукции.

Сладкий презент – один из понятных и доступных, но при этом традиционно эффективных способов выразить самые лучшие чувства дарителя к одариваемому. Универсальность такого подарка позволяет порадовать любого человека, независимо от пола, возраста и социального статуса. Сладости – подарки вне времени и моды, а значит, всегда актуальны. Стильно оформленный (производителем или дарителем) сладкий презент непременно создаст атмосферу торжественности момента, а доступность сладостей на любых торговых площадках сократит время на поиски подарка. ■

торт ЧЁРНЫЙ ПРИНЦ

Нежный шоколадный крем,
брауни-бисквит и кусочки
сублимированной малины



Fantel

КОНДИТЕРСКАЯ
ФАБРИКА

НОВИНКА



kf-fantel.com

Авторы:

Екатерина Юсубова,
Полина Асланова,
Арсений Протасов



Спрос обеспечивает рост

Спрос на хлебобулочные изделия стабилен, а продажи показывают рост, причем в некоторых категориях довольно ощутимый. Как складывается ситуация на этом рынке, как обновились запросы потребителя – рассмотрим в этом материале.

НЕУМОЛИМАЯ СТАТИСТИКА

Пару лет назад аналитики предсказывали, что к 2025 году тренд на здоровое питание может снизить потребление хлеба и хлебобулочных изделий на 3% в консервативном сценарии и на 0,5% – в базовом. Статистика, в отличие от аналитики, – вещь неумолимая, и сегодня уже можно сделать выводы, насколько супертренд на ЗОЖ-питание повлиял на традиционный в отечественной потребительской корзине продукт. По данным, представленным в феврале 2025 года Министерством сельского хозяйства России, в 2024 году в стране произведено порядка 6,3 млн т хлеба и хлебобулочных изделий, что на 7,9 тыс. т больше, чем в 2023-м. «Внутренний рынок насыщен продукцией, для потребителей обеспечен широкий выбор», – подчеркивают в ведомстве.

Сохраняется стабильный интерес покупателей к здоровому питанию. Так, например, вырос спрос на линейку ЗОЖ-хлебов, выпекаемых из пророщенных зерен пшеницы и ржи. В то же время, более консервативные потребители все еще стабильно предпочитают классику

Категория хлебобулочных изделий в статистике портала продажи.рф на 6 марта 2025 года показывает рост год-к-году по всем подкатегориям. Динамика объемов продаж на указанную дату относительно среднего значения в прошлом году за период, равный 15 дням, положительная. Наименьший рост объемов продаж эксперты отмечают в подкатегории «хлеб и батон» (+2,03%), наибольший – в подкатегориях «коржи для торта» и «сушки, сухари, тарталетки» (16,7%). Заметно растут объемы продаж хлебцев и соломок (+15,95%), а также выпечки (+12,07%). Такие данные позволяют сделать вывод об устойчивой тенденции роста рынка перекусов и растущей популярности пекарен и мини-пекарен. Динамика продаж булочек оказалась на уровне +3,75% год-к-году, круассанов +3%, кексов +2,27%. В продажах этих видов хлебобулочных изделий, наряду с хле-

бом и батонами, отметим стабильность без особых всплесков.

ЖЕЛАНИЕ ПОКУПАТЕЛЯ – ДРАЙВЕР ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

Самарский хлебозавод №5 (ГК «Каравай») подвел итоги продаж и исследования потребительского поведения на рынке хлебопечения по итогам 2024 года в Поволжье и на Урале. В рамках исследования были выделены основные тренды развития регионального рынка на ближайшие год-два. Как сообщили редакции sfera.fm, уже сейчас можно определить, какие продукты выросли в спросе за последние 12 месяцев, какие наиболее интересны потребителю. Эти направления Самарский хлебозавод №5 планирует развивать. В первую очередь, отметили в компании, сохраняется стабильный ин-



6,3 млн т

По данным Министерства сельского хозяйства России, в 2024 году в стране произведено порядка 6,3 млн тонн хлеба и хлебобулочных изделий.

интерес покупателей к здоровому питанию. Так, например, вырос спрос на линейку ЗОЖ-хлебов, выпекаемых из пророщенных зерен пшеницы и ржи. В то же время более консервативные потребители все еще стабильно предпочитают классику. Например, хорошо продаются батон «Горчичный» и хлеб «Бородинский». Приведем факт, подтверждающий популярность хлеба с полезными свойствами. Старейшее хлебное предприятие Санкт-Петербурга Хлебный дом «Смоленская» ежедневно выпекает 27 т хлеба «Стройный рецепт», или 13,5% от общего объема ежедневно произведенной продукции.

Обратим внимание, что во всем мире растет популярность белкового хлеба, хлеба для кетодиеты. В нем используются растительные белки, такие как пшеница, соя, льняное семя или яблочная клетчатка. Эти белки составляют около 25% всего хлеба.

Российским ЗОЖ-потребителям стоит вспомнить поговорку, что «все новое – это хорошо забытое старое», ведь на рынке появился хлеб из полбы – особого вида пшеницы, которую на Руси когда-то любили не меньше, чем обычную. Полба – рекордсмен по содержанию белка среди круп. Белка в ней, без каких-либо дополнительных добавок, содержится 8,5%. Стоит она, правда, недешево – от 350 рублей за килограмм.

С 2020 года рынок хлебобулочных полуфабрикатов в России почти удвоился, продажи выросли на 95%, что эксперты обуславливают изменением потребительских предпочтений и положительной динамикой сектора общественного питания. Рост объема продаж по итогам 2024 года составил 14%.

Современному потребителю, по оценке специалистов, интересны необычные вкусы. Поэтому неплохо продаются заварные хлеба из пророщенных и осолодоченных зерен – выпечка по оригинальным рецептам из стран Балтии, адаптированным под российские предпочтения. Сейчас ее немного в общем объеме продаж, но эксперты видят в этом направлении перспективы для развития. Также для более молодых

потребителей планируют запустить в производство сдобу с нестандартными начинками.

ХЛЕБ ДЛЯ B2B

Развивается сектор b2b в производстве, отмечают специалисты ГК «Каравай». Торговые сети и заведения системы общепита показывают большой интерес к замороженным хлебобулочным полуфабрикатам, и это тоже перспективно для развития отрасли. Ставку на быстрозамороженную продукцию также делают и в Хлебном доме «Смоленская». Предприятие планирует нарастить производство такой продукции до 25 т в день.

Добавим, что по данным BusinesStat рост объема продаж хлебобулочных полуфабрикатов в России по итогам 2024 года составил 731 тыс. т, и это на 14% больше, чем в 2023-м. Кстати, с 2020 года этот рынок почти удвоился, продажи выросли на 95%, что эксперты объясняют изменением потребительских предпочтений и положительной динамикой сектора общественного питания. Согласно исследованию BusinesStat, основным драйвером роста продаж полуфабрикатов в 2024 году стало развитие собственных мини-пекарен в сетях ключевых участников розничной торговли X5 Retail Group и «Тандер» («Магнит»). Кроме того, на рост продаж существенно повлиял

фактор восстановления работы кафе и ресторанов после пандемии, а также рост популярности форматов фастфуда и стритфуда.

Количество пекарен на площадках супермаркетов ориентировочно увеличилось в 2024 году на 20–33%. По предварительным данным Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ) к концу 2024 года число собственных пекарен выросло до 18-20 тыс. точек. Отметим, что на начало 2024-го крупные сети в совокупности располагали 15 тыс. собственных пекарен.

О значительном расширении такого формата торговли еще год назад сообщил «Магнит». В 2024-м сеть планировала открыть в магазинах формата «у дома» 2,5 тыс. пекарен, нарастив общее количество до более чем 5 тыс. к концу года. Ретейлер отмечает, что предложение свежей выпечки в магазинах сети «у дома» не одинаково. Оно различается в зависимости от локации и предпочтений потребителей в том или ином регионе, причем ассортимент пекарен насчитывает от 22 до 55 наименований продукции: это свежий хлеб, круассаны, пирожки, слойки, национальная выпечка и др. Наибольшим спросом у покупателей пользуется сытная выпечка, такая как пирожки и слойки с мясом, картофелем, грибами, шпинатом, а также традиционные белый и черный хлеб. ■

III Конференция для производителей пищевых ингредиентов и продуктов питания

НЕВА ИНГРЕДИЕНТС

ЕДА И ТЕХНОЛОГИИ

**5–6 июня 2025
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ**

При поддержке



Конференция «Нева Ингредиентс. Еда и технологии» - это первая специализированная конференция по пищевым ингредиентам при поддержке СППИ. Разбор качества, рецептур, технологий для кондитеров и хлебопекарей, производства напитков, молочной и мясной промышленности, поставщиков ингредиентов и оборудования.

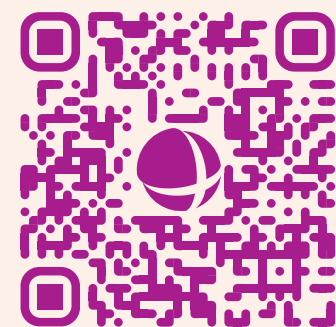
ПРОГРАММА РАЗДЕЛЕНА НА ДВА БЛОКА:

ДЕНЬ 1: Аналитика, сертификация, маркетинг, перспективы развития рынка пищевых ингредиентов.

ДЕНЬ 2: Технологические решения, разбор кейсов для разных отраслей: молочная, мясная, кондитерская, хлебопекарная промышленность и производство напитков.

#собираем
вместе

 **сфера** конгресс



sfm.events

Связаться с нами
+7 (812) 245-67-70

Автор: Полина Асланова, sfera.fm

Мифы о хлебе: развеиваем заблуждения

Хлеб относится к социально значимым продуктам питания для населения, в меню человека этот продукт появляется с самого раннего возраста, его вводят в прикорм уже с восьми месяцев. Этот продукт всегда упоминался в народном творчестве: сказках, пословицах, легендах. Множились вокруг хлеба и различные домыслы, часто неподкрепленные доказанными знаниями. Разбираемся, насколько правдивы некоторые из них.



МИФЫ О БЕЗДРОЖЖЕВОМ ХЛЕБЕ

Дрожжевой хлеб отличается легкой и воздушной структурой, которую он получает благодаря работе промышленных дрожжей либо закваски. Разрыхленная структура мякиша – результат насыщения тестовой массы пузырьками газа, который образуется в результате жизнедеятельности микроорганизмов.

Сложилось некоторое количество негативных установок относительно употребления дрожжевого хлеба. При этом далеко не все из них соответствуют действительности.

Бездрожжевой хлеб не содержит дрожжей

Миф о том, что бездрожжевой хлеб не содержит дрожжей, основан на недопонимании термина «бездрожжевой» и технологии изготовления таких хлебобулочных изделий. На

самом деле, бездрожжевой хлеб обычно подразумевает, что в его рецептуре не используются традиционные хлебопекарные дрожжи (лат. *Saccharomyces cerevisiae*), но вместо них могут применяться другие методы или ингредиенты для достижения подъема теста.

Вместо промышленных дрожжей используется естественная закваска, которая содержит дикие дрожжи и молочнокислые бактерии. Таким образом, надпись на упаковке «бездрожжевой» не означает, что в хлебе нет никаких дрожжей, а скорее, что в нем используются альтернативные ингредиенты для достижения пышного пористого мякиша.

ДРОЖЖЕВОЙ ХЛЕБ МЕНЕЕ ЗДОРОВЫЙ, ЧЕМ БЕЗДРОЖЖЕВОЙ

Оба типа хлеба могут содержать важные питательные вещества, такие как углеводы, клетчатка, ви-

тамины и минералы. При этом диетологи обращают внимание, что более важным фактором является приготовление хлеба из качественных ингредиентов, в частности из цельнозерновой муки.

Порой утверждается, что бездрожжевой хлеб может иметь более низкий гликемический индекс, что делает его более подходящим для людей с диабетом. Однако этот показатель в первую очередь зависит от остальных ингредиентов и способа приготовления.

Выбор между дрожжевым и бездрожжевым хлебом зависит от индивидуальных предпочтений, диетических потребностей и образа жизни. Важно выбирать хлеб, который имеет хороший состав и вписывается в общий рацион питания, а также соблюдать чувство меры.

МИФ О ВРЕДЕ ХЛЕБА

Мода на ЗОЖ сыграла негативную роль в восприятии хлеба массовым потребителем. Особенно этот заметно по статистике московского рынка, традиционно задающего тренды потребления. По данным Росстата, в 2019 году в Москве потребление хлеба на душу населения составляло 104 кг, а в 2023-м уже 85 кг (-19%). В целом по России этот показатель в 2019 году составил 115 кг в год, в 2023-м – 112 кг (-3%).

Отвлекаясь от статистики, вспомним, что любой хлеб является важной составляющей рациона. Прежде всего, он является источником углеводов, обеспечивая организм энергией. Также в хлебе содержатся витамины группы В, употребление которых необходимо для профилактики заболеваний центральной нервной системы, поддержания работоспособности и нормального состояния кожи.

В составе хлеба имеются минеральные вещества. Ржаной хлеб содержит железа больше, чем говядина (в ржаном хлебе – 2,8 мг, в пшеничном – 3,6 мг, в говядине – 2,6 мг). Также в его составе содержатся кальций (около 12% от суточной нормы потребления) и магний (11%).

МИФЫ О ДЕШЕВИЗНЕ

Хлеб – это дешевый продукт

Устоялось мнение, что хлеб должен стоить недорого, причем эту позицию зачастую применяют как к промышленному хлебу, так и изготовленному в пекарнях. Это основывается на том, что хлеб принято считать базовым продуктом. Однако цена на хлеб складывается из многих факторов, включая технологию производства, стоимость сырья и ресурсов. Существуют внешние факторы, влияющие на цену хлеба: состояние экономики, урожайность, некоторые политические факторы.

Дешевый хлеб помогает сэкономить

Для того чтобы соответствовать требованиям сетей и желаниям потребителей и представить хлеб эконом-класса в ассортименте, производителю приходится использовать ингредиенты низкого качества. Таким образом, для потребителя экономия в моменте может привести к затратам в долгосрочном периоде. Важно помнить, что любой продукт может быть и полезным, и вредным в зависимости от количества и частоты его употребления, качества ингредиентов, а также от общего рациона и образа жизни. В сомнительных случаях лучше всего проконсультироваться с врачом или диетологом для получения индивидуальных рекомендаций. ■

Как молодое поколение в Китае выбирает новый формат потребления и привычек

Китай полон смыслов и возможностей для тех, кто готов танцевать танго с 1,5 миллиардами покупателей. В этой статье вместе с руководителем FoodRetail.club, консультантом и топ-менеджером торговых сетей и производств, членом Общества российско-китайской дружбы, экспертом Еленой Воронцовой рассмотрим, как новое поколение китайских потребителей формирует новые тренды в потреблении продуктов питания.

ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ

Поколения, родившиеся в конце 90-х и позже, становятся главными потребителями западных трендов и рынка быстрого питания в Китае. Они ожидают увидеть продукты нового формата, с ярко выраженным и индивидуальным вкусом. Они ищут новый опыт как атрибут сопричастности и объединения в группах. Новые сорта чая, частные кухни и гастроли шеф-поваров, классический хлеб – всем этим они активно интересуются. Также молодежь очень активна в социальных сетях, ей нравится открывать новое и рассказывать об этом миру. Как результат, многие магазины, открывающиеся в Китае, становятся законодателями трендов через онлайн-формат торговли. В некоторых Story Safe вы можете увидеть заповедные очереди, которые как раз привлекли блогеры на хайпе. День среднестатистического китайского городского работника начинается с Neü Tea – напитка с сиропом, булочки причудливой формы для завтрака и, конечно же, лапши. Или, например, в одной руке куриная лапка, в другой – кофейный напиток. Все это сочетание несочетаемого легко отражает сегодняшнюю моду на связь с традициями предков и веянием нового времени.



Для справки

Neü Tea – бренд, основанный в 2012 году. Включает в себя традиционную китайскую чайную культуру и современную эстетику. Находит отклик у потребителей, которые сочетают или ищут сочетания современности и традиций в своем образе жизни. Маркетинговая стратегия бренда основана на привлекательности высокой эстетики, что делает его популярным среди молодых людей, которые делятся контентом в социальных сетях.

НЕ ТОЛЬКО ЗОЖ: КАК В КИТАЕ ВЫБИРАЮТ ПРОДУКТЫ

Хотите узнать, что движет китайскими потребителями при выборе продуктов? Оказывается, здоровье – это не единственный критерий! В больших городах растет благосостояние, и поколения 70-х и 80-х, для которых долголетие становится все более важным, готовы платить за премиум-товары. Они ищут продукты с натуральными ингредиентами, которые обещают им особые качества и преимущества, и они особенно ценят продукты из Рос-

сии, признавая их натуральность и аутентичность. Например, в подкатегории безалкогольных напитков растет популярность воды со льдом и кофе со льдом. Спрос на бутилированную воду частично обусловлен ее здоровым имиджем. Безопасность продукта, натуральный состав, сокращение количества сахара и обогащение витаминами или минералами также важны для потребителей. Но вкус остается главным фактором при покупке безалкогольных напитков. Потребители все больше внимания уделяют сбалансированному питанию, поэтому производители используют функциональные

ингредиенты, чтобы снизить содержание сахарозы и липидов в хлебобулочных изделиях. Это приведет к переходу от продуктов с высоким содержанием сахара, жира и калорий к продуктам с низким содержанием таких компонентов. То есть производителям придется изменить подход к исследованиям и разработке сырья для хлебобулочных изделий. Спрос на хлебобулочные изделия среднего и высокого класса растет благодаря увеличению национального потребления и вниманию к сбалансированности питания. Китайские потребители готовы платить больше за более здоровую пищу.



Топ-10 самых популярных китайских десертов

И все-таки Китай – страна с прочными кулинарными традициями. Портал chinahighlights.com перечисляет десять лучших кондитерских блюд, которые рекомендуется попробовать туристу. В топ-10 самых популярных китайских десертов вошли:

- булочки с красной фасолью dòu shā bāo /доу шаа бао/, приготовленные на пару и начиненные пастой из красной фасоли;
- леденцы «борода дракона» lóng xū sū /лонг сю су/ – похожи на сахарную вату, т. к. сделаны из сахарной нити и очень липкие;
- яичные тарталетки dàn tà /дан таа/ – это небольшие пироги с заварным кремом, с твердой и сладкой корочкой, популярны настолько, что некоторые магазины на них специализируются;
- фрукты на палочке táng hú lu /тунг ху лу/, «китайское ирисовое яблоко», – старинная пекинская закуска, представляющая собой шпажку с китайскими яблоками, окунаемыми в жидкий сахар и высушенными;
- жаренные во фритюре дурианы liúlián su /люо лян су/. Несмотря на то, что дуриан известен своим сильным и неприятным запахом, мякоть этого фрукта вкусная и очень популярная. Дуриан подают в качестве десерта с хрустящей корочкой из кляра;
- сладкие булочки с яйцом nǎi huáng bāo /ней хунг баоу/ – теплые булочки с начинкой из яичного желтка и сахара;
- тыквенные оладьи nán guā bǐng /нан гваа бин/ – обжаренные во фритюре оладьи, состоящие в основном из тыквы, сахара и муки;
- сладкие шарики из супа tāng yuán /тунг-йвен/ – теплый сладкий суп, содержит ферментированный рис и клейкие рисовые шарики;
- миндальное желе xìng rén dòng /шэнжэньдун/ – десерт из абрикосовых косточек, которые замачивают и измельчают с помощью воды, затем извлекают молоко и добавляют желеобразующее вещество.
- травяное желе gāoxiān cáo /шаоув шьен цаоув/ готовят из вареной «волшебной травы» мезоны китайской (разновидность мяты) с добавлением крахмала и соли.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ В СФЕРЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ В КИТАЕ: ЧТО ВПЕРЕДИ?

Здоровье играет ключевую роль в потребительских предпочтениях китайцев при выборе продуктов питания. Потребители высоко ценят продукты, которые не только вкусны и доступны по цене, но и полезны для здоровья. Функциональные ингредиенты становятся все более популярными, поэтому брендам стоит подумать о том, как их добавление может повысить привлекательность продукта.

Китайские потребители также отдают предпочтение натуральным составам. Компании могут стремиться к созданию простых и понятных рецептов, чтобы удовлетворить растущий спрос на натуральные продукты.

Устойчивое развитие и экологическая ответственность также становятся важными факторами при выборе продуктов. Китайские потребители более восприимчивы к этим позициям, чем в среднем в мире.

Наконец, традиционные заявления о продукте могут повысить его ценность для потребителей. Однако, чтобы привлечь внимание современных

Потребители все больше внимания уделяют сбалансированному питанию, поэтому производители используют функциональные ингредиенты, чтобы снизить содержание сахарозы и липидов в хлебобулочных изделиях.

покупателей, бренды должны предлагать разнообразие и новизну. В категории растительных продуктов хорошо зарекомендовали себя, например, соя и другие бобовые, но есть возможности для создания новых вкусов и инноваций. □

Публикуется в сокращении. Полный вариант статьи здесь



Конференция

ГОТОВАЯ ЕДА

ТЕХНОЛОГИИ И ПРОИЗВОДСТВО

6-7 августа 2025
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Обсудим современные технологии и методики сертификации, производства, хранения, дистрибуции еды.

Кому полезно участие: технологам и маркетологам пищевой отрасли, ретейлерам и закупщикам, поставщикам ингредиентов и руководителям по качеству и сертификации.

ПРОГРАММА РАЗДЕЛЕНА НА ДВА БЛОКА:

ДЕНЬ 1:

Аналитика, сертификация, маркетинг, перспективы развития рынка готовой еды.

ДЕНЬ 2:

Технологические решения, разбор кейсов и инновации в производстве, хранении и дистрибуции готовой еды.

#собираем
вместе

 **сфера** конгресс



sfm.events

Связаться с нами
+7 (812) 245-67-70

«Сфера Медиагруппа» – медиа- и event-компания в сфере агробизнеса, АПК и пищевой индустрии, член ТПП РФ. С 2001 года мы предоставляем профессионалам отрасли актуальные новости и аналитические материалы, а также организуем международные деловые мероприятия.

Миссия «Сфера Медиагруппа»: «Мы помогаем бизнесу следовать тенденциям времени и адаптироваться к современным условиям для стабильного роста прибыли».

Три направления группы:

сфера медиа

«Сфера Медиа» – информационно-аналитический портал sfera.fm

сфера конгресс

«Сфера Конгресс» – организация отраслевых мероприятий sfm.events

сфера эксперт

«Сфера Эксперт» – проведение экспертных вебинаров sfera.live.

для специалистов
в сфере пищевой индустрии и АПК

сфера медиа

Каждый день мы публикуем актуальные новости, готовим экспертные статьи, берем интервью у ключевых игроков пищевой промышленности и агробизнеса.

sfera.fm

170 000
просмотров
в месяц

Подпишитесь
на e-mail рассылку
«Сфера Медиа»
и получайте один раз
в неделю дайджест
новостей, статей
и интервью



Подписывайтесь на телеграм-канал sfera.fm:
читайте каждый будний день оперативные
новости и анонсы отраслевых событий





**Modern Bakery
Moscow 2025/
экспоСфера**

Информационно-аналитическое издание для участников и посетителей выставки Modern Bakery Moscow 2024

Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
Свидетельство о регистрации ПИ №77-48025 от 30.12.2011

Использование информационных и рекламных материалов газеты возможно только с письменного согласия редакции.
Все рекламируемые товары имеют необходимые лицензии и сертификаты. Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов.

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

Редакционные материалы отмечены значком .
В журнале использованы фотографии, предоставленные компаниями или героями публикаций, а также фото с платных фотостоков www.freepik.com, www.shutterstock.com

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс».
Подписано в печать: 17.03.25.
Печатная версия: 1 000 экз.
Электронная версия: 2 500 просмотров, скачиваний с сайта sfera.fm

Управляющий:
ИП Алексей Павлович Захаров

Руководитель отдела продаж и маркетинга:
Елена Николаева
e.nikolaeva@sfera.fm

Реклама:
Наталья Закурдаева
n.zakurdaeva@sfera.fm

Екатерина Неретина
e.neretina@sfera.fm

Анастасия Ляцких
a.lyackih@sfera.fm

Дарья Николаева
d.nikolaeva@sfera.fm

Выпускающий редактор:
Екатерина Юсубова
e.yusubova@sfera.fm

Дизайн и верстка:
Анна Писанова
annet.peace@gmail.com

Корректор:
Лариса Торопова

Издатель:
ООО «СФЕРА МЕДИАГРУППА»

Адрес редакции:
Россия, 197198, Санкт-Петербург, БЦ «Кронверк», ул. Блохина 9, оф. 312а, тел. +7 812 245 67 70, www.sfera.fm

ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛ Я СОВЕРШЕННОЙ ВЫПЕЧКИ

GRANDPRO
BAKING EXCELLENCE



ВДОХНОВЛЯЙТЕСЬ
ТВОРИТЕ
СОВЕРШЕНСТВУЙТЕ



реклама