

Бизнес пищевых ингредиентов

Журнал для тех, кто применяет, продает и производит пищевые ингредиенты

№ 2 (41) апрель-май 2014

**Рынок соевых высоко-
белковых продуктов:
большой потенциал
для роста**

стр.
14

ТРЕНД

**Пищевые красители
в мясных технологиях**

стр.
18

ПРАКТИКУМ

**Конкурс
«Ингредиент года 2014»**

стр.
22

**ВЫСТАВКИ И
КОНФЕРЕНЦИИ**

Официальное издание
Союза Производителей Пищевых
Ингредиентов



ТД «Крауфилд» запустил производство тонкодисперсных порошков

Российская компания Торговый Дом «Крауфилд» в 2013 году организовала в Белгородской области производство тонкодисперсных порошков, которые можно использовать при изготовлении экологичных натуральных высококачественных продуктов питания.

Производство, размещенное на 500 кв. м, оснащено современным оборудованием полного цикла – от обработки сырья до упаковки готовой продукции, в том числе сушильно-измельчительной турбулентной установкой (СИТУ). На предприятии работают 4 технологические линии, производительность каждой 12–14 тонн в месяц в зависимости от вида используемого сырья. По данной технологии производят порошки из овощей, фруктов, ягод, грибов, мяса, рыбы, лекарственных трав,



зернобобовых, специй и другого сырья.

Дисперсность порошка – от 20 до 100 мк, влажность от 6 до 12%, в нем практически полностью сохраняются все витамины, биологически активные вещества, ами-

нокислоты, минералы, а также вкусовые свойства. Порошки, изготовленные по технологии СИТУ, по качеству не уступают порошкам из сублимированных продуктов, при этом значительно дешевле.

По технологии СИТУ обезживание сырья и измельчение его в порошок происходит с полным сохранением структуры клетки. Это позволяет не только полностью сохранить витамины, макро- и микроэлементы, органические кислоты и другие питательные вещества сырья, но и в десятки раз увеличить суммарную концентрацию полезных веществ в порошке. Порошки не теряют первоначальных свойств в течение двух лет с момента изготовления.

В дальнейшем планируется увеличить мощности производства, построить еще один цех и запустить 4 новых линии. До 2015 года проектная мощность должна составить 1100 тонн в год.

ОСТРО!

Владлена Коцюба, руководитель
отдела разработок и развития,
ГК «Инфорум»



Через 2–3 года российские предприятия представят большое количество новых интересных функциональных кондитерских изделий. Российские производители идут в ногу со временем, с мировыми тенденциями рынка

стр.
34

Казанский БКК строит шоколадную фабрику

Казанский БКК строит фабрику шоколадных конфет мощностью до 20 тыс. тонн в год, запуск запланирован на середину 2015 года. На новой фабрике будут работать три линии по выпуску шоколадных помадных конфет, пралине и трюфелей, производственной мощностью до 40 тонн в сутки. Фабрика станет единственным крупным производителем шоколадных изделий в Казани. Сейчас объемы казанских производителей шоколада не превышают 500 кг в сутки.

Инвестиции в проект оцениваются в 2,5 млрд руб., срок окупаемости завода составит 5–7 лет, годовой оборот должен достичь 5 млрд руб.

БКК намерен занять 10% рынка шоколадных конфет средней ценовой категории в Татарстане и 2% российского рынка в этом сегменте.

КОМПАНИИ, УПОМИНАЕМЫЕ В НОМЕРЕ:

АБ-Маркет Трейд	20	Богучарово Маркет	25, 55
Агроимпэкс	20	Большевик	29
Агроперспектива	32	Букет	11
Аджиномото	25	Валетек Продимпэкс	21
Академия-Т	55	Валио	38
Акванова Рус	12	Велле	38
Акваром	25, 28	Вимм-Билль-Данн	38
Александрия	22	Гамми	20
Базовый Элемент	14	Гланбиа	11
Балтийская Группа	24, 34	Гранд Трейд	20
Барнальская халвичная фабрика	29	Гуд Фуд	20
БАСФ	21		

Продолжение на стр. 48»

ид «Формула»

СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ

Бизнес кондитерской и хлебопекарной индустрии

стр. **29**

Журнал для тех, кто применяет, продает и производит пищевые ингредиенты для кондитеров и хлебопеков

В НОМЕРЕ:

Российские новости	4
Зарубежные новости	7
Новости компаний	9
Актуально	12
Тренд	14
Инновации	16
Практикум	18
Выставки и конференции	20
Новый ассортимент	28
Бизнес кондитерской и хлебопекарной индустрии	29
Тренд	30
Актуально. Круглый стол	34
Инновации	39
Мировой опыт	42
Практикум	45
Выставки и конференции	54

ОТ РЕДАКТОРА



Журнал «Бизнес пищевых ингредиентов» – официальное издание СППИ

В апреле журнал «Бизнес пищевых ингредиентов» стал членом СППИ и получил почетный статус «Официальное издание Союза Производителей Пищевых Ингредиентов». Это событие позволит сделать журнал более интересным и полезным для наших читателей.

СППИ – единственная в нашей стране некоммерческая организация, выражающая интересы игроков российского рынка пищевых ингредиентов. Союз объединяет компании, работающие в сфере производства и реализации ингредиентов для промышленного потребления в отраслях пищевой и перерабатывающей промышленности, а также занимающиеся исследовательской, издательской, выставочной, образовательной деятельностью в области пищевых и биологически активных добавок, ароматизаторов, технологических вспомогательных средств, в том числе для функциональных пищевых продуктов.

Журнал все годы своего существования тесно сотрудничал с СППИ – публиковал статьи на актуальные темы ведущих специалистов Союза и компаний – членов СППИ. Эти материалы всегда вызвали большой интерес и живой отклик у наших читателей.

Теперь такие публикации станут регулярными. В каждом номере будут опубликованы новости о работе СППИ, статьи и интервью ведущих специалистов отрасли, отражающие работу Союза и состояние отечественной индустрии пищевых ингредиентов.

Информационно-выставочная деятельность, проведение и участие в специализированных конференциях и форумах – одно из основных направлений работы СППИ. В этом номере представлены статьи о выставке Ingredients Russia – 2014, недавно завершившей свою работу (читайте на стр. 20–23), в которых подробно рассказано о Форуме «Пищевые ингредиенты XXI века» и конкурсе «Ингредиент года 2014», основным организатором которых выступил СППИ.

Оксана Сулимина,
главный редактор
Sulimina@bfi-online.ru

АКТУАЛЬНО

Новейшие технологии приходят в российскую индустрию пищевых ингредиентов12

ТРЕНД

Рынок соевых высокобелковых продуктов: большой потенциал для роста14

ИННОВАЦИИ

Безопасная соль16

ПРАКТИКУМ

Леонид Веретов. Пищевые красители в мясных технологиях ..18

ВЫСТАВКИ И КОНФЕРЕНЦИИ

Ingredients Russia 2014: традиции и инновации20

Победители конкурса «Ингредиент года 2014»22

«Продэкспо-2014»: новые успехи и свежие рекорды. ...24

Мороженое с заменителем молочного жира27

НОВЫЙ АССОРТИМЕНТ

28

СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ

Бизнес кондитерской и хлебопекарной индустрии 29

ТРЕНД

Мучные кондитерские изделия: стабильный умеренный рост30

Екатерина Татаринова. Рынок шоколада: увеличение спроса на фоне роста цен на сырье.32

АКТУАЛЬНО. Круглый стол

Перспективы развития российского рынка функциональных кондитерских изделий34

ИННОВАЦИИ

Ваш натуральный яркий цвет39

Тимур Дормидонтов. Влияние эмульгаторов и ферментов на свежесть мучных кондитерских изделий40

МИРОВОЙ ОПЫТ

Елена Афанасьева. Тенденции современного европейского рынка хлебопечения42

ПРАКТИКУМ

Функциональные закваски AiBi™ для хлебопекарной продукции с «чистой этикеткой» – шаг в будущее!45

Тамара Духу. Применение шортенингов Солпро™ и высокоолеинового подсолнечного масла в производстве кондитерских и хлебобулочных изделий.46

Готовим русские национальные сладости с «Дукат»50

ВЫСТАВКИ И КОНФЕРЕНЦИИ

Мучные кондитерские изделия: современные технологии и новые возможности52

Contents

IMPORTANT

Innovative technologies are coming to the Russian industry of food ingredients 12

TREND

Soybean market high-protein products: great potential for growth14

INNOVATIONS

A safe salt16

CASE STUDY

Leonid Veretov. Food colorants in meat technology18

EXHIBITIONS & CONFERENCES

Ingredients Russia 2014: Tradition and innovation 20

The winners of «Ingredient of the Year 2014» 22

«Prodexpo 2014»: new successes and recent records 24

Ice cream based on vegetable fat 27

NEW PRODUCTS

28

Special Supplement

Business of confectionery and bakery industry 29

TREND

Flour confectionery products: stable moderate growth 30

Catherine Tatarinova. Chocolate market: an increase in demand amid rising prices for raw materials 32

DISCUSSION

Prospects of Russian market of functional confectionery. ... 34

INNOVATIONS

Your natural bright color 39

Timur Dormidontov. Effect of emulsifiers and enzymes on the freshness of flour confectionery 40

WORLD EXPERIENCE

Elena Afanasyeva. Tendencies of modern European bakery market 42

CASE STUDY

Functional leaven AiBi for baking products with a «Clean label» – a step into the future! 45

Tamara Dukhu. Application shortening Solpro and high-oleic sunflower oil in confectionery and bakery products ...46

Preparing Russian traditional sweets with «Dukat» 50

EXHIBITIONS & CONFERENCES

Flour confectionery products: modern technologies and new opportunities 52

ид «Формула»

Бизнес пищевых ингредиентов

Журнал для тех, кто применяет, продает и производит пищевые ингредиенты

ИЗДАНИЕ ПРЕДНАЗНАЧЕНО:

- РУКОВОДИТЕЛЯМ И ТЕХНОЛОГАМ ПИЩЕВЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ, ПРИМЕНЯЮЩИХ ИНГРЕДИЕНТЫ;
- РУКОВОДИТЕЛЯМ И ТЕХНОЛОГАМ КОМПАНИЙ, ПРОИЗВОДЯЩИХ И ПОСТАВЛЯЮЩИХ ПИЩЕВЫЕ ИНГРЕДИЕНТЫ;
- КОНСУЛЬТАНТАМ, МАРКЕТОЛОГАМ И НАУЧНЫМ РАБОТНИКАМ.

В журнале отражены ВСЕ АСПЕКТЫ БИЗНЕСА, СВЯЗАННОГО С ПРОИЗВОДСТВОМ, ДИСТРИБУЦИЕЙ И ПРИМЕНЕНИЕМ ИНГРЕДИЕНТОВ ДЛЯ РАЗЛИЧНЫХ ОТРАСЛЕЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.



В каждом номере специальное приложение по отдельной отрасли пищевой промышленности

Стоимость годововой подписки (6 номеров)
2700 рублей

Подписку можно оформить:

- **по телефону (факсу):** +7(496) 522-4045, 522-8498 — Татьяна Солтанович
- **на сайте** www.bfi-online.ru
- **на почте**, подписной индекс 41555

в объединенном каталоге «Пресса России»



Учредитель:

ИД «Формула»
тел.: +7 (496) 522-40-45, 522-84-98,
+7 (915) 334-70-03
sales@bfi-online.ru
www.bfi-online.ru

Генеральный директор ООО «Формула»
Андрей Лиханов
likhanov@bfi-online.ru

Главный редактор журнала
Оксана Сулимина, канд. техн. наук
sulimina@bfi-online.ru

Директор отдела рекламы и подписки
Вероника Зинченко,
тел.: +7(962) 931-90-71
zinchenko@bfi-online.ru

Руководитель отдела распространения
Татьяна Солтанович
soltanovich@bfi-online.ru

Арт-директор
Леонид Краевский
Корректор
Марина Чуланова

Информационные партнеры:

Международная компания стратегических исследований рынка
Euromonitor International
Офис по Центральной и Восточной Европе
Jogailos Street 4, Vilnius LT-01116, Lithuania
тел.: +370 5 243 1577, факс: +370 5 243 1599
info@euromonitor.lt,
www.euromonitor.com

Центр инвестиционно-промышленного анализа и прогноза
Тел.: +7(495) 545-72-39
mail@centripap.ru, www.centripap.ru

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-29480 от 13 сентября 2007 г.

Журнал выходит 6 раз в год, тираж 25 000 экз.

Полное или частичное воспроизведение материалов, содержащихся в издании, допускается только с письменного разрешения редакции.

Мнение авторов не всегда совпадает с точкой зрения редакции.

Редакция не несет ответственности за достоверность рекламных материалов.

Журнал распространяется во всех регионах России

ПО ПОДПИСКЕ

- персональной адресной рассылкой
- подписка за рубежом:

ООО «Информнаука»
Россия, 125190, Москва, ул. Усиевича, д. 20
тел.: +7(495) 787-38-73,
факс: +7(499) 152-54-81
alfimov@viniti.ru, www.informnauka.com

Агентство Nasha Pressa
SIV Hannover GmbH
Tel.: +49 (241) 515 8760
Fax: +49 (241) 168 6907
E-mail: abo@nasha-pressa.de
www.nasha-pressa.de

Подписной индекс в объединенном каталоге «Пресса России» – 41555.

БЕСПЛАТНО

- по пищевым производствам отрасли, соответствующей тематике СПЕЦИАЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ
- на специализированных выставках, конференциях и семинарах

Объем потребления сухого обезжиренного молока к 2017 году составит 158 тыс. тонн

На протяжении последних трех лет российский рынок сухого обезжиренного молока (СОМ) демонстрирует стабильно отрицательную динамику, сообщается в исследовании компании Abercade. Производство СОМ в этот период характеризовалось значительными колебаниями. В периоды снижения объемов выпуска неудовлетворенный спрос компенсировался увеличением импорта.

Развитие мясоперерабатывающей отрасли и производства молочной продукции, где применяется СОМ, характеризуется умеренными темпами роста. Развитие указанных отраслей в среднесрочной перспективе будет зависеть, в первую очередь,

от уровня государственной поддержки. На фоне увеличения импорта и усиления конкуренции с зарубежными производителями эффективные меры государственной поддержки выступают основным инструментом восстановления и сохранения конкурентоспособной отечественной промышленности.

При сохранении перечисленных тенденций рынок сухого обезжиренного молока в 2014 году ожидает стабилизация, после чего, вероятно, начнется постепенное восстановление потребления. Тенденция положительной динамики подтверждается увеличением импорта в 2013 году при сохранении прежних объемов производства.

Поставки СОМ увеличились на 17% относительно аналогичного периода 2012 года. В качестве прогнозного показателя на период 2014–2017 годов целесообразно использовать среднегодовой темп прироста порядка 3%, что соответствует темпам развития молочной и мясной промышленности.

Таким образом, объем потребления сухого обезжиренного молока к 2017 году составит порядка 158 тыс. тонн, прогнозируют аналитики Abercade.

Согласно оценкам FAO – OECD, цены на сухое обезжиренное молоко в прогнозном периоде будут стабильно увеличиваться.

Открыто новое производство кондитерской глазури

Кондитерская фабрика «Ленинградская», расположенная в Волоновском районе Ленинградской области, запустила цех по производству глазури. Губернатор Ленинградской области Александр Дрозденко присутствовал на торжественной церемонии запуска. «Это знаменательный день для Волоновского района, потому что открыто новое пищевое производство. Приветствуем людей, которые вкладывают деньги для развития своего бизнеса на территории области. Приятно, что это сладкий бизнес. Вы будете создавать людям хорошее настроение», – сказал Александр Дрозденко.

Основной вид деятельности кондитерской фабрики «Ленинградская» – производство какао, шоколада и сахаристых кондитерских изделий. На фабрике работает пять поточных линий.

Строительство нового производства началось в мае 2013 года. ООО «КФ «Ленинградская» взяло в аренду три здания общей площадью почти в 3 тыс. кв. м. В них разместились производственные, складские и административные помещения. С вводом в эксплуата-

цию производства город получил 50 рабочих мест, планирует создать 120 рабочих мест.

В ходе капитального ремонта инвестором полностью заменены инженерные коммуникации в зданиях, закуплено и установлено современное производственное оборудование итальянского, французского, словацкого и российского производства 2013 года выпуска. Среди них – линия по производству глазури и шоколадных масс, производительностью 1,5 тонны в смену, поточная линия по производству конфет (4 тонны в смену), линия по производству печенья (до 3 тонн в смену), глазировочная линия производительностью до 2,5 тонн в смену, упаковочная линия и фасовочные автоматы. Технические возможности фабрики позволяют выпускать продукцию высокого качества, соответствующую мировым стандартам.

Уже сегодня фабрика готова выпускать до 1,5 тонн шоколадной глазури в смену и планирует выйти до конца 2014 года на объемы производства до тонны в смену кондитерской продукции в ассортименте и тонны печенья.

В Белгородской области начнут выращивать фундук и грецкие орехи



Ореховый «лес» появился в Валуйском районе Белгородской области. Поддержка проекта будет также оказана и от властей «сверху», сообщает Mirbelogorya.ru. Данный факт подтвердил глава региона Евгений Савченко, который распорядился выделить грант на реализацию этого проекта.

Плантация фундука заняла площадь в 10 гектаров, ожидаемая прибыль с одного гектара территории может достичь 2 млн руб. Кроме ореховых деревьев, в белгородском питомнике имеются и плодовые растения.





EXBERRY®

БЕЗОТКАЗНЫЕ РЕЦЕПТЫ УСПЕХА? МЫ ИХ ВЫРАЩИВАЕМ!

Если речь заходит об окраске пищевых продуктов натуральными средствами, все большее количество технологов и производителей делают свой выбор в пользу альтернативных решений. EXBERRY® это окрашивающие продукты, изготовленные исключительно из растительного съедобного сырья, без искусственных добавок и органических растворителей. Мы гарантируем стабильные результаты, соответствующие требованиям завтрашнего дня. Более чем 30-летний опыт работы в этой сфере позволяет нам обеспечивать своим клиентам комплексную помощь на всех этапах окрашивания продуктов. В этом вы можете убедиться, посетив сайт gnt-group.com

GROWING COLOURS

GNT

Япония готова инвестировать в переработку сои в Ставрополье



Японская компания Marubeni Corporation высказала готовность инвестировать средства в строительство завода по глубокой переработке сои в Ставропольском крае. Перспективы сотрудничества с японской компанией обсуждены в рамках Российско-японского инвестиционного форума, который состоялся в марте в Токио, сообщает ИА REGNUM.

Marubeni Corporation – одна из крупнейших японских универсальных торговых компаний, которая владеет передовыми технологиями в области переработки сельхозсырья и занимает первое место в Японии по переработке соевых бобов.

Представители Корпорации развития Северного Кавказа,

представившие на форуме проект по строительству завода по глубокой переработке сои, заявили о готовности предложить японской компании уникальные территориальные и природно-климатические ресурсы Северного Кавказа, а также два действующих проекта, способных произвести необходимое количество и качество зерновых и масличных культур для переработки. Стороны договорились рассмотреть варианты сотрудничества за рамками форума. В случае удачного завершения переговоров Marubeni Corporation может стать еще одним иностранным инвестором для Северного Кавказа и привнести в регион дополнительные финансовые вложения и современные технологии.

«Синергия усилий позволит создать один из самых конкурентоспособных проектов по глубокой переработке сои в стране», – прокомментировал перспективы привлечения японских инвесторов в реализацию проекта генеральный директор ОАО «Корпорация развития Северного Кавказа» Антон Пак.

Компания «Ягоды Карелии» запускает завод по выпуску сублимированного ягодного сырья

Компания «Ягоды Карелии» запустила в Костомукше, на севере Карелии, завод по выпуску сублимированной ягодной продукции. Это современное производство позволит осуществить более глубокую переработку уникального природного сырья и дополнить существующую линейку натуральной ягодной продукции, уже выпускаемой компанией.

Планируемая мощность завода – 1800 тонн перерабатываемого сырья (около 180 тонн сублимированной продукции) в год. Объем инвестиций в новое производство составил более 500 млн руб.

Уже в ближайшее время первые партии сублимированных продуктов будут поставлены на предприятия России, Европы, Америки и стран Юго-Восточной Азии. Ведутся переговоры с крупнейшими производителями продуктов питания – Nestle, Kraft и др.

В первую очередь сублимации будут подвергаться основ-



ные продукты, перерабатываемые на предприятии, – дикорастущие ягоды (брусника, черника, клюква, морозника, голубика, вороника), садовые ягоды (черная и красная смородина, вишня, малина, клубника), а также дикорастущие грибы (белый гриб, подосиновик, моховик). В дальнейшем ассортимент выпускаемой сублимированной продукции будет расширяться. Также планируется выпуск уникальных кондитерских изделий – «сублимированные ягоды в шоколаде».

Молочная отрасль слила в канализацию 5,1 тыс. тонн белка

По данным ГНУ ВНИИ маслоделия и сыроделия Россельхозакадемии, в 2013 году в России было произведено 2600 тыс. тонн подсырной сыворотки. Из этого объема примерно 24%, (т.е. 641 тыс. тонн) было слито в сточные воды. Об этом сообщила Татьяна Волкова, заведующая лабораторией комплексного использования вторичного молочного сырья и экологии ГНУ ВНИИМС Россельхозакадемии, на шестом Международном «Са-

лоне сыра», прошедшем в рамках выставки «Молочный и мясной форум» в Москве.

«Поскольку потери сыворотки составили 24%, то в этом количестве отрасль недополучила сухих веществ более 38 тыс. тонн, жира – до 2 тыс. тонн, белка – 5,1 тыс. тонн, лактозы – 28 тыс. тонн. В пересчете на молоко – 295,8 тыс. тонн молока было просто слито в канализацию», – отметила Татьяна Волкова.

Продажи пекарных дрожжей в России будут сокращаться на 1% в год

По данным исследования рынка хлебопекарных дрожжей компании BusinesStat, сделанного на базе статистики Росстата и ФТС РФ, с 2009 по 2013 годы продажи хлебопекарных дрожжей в России выросли на 2%: со 112 тыс. тонн до 115 тыс. тонн. Рост показателя относительно предыдущих лет наблюдался только в 2012 году – на 4%. Причиной повышения продаж в 2012 году стало увеличение производства продукции почти на 5 тыс. тонн по сравнению с годом ранее, что для данного рынка является существенным приростом.

В этот период наибольшую долю в продажах дрожжей пекарных занимала прессованная продукция, обеспечивающая около 87% оборота рынка. За исключением 2011 года, на российском рынке пекарных дрожжей явно прослеживалась тенденция к сокращению в продажах доли прессованной продукции и роста доли су-

шенных дрожжей. В ближайшие годы данная тенденция сохранится: в 2014 году доля прессованных дрожжей в общих продажах будет составлять порядка 85%, а в 2018 году снизится до 82%. Растущая популярность сухих дрожжей заключается в значительно более длительном сроке хранения по сравнению с прессованной продукцией. Кроме того, скорость подъема теста у сухих быстродействующих дрожжей значительно выше, нежели у свежих.

По прогнозам аналитиков, в 2014–2018 годах продажи пекарных дрожжей в стране будут сокращаться в среднем на 1% в год. В 2018 году они составят 111 тыс. тонн. Основными причинами падения спроса на хлебобулочные и мучные изделия в стране послужат, во-первых, рост реальных располагаемых доходов населения, а во-вторых, популяризация здорового образа жизни и правильного питания.

Российский рынок искусственных подсластителей достигнет 35 тыс. тонн к 2017 году

В настоящий момент отечественный рынок подсластителей и сахарозаменителей полностью формируется за счет импорта. В среднесрочной перспективе существенных изменений в структуре потребления не ожидается. Вероятно, незначительно увеличится доля полиолов, а среди высокоинтенсивных подсластителей – доля сукралозы и продуктов на основе стевии, отмечается в исследовании «Рынок некалорийных подсластителей» компании Abercade.

С учетом всех факторов развития рынка можно предполо-

жить, что совокупный среднегодовой темп роста российского рынка подсластителей и сахарозаменителей составит около 2% в натуральном выражении. При указанном темпе роста его объем достигнет к 2017 году 35 тыс. тонн.

Существенного роста цен на подсластители в среднесрочной перспективе не ожидается. Наиболее вероятно, что цены в среднем будут расти на 1–1,5% в год. Таким образом, показатель стоимостной оценки рынка вырастет до 76,6 млн долл. к 2017 году.

Глобальный рынок ингредиентов из молочного сырья достигнет 50 млрд долл. к 2018 году

По оценке экспертов Market-sandMarkets, мировой рынок молочных ингредиентов составил 42,2 млрд долл. в 2013 году, и, по прогнозам, он продолжит рост в хорошем темпе и в дальнейшем.

В 2013 году, по стоимостной оценке, страны Европы имели наибольшую долю на глобальном рынке ингредиентов из молочного сырья. Далее в рейтинге следует Североамериканский регион, а за ним Азиатско-Тихоокеанский регион.

В исследовании MarketsandMarkets отмечается, что ингредиенты, полученные из молочного сырья, благодаря исключительному составу питательных веществ, широко применяются в различных отраслях пищевой промышленности. Хотя многофункциональные свойства этих ингредиентов были известны давно, понимание всех преиму-

ществ их применения – достаточно недавнее явление. Во многих странах проводятся многочисленные исследования по созданию инновационных молочных ингредиентов, которые могут быть использованы в изготовлении различных продуктов питания и напитков.

Потребители становятся все более осведомленными в вопросах пользы для здоровья продуктов и напитков с высоким содержанием белка, поэтому популярность продуктов, обогащенных молочным белком, неуклонно растет. Рост рынка молочных ингредиентов в значительной степени обусловлен увеличением потребления населением продуктов, изготовленных с их использованием. Это не только молочные и мясные продукты, но и продукты для специализированного, детского, спортивного питания и другие виды функцио-

нальных продуктов. Готовность потребителей платить премиум-цену за обогащенные продукты с доказанными преимуществами является ключевым фактором роста для рынка молочных ингредиентов.

Североамериканский и европейский рынки, как ожидается, покажет устойчивую тенденцию роста, что объясняется главным образом развитием индустрии функциональных пищевых продуктов и высоким уровнем использования при их производстве добавок на основе молочных ингредиентов. Растущие экономики стран Восточной Европы также показывают высокие темпы роста рынка молочных ингредиентов. В Азиатско-Тихоокеанском регионе развитие урбанизации и увеличение численности среднего класса привели к высокому спросу на молочные продукты для детского питания.

Обогащение пищевыми волокнами: лидируют хлебобулочные изделия



Использование пищевых волокон в новых продуктах, выпускаемых на рынок в странах Европы, остается стабильным в последние два года. По данным исследовательской компании Innova Market Insights, в II квартале 2013 года число новых продуктов и напитков, изготовленных с использованием пищевых волокон, практически не изменилось по сравнению с показателем II квартала 2012 года. Среди новинок лидировали хлебобулочные изделия. Среди используемых ингредиентов наиболее часто применялась полидекстроза.

Наиболее высокие темпы роста наблюдались для продуктов, изготовленных с использованием яблочной клетчатки (+160%), резистентного крахмала (+68%), лимонного волокна (+60%), овощного волокна (+34%) и полидекстрозы (13%).

Рост популярности ореховых снеков

Применение орехов в производстве снековой продукции неуклонно растет в последние годы. По данным Innova Market Insights, более 37% новых снековых продуктов, запущенных на рынок в 2013 году, содержат орехи.

В разных странах использование орехов в этом сегменте развивается по-разному. В таких странах, как Испания, Франция и Германия, орехи традиционно потребляют в качестве закуски. В странах, где на рынке снеков доминируют картофельные чипсы, например в Великобритании и США, уровень использования орехов значительно ниже. В странах Западной Европы среди новинок на рынке снеков около 40% изготовлены с использованием орехов, в США этот показатель составляет только 32%, что намного ниже среднего значения в мировом масштабе.

По мнению Лу Энн Уильямс, директора по инновациям в Innova Market Insights, «экзо-

тические орехи, такие как бразильский орех, макадамия, pekan, а также фисташки, все чаще используются для привлечения интереса к новому продукту на рынке».

Интерес к здоровью также был ключевым фактором на рынке снеков в последние годы, поскольку орехи позиционируются как здоровый ин-



redient. Кроме того, орехи – продукты круглогодичного потребления, и при импульсной покупке, и при планируемой заранее, и для домашнего потребления, и для еды вне дома.

Мировой рынок пробиотических продуктов и напитков оценивается в 20 млрд евро

По мнению Эвы Хадсон, аналитика Euromonitor International, рынок пробиотических йогуртов в 20 ключевых рынках Евросоюза сократится на 4,5% до 2018 года. При этом в целом тенденция развития европейского рынка пробиотиков остается позитивной. Выступая на конгрессе Probiota, который прошел в Амстердаме в феврале, Эва Хадсон, руководитель отдела исследований по продуктам здорового питания Euromonitor International, высказала прогноз, что осенью 2014 года в тех же 20 странах ЕС сегмент пробиотических пищевых добавок увеличится на 5%.

По данным Euromonitor International, в 2013 году рынок пробиотиков в Восточной Европе вырос на 12%, а в Западной Европе – только на 2%. При этом она отметила, что по темпам роста наименьшие результаты показывает рынок Италии, но он имеет большой потенциал. Уже сегодня расход на пробиотики на душу населения в Италии в два раза больше, чем в США.

По прогнозу Euromonitor International, в ближайшие пять лет сегмент пробиотических пищевых добавок будет расти на 1–2% в стоимостном выражении, это гораздо больше, чем в сегментах других пищевых добавок. Мировой рынок пробиотических добавок оценивается в 2,4 млрд евро, мировой рынок пробиотических продуктов и напитков достиг приблизительно 20 млрд евро.

Сегмент пробиотических йогуртов составляет около трети мирового рынка йогуртов и оценивается в 60 млрд евро. Но данный сегмент растет быстрее, чем сегмент обычных йогуртов. Лидером на европейском и мировом рынке пробиотических непитьевых йогуртов остается продуктовая линейка Actimel компании Danone. Хотя в Европе в последнее время наблюдается отрицательный рост продаж этого бренда, но в мире в целом этот бренд активно развивается. Рост бренда обусловлен быстрым расширением на развивающихся рынках. Так, в Бразилии продажи Actimel оцениваются в 4 млрд евро.

Эксперты прогнозируют мировой дефицит какао

Как заявил глава статистического подразделения Всемирной организации какао Лоран Пипитон, в ближайшем будущем в мире дефицит шоколада составит почти 70 тыс. тонн, сообщает Konditerprom.ru.

Поставщики, которых опросил Bloomberg, прогнозируют, что до конца следующего года цена за тонну какао вырастет примерно на 15% – до 3200 долл. Для крупных производителей этого продукта дефицит какао-бобов неминуемо приведет к немалым издержкам.

По словам главы GreenHaven Commodity Services (Атланта) Эшмеда Прингла, спрос на шоколад очень велик. Он указал на динамику роста доли среднего класса в Азии, представители которого все больше тратят на элитные кондитерские изделия.

К примеру, только в Китае объемы продаж шоколада за прошлое десятилетие увеличились более чем в два раза и превысили темпы роста реализации в Западной Европе – крупней-

шем потребителе шоколада на планете. В результате в 2013 году стоимость какао-бобов возросла на 25%. Этому росту также способствовала сильная засуха в Гане и Кот-д'Ивуаре.

В Западной Африке у производителей какао-бобов (а они обеспечивают 70% всех поставок на мировой рынок) возникла проблема – деревья на их плантациях начали стареть. К примеру, в Гане почти 30% всех деревьев уже совсем не плодоносят из-за возраста. А для того чтобы начали плодоносить молодые деревья, требуется не менее 3 лет.



Euromonitor: рынок омега-3 ожидает значительный рост

Мировой рынок омега-3 добавок и продуктов, обогащенных омега-3 ингредиентами, продолжает активно расти. По данным Euromonitor International, в 2013 году этот рынок оценивался в 34 млрд долл.

По мнению Дианы Коулэнд, аналитика Euromonitor International, сегмент омега-3 добавок из рыбных источников является второй самой быстрорастущей категорией в глобальном масштабе после рынка белковых добавок, сообщает NutraIngredients-USA.com. Среднегодовой темп роста в 2008–2013 годах составил 12,4%, абсолютная величина прироста за этот период времени достигла 1,7 млрд долл.

Категория омега-3 добавок из рыбных источников была, безусловно, самой быстрорастущей категорией в Австралии (в 2008–2013 годах среднегодовой темп роста 41,5%) и в Латинской Америке (27,8%). В Северной Америке данная категория показала впечатляющий среднегодовой темп роста в 17,3%, этот показа-

тель уступал только категориям пробиотиков и белковых добавок.

Несмотря на эти впечатляющие темпы роста, потенциал для развития рынка остается большим, отметила Диана Коулэнд. Три густонаселенные страны, а именно Китай, Япония и Соединенные Штаты, являются наиболее сильными рынками продуктов и добавок омега-3. Но и в этих странах в рационе питания населения наблюдается дефицит омега-3 жирных кислот. Это касается даже Японии, где потребление рыбы на душу населения очень высокое. Это означает, что спрос на омега-3 добавки и продукты, обогащенные данными ингредиентами, в мире остается высоким и будет расти значительными темпами.

По мнению Дианы Коулэнд, рынок омега-3 обогащенных продуктов питания и напитков ожидает светлое будущее. По прогнозам Euromonitor International, этот рынок достигнет 8 млрд долл. к 2018 году.

ФАО: нужны единые международные стандарты для специй и пряных трав

ФАО выступила с инициативой введения единых международных стандартов для специй и пряных трав, сообщает www.Fruchthandel.de.

Целью данной инициативы является продвижение единых международных стандартов на рынке специй, приправ и пряных трав. Принятие нового сертификационного стандарта, по мнению представителей ФАО (ООН),

сможет увеличить степень безопасности и качества предлагаемой на рынках многих стран продукции.

При этом в ФАО отмечают, что в настоящее время уже действуют несколько сертификационных органов, но они разрознены и не сотрудничают с международными организациями, которые выдвигают конкретные требования к продукции.



Экзотические фрукты покоряют Европу

Использование экзотических фруктов в новых продуктах, выпускаемых на рынок в странах Западной Европы, продолжает расти. По данным исследовательской компании Innova Market Insights, в III квартале 2013 года число новых продуктов и напитков, изготовленных с использованием экзотических фруктов, увеличилось на 20% по сравнению с показателем II квартала 2012 года. Среди новинок лидировали безалкогольные напитки, содержащие имбирь (17%).

Наиболее высокие темпы роста наблюдались для продуктов, содержащих папайю (+123%), ацеролу (+86%) и гуаву (82%).



Имбирный вкус становится все популярнее

Использование имбиря в рецептурах продуктов и напитков в настоящее время является растущей тенденцией. Имбирь стал универсальным продуктом, многие компании – производители пищевых ингредиентов разрабатывают новые концепции, основанные на уникальных свойствах

панин Innova Market Insights, количество продукции, содержащей имбирь, стремительно растет, особенно в категории напитков. Количество таких напитков почти удвоилось в 2013 году по сравнению с предыдущим годом.

Современные потребители проявляют все больший интерес к экзотическим продуктам и напиткам, во многих случаях из азиатской кухни. К таким продуктам идеально подходит вкус имбиря. Преимущества имбиря заключаются в том, что он, с одной стороны, до сих пор считается экзотическим ингредиентом, с другой стороны, он успешно утвердился на рынке. Таким образом, потребители уже знакомы с пряным продуктом с имбирным вкусом, но тем не менее воспринимают новые продукты с имбирем как инновационные.



имбиря, для применения в производстве напитков, кондитерских изделий и другой продукции.

Продукты и напитки, имеющие вкус и аромат имбиря, становятся все более популярными во всей Европе. Согласно новым данным исследовательской ком-

■ **CP Kelco** расширяет производство пектина в Бразилии. Отвечая на растущий спрос на пектин на мировом рынке, CP Kelco объявила о планах значительных инвестиций в модернизацию своего предприятия в г. Лимейра, Бразилия. Производственная мощность предприятия будет увеличена на 30%. Это продолжает программу модернизации производственных объектов компании, начатую с завода в г. Лилль Скенсвед в Дании, которая завершится в полном объеме в 2015 году.

По словам Сюзанн Соргел, директора по стратегическому развитию продуктовой линейки пектинов, CP Kelco видит огромные возможности для развития в мировом рыночном пространстве. Дополнительные мощности позволят компании удовлетворить растущий спрос на пектин в таких сегментах, как производство напитков, кондитерских изделий и молочных продуктов, и в странах с развитой экономикой, и на развивающихся рынках.

■ **Givaudan** проводит эксклюзивные переговоры по приобретению 100% акций Soliance SA и ее дочерних компаний. Soliance в настоящее время является подразделением ARD (Agro Industrie Recherches & Développements), компания имеет два предприятия во Франции.

Soliance поставяет своим международным клиентам и партнерам инновационные решения в области активных ингредиентов с высокой добавленной стоимостью, получаемых из растительного сырья, микроорганизмов и микроводорослей. Эксперты оценивают приобретение Soliance приблизительно в 25 млн швейцарских франков. Ожидается, что сделка будет завершена во втором квартале 2014 года при условии соблюдения обычных согласований, которые включают в себя консультации с представительными органами.

■ **Barry Callebaut** разработала революционную технологию окрашивания шоколада, шоколадных масс и начинок. Новые красители изготавливаются путем нагревания какао-масла и красящих агентов. В результате получают продукты из серии Power Flowers,

позволяющие профессионалам шоколадной индустрии создавать собственные персонализированные шедевры. Используя специальную колеровочную таблицу Color Master, можно придать любому жиросодержащему продукту желаемый цвет от темно-красного до светло-зеленого. По словам главного шоколадье парижского Maison Sucré Cacao Джеймса Бертье, пекари, шоколадье и шеф-повара ресторанов будут поражены тем удобством, легкостью и быстротой, с которыми можно будет приготовить шоколад или кондитерское изделие любого цвета, с гарантированной стойкостью, равномерностью и качеством окрашивания.

■ **WILD** расширяет свои предприятия в Берлине (Германия) и в Валенсии (Испания). Эти инвестиции способствуют усилению положения компании в Европе, так как эти объекты являются важными ступеньками для дальнейшего роста.

В конце прошлого года WILD – ведущий мировой производитель натуральных ингредиентов для пищевой промышленности и производства напитков купил участок земли площадью 6500 кв. м в Берлине, на территории, непосредственно прилегающей к своему предприятию. Томас Эллер, управляющий директор WILD, комментирует эту сделку: «Мы успешно приобрели последнее свободное пространство рядом с нашей компанией, чтобы использовать его для дальнейшего роста. Сначала этот объект будет использоваться в качестве дополнительного логистического плацдарма, в дальнейшем планируется сделать его производственной площадкой».

В декабре 2013 года WILD Valencia приобрела три земельных участка, граничащих с территорией предприятия, присоединив к ней в общей сложности 11 165 кв. м. Франциско Климент, Управляющий директор WILD Valencia, отметил: «Покупка этого стратегически выгодного объекта коммерческой недвижимости является частью нашей общей концепции расширения предприятия». WILD планирует использовать дополнительные площади для улучшения транспортных потоков в зоне погрузки.

Больше чем здоровье

VIVAPUR® SUPERCCEL®

Пищевые ингредиенты с ценными свойствами



● Снижение содержания жира и калорий

● Обогащение пищевыми волокнами

ООО РЕТТЕНМАЙЕР РУС



Природные
волокна
Член концерна ЙотРС

РФ, 115280, г. Москва, ул. Ленинская Слобода, д. 19, стр. 1
Факс: +7 495 276 0641 • www.rjr.de

Контактная информация:

Info@rettenmaier.ru • Tel. + 7 495 / 276 0640



■ **Концерн BASF** в 2013 году увеличил продажи и прибыль по сравнению с 2012 годом. Продажи группы BASF в 4 квартале составили 18,1 млрд евро, что незначительно превышает показатели прошлого года. Объемы продаж выросли во всех сегментах. В целом, отпускная цена была незначительно ниже в 4 квартале; отрицательная величина валютного курса способствовала понижению продаж во всех подразделениях, приобретение активов способствовало росту продаж.

Показатели прибыли EBIT продемонстрировали рост на 223 млн евро во всех сегментах в 4 квартале и составили 1,5 млрд евро. Показатели прибыли EBIT выросли на 584 млн евро и составили 1,6 млрд евро. В том числе за счет дохода в размере 429 млн евро от реклассификации GASCADE Gastransport GmbH. Данное совместное предприятие было ранее полностью консолидировано.

По итогам 2013 года в целом концерн BASF увеличил объем продаж до 74 млрд евро, что на 3% превышает прошлогодние результаты. Прибыль EBIT до учета специальных статей в 2013 году выросла на 543 млн евро и составила 7,2 млрд евро. Чистая прибыль составила 4,8 млрд евро, что незначительно выше показателей предыдущего года. «Поступления денежных средств от основной деятельности оказались на рекордном уровне – 7,9 млрд евро», – отметил финансовый директор BASF д-р Ханс-Ульрих Энгель.

Концерн BASF в России увеличил показатель продаж по срав-

нению с 2012 годом на 5,9% до 1,42 млрд евро. «В 2014 году мы не ожидаем сильного попутного ветра. Тем не менее мы выражаем умеренный оптимизм в связи с глобальным экономическим развитием. Мировая экономика будет расти в 2014 году немного быстрее, чем в 2013 году, несмотря на продолжающуюся волатильность. В целом мы прогнозируем, что нашему концерну в 2014 году удастся продемонстрировать хорошие результаты, несмотря на непростую ситуацию на рынке. Мы планируем увеличить объемы продаж без учета влияния сделок по приобретению активов и выводу капитала», – отметил председатель Совета директоров BASF SE Курт Бок.

■ **Chr. Hansen** инвестирует значительные средства в модернизацию своего объекта по производству, складированию и лабораторному исследованию пищевых ингредиентов с красящими свойствами в г. Каноссу, Италия. Это ответ на увеличение мирового спроса на пищевые красители. «Мы рассматривали пищевые красители как часть нашего портфеля натуральных ингредиентов в течение многих лет, но теперь мы запустили новую стратегию под названием Nature's No 1, что подчеркивает важность натуральных решений во всех наших бизнес-направлениях», – сказал Карстен Беннике, исполнительный вице-президент подразделения натуральных красителей. – Мы на полной скорости продвигаемся вперед в области разработки и запуска новых решений в направлении натуральных продуктов, и наш завод имеет все необходимое для будущего развития, как наших популярных продуктов FruitMax, так и других натуральных цветковых решений». По его словам, компания имеет обширные планы по продолжению модернизации производственных мощностей в ближайшие годы, включая открытие нового опытного завода в 2014 году.

Специалисты Chr. Hansen считают мировой рынок красителей для пищевых продуктов перспективным и быстрорастущим, по их оценке, он будет расти на 10–15% в год в ближайшее время.

■ **Firmenich**, ведущий мировой производитель вкусоароматических ингредиентов, открыл в Бельгии новый Центр повышения квалификации и разработок в области производства напитков. Центр сосредоточит свою работу на создании и маркетинге современных инновационных вкусовых решений для индустрии напитков.

Firmenich активно работает в этом регионе с 2007 года. Компания не делает секрета из своих планов по расширению своего бизнеса в Европе, особенно в индустрии напитков. И новый Центр представляет собой часть этой долгосрочной стратегии. Работа Центра позволит увеличить уровень инноваций и возможности более полного удовлетворения потребностей клиентов по всей Европе, в Африке и на Ближнем Востоке.

Центр был создан специально для расширения сотрудничества между различными подразделениями компании, отвечающими за создание продукта, аналитическую работу, отработку решений по применению, маркетинг. Кроме того, опытный завод, расположенный на территории центра, способен имитировать технологический процесс для всех соответствующих этапов производства напитков, что сводит к минимуму осложнения, связанные с масштабированием при разработке продукта.

Firmenich является одним из ведущих мировых производителей на рынке вкусоароматических ингредиентов. Компания, которая была основана в Женеве, Швейцария, в 1895 году, инвестирует около 10% своего оборота в год в исследования и разработки.

■ **Frutarom Industries Ltd**, один из десяти крупнейших игроков на мировом рынке вкусоароматических компонентов, в рамках реализации своей стратегии достижения быстрого и прибыльного роста объявила о приобретении бизнеса и активов компании CitraSource, расположенной во Флориде, США. Сделка оценивается в 7,5 млн долл.

CitraSource специализируется на разработке, производстве, маркетинге и продажах уникальных решений в области ингредиентов

на основе цитрусовых (апельсин, грейпфрут, лимон, лайм и мандарин), которые широко применяются в пищевой промышленности и производстве напитков.

Данное приобретение укрепляет позиции Frutarom в сегменте цитрусовых вкусоароматических ингредиентов и дает компании важное конкурентное преимущество.

Доходы CitraSource в 2013 году составили около 7 млн долл. Среди клиентов CitraSource – ведущие мировые производители ароматизаторов, продуктов питания и напитков.

■ **Компания WILD** в настоящее время расширяет свою деятельность в Индии. WILD – эксперт в производстве натуральных ингредиентов, значительно укрепила свой потенциал и портфель продуктов благодаря инвестициям в производство и персонал. Основная цель инвестиций – спо-



способствовать расширению клиентской базы и развитию новых бизнес-линий, улучшению доступа к сырью. Это позволит усилить экспансию на новые рынки и каналы дистрибуции.

Индия является одним из наиболее перспективных рынков в мире. В Индии более 1 млрд жителей, это вторая по численности населения страна в мире после Китая, поэтому индийский рынок чрезвычайно интересен для производителей пищевых продуктов и напитков.

WILD успешно работает в Индии. В 2011 году был приобретен A.M. Todd Group – индийский производитель натуральных мятных ароматизаторов и дополнительных ингредиентов. В последнее время WILD расширила свои производственные мощности на предприятии в Тарапуре и открыла новый завод в Лакнау, в то время как производство в Мумбаи перешло на более крупные объекты.



■ **ГК «ЭФКО»** объявила результаты 2013 года. В бизнес-сегменте «Пищевые ингредиенты» реализация специализированных жиров и прочей маргариновой продукции выросла по сравнению с 2012 годом на 14,4%, достигнув 440 тыс. тонн. В том числе продажи кондитерских жиров выросли на 10,3%, промышленных жиров – на 24%, заменителей масла какао – на 25,8%, универсальных жиров – на 43,6%. Экспортные продажи компании возросли на 11,5%. Сегодня компания является безусловным лидером и занимает более трети российского рынка специализированных жиров России и до 8% рынка стран СНГ. Выручка Группы по итогам 2013 года выросла на 14,5%, достигнув 50,1 млрд руб., чистая прибыль составила 417 млн руб.

Евгений Ляшенко, генеральный директор ГК «ЭФКО», отметил: «В этом году «ЭФКО» исполняется 20 лет. За этот срок география присутствия Группы расширилась с двух предприятий в г. Алексеевка Белгородской области до 55 организаций в России и странах СНГ, а оборот компании превысил более 50 млрд руб. По итогам 2013 года мы вновь подтвердили свое лидерство на рынке пищевых ингредиентов России. Располагая самым современным в Восточной Европе производством масложировой продукции, мы не останавливаемся на достигнутом, постоянно модернизируем и расширяем производство. Так, являясь единственным в России производителем, способным осуществлять процесс фракционирования, мы запустили новый цех, увеличив совокупную мощность компании по фракционированию на 70%. Кроме того, мы продолжаем активно инвестировать в НИОКР и разрабатывать новые полезные для здоровья линейки пищевых ингредиентов без трансизомеров жирных кислот и с пониженным содержанием насыщенных жиров».

■ **ГК «Солнечные продукты»** планирует построить завод по переработке сои. Представители холдинга «Солнечные продукты» провели переговоры с губернатором Амурской области Олегом Кожемяко о возможном строительстве в области завода по переработке сои, сообщает Oilworld.ru. Руководителям компании, как потенциальным инвесторам, показали площадку в Белогорском районе, подходящую для строительства завода. «Компания заинтересована в строительстве завода по выращиванию и переработке сои на территории Амурской области. Мы, в свою очередь, продемонстрировали те площадки, где это производство может разместиться. Это выгодно. Проект даст дополнительные рабочие места и налоги», – отметил Олег Кожемяко.

Президент ГК «Букет» Владислав Буров, в которую входит компания «Солнечные продукты», отметил, что перспективной могла бы стать торговля продукцией нового предприятия с Китаем. По его словам, в пользу Приамурья говорит также тот факт, что этот регион является лидером на Дальнем Востоке по посевным площадям.

■ **Cargill** инвестирует около 10 млн евро в свое предприятие Cargill Cocoa & Chocolate по выпуску какао тертого, производственные мощности которого



расположены во Франции и Германии, что значительно укрепит положение компании в Европе.

Усилия Cargill по модернизации европейских заводов направлены на удовлетворение растущего спроса потребителей на премиальные и органические шоколадные изделия. Какао тертое пользуется большим спросом у производителей кондитерских изделий, включающих его в рецептуру многих видов шоколада, а также применяется предприятиями Cargill для изготовления сертифицированных органических

продуктов, таких как какао-масло и какао-порошки.

Частью инвестиционного плана Cargill станет расширение ассортимента какао тертого бренда Fine Flavor, выпускаемого во Франции, и установка технологической линии для изготовления небольших партий органического какао тертого по специальным заказам из какао-бобов, выращенных в Венесуэле и Эквадоре.

Финансовые вливания должны существенно увеличить объемы производства какао тертого на берлинской фабрике Cargill Cocoa & Chocolate, которая, по мнению компании, играет ключевую роль на рынке шоколада.

■ **Tate & Lyle** расширяет свои возможности по производству полидекстрозы. Tate & Lyle приобретает бизнес и производственные активы Winway Biotechnology Nantong (Winway) – китайского производителя полидекстрозы. Сделка должна быть рассмотрена и одобрена на уровне правительства до конца этого года.

Предприятие Winway расположено в г. Наньтун, провинция Цзянсу, оно производит широкий спектр продуктов на основе полидекстрозы, которые продаются клиентам в Китае и во всем мире. По словам руководителей Tate & Lyle, компания намерена инвестировать в объект в г. Наньтун значительные средства в течение ближайших двух лет для увеличения объемов производства и расширения ассортимента предлагаемой продукции. Это производство станет третьим объектом Tate & Lyle по выпуску полидекстрозы в глобальном масштабе, в дополнение к существующим линиям в Нидерландах и США.

■ **Givaudan** подписала соглашения о создании совместного предприятия с Zhejiang Xinhua Chemical Co., Ltd по производству душистых веществ в Китае. Zhejiang Xinhua является одним из лидеров в производстве синтетических ароматических веществ в Азии.

Это соглашение – еще один шаг в реализации стратегии Givaudan по укреплению позиций на развивающихся рынках, что удовлетворит растущий спрос в регионе на ароматическую про-



дукцию и повысит конкурентоспособность портфеля продуктов.

Zhejiang Xinhua Chemical Co., Ltd. – одно из ключевых высокотехнологичных предприятий в Китае с историей более 40 лет в химической промышленности. В компании работают 700 сотрудников, действуют два парка развития высоких технологий, научно-исследовательский и технологический центры. Zhejiang Xinhua является одновременно производителем и продавцом органических аминов, ароматических химических веществ, перекиси водорода, аммиака и других востребованных продуктов.

■ **ООО «Гланбиа»** – российское дочернее предприятие компании Glanbia Nutritionals открыла свой офис в Москве в июне 2013 года и занимается поставками витаминных, минеральных, нуклеотидных и аминокислотных премиксов, а также специализированных пищевых ингредиентов на российский рынок. «С открытием представительства в Москве нам удалось организовать стратегическое сотрудничество между Восточной Европой и Азией в рамках нашей глобальной сети сбыта», – объясняет Бернхард Бартлотт, вице-президент компании Global Strategic Customers. Кроме того, позиции концерна Glanbia и ООО «Гланбиа» в России укрепляются благодаря сотрудничеству с концерном Divi's Nutraceuticals, для которого компания «Гланбиа» является эксклюзивным дистрибьютором и выполняет поставки высококачественных каротиноидов и витаминов на территории России и стран таможенного союза ЕврАзЭС. Концерн Divi's Nutraceuticals дополняет ассортимент компании Glanbia Nutritionals не только на уровне продукции, но также и при реализации своего видения высочайших требований к качеству, технологических инноваций и ориентированности на клиента.

Новейшие технологии приходят в российскую индустрию пищевых ингредиентов

Создание в России высокотехнологичного производства пищевых ингредиентов с использованием современного оборудования может стать новой ступенью в развитии всей отечественной индустрии в этой области. Такое предприятие по выпуску ингредиентов нового поколения строит компания «Акванова Рус».



пускать высококачественные пищевые добавки и активные ингредиенты.

Запуск нового завода позволит начать переход всей отечественной индустрии пищевых ингредиентов на новую ступень развития. Марина Ефимовна Фардзинова, генеральный директор

ООО «Кима Лимитед», которое также является акционером нового завода, отметила: «Это будет российское высокотехнологичное предприятие в области пищевых ингредиентов – первое в нашей стране. Это новый шаг в развитии индустрии пищевых ингредиентов России – скачок от науки к производству. Нашей основной задачей было создать современное производство продуктов нового поколения. Это будут уникальные ингредиент-

ты, изготовленные с привлечением новейших технологий. И самое главное – этот продукт будет российским. Строительство и запуск такого завода особенно актуальны в настоящее время, когда пищевая промышленность остро нуждается в эффективных и безопасных высокотехнологичных натуральных ингредиентах – красителях, консервантах, антиоксидантах и пр. Производителям продуктов питания необходимы именно добавки на основе натуральных компонентов».

Современное предприятие

Особенностью проекта нового производства стало участие в нем компании «Роснано», выражающей государственные интересы. Это один из немногих случаев, когда «Роснано» была задействована в таком проекте, что можно рассматривать как поддержку проек-

та на государственном уровне. Это говорит о большой значимости нового предприятия для всей отрасли.

Общий объем инвестиций на осуществление проекта оценивается приблизительно в 800 млн руб.

Строительство, начатое в апреле 2013 года, ведется на территории особой экономической зоны «Дубна» в Московской области. Общая площадь нового предприятия, в которое будут входить производственный, научно-технологический и испытательный центры, менее 1,5 тыс. кв. м. Это очень компактное производство, оно полностью автоматизировано, штат сотрудников не будет превышать 15 чел.

Производственная мощность завода – максимально 10 тыс. тонн продукции в год при работе в одну смену. «Это достаточно большая цифра. Если мы в ближайшее время выйдем на мощность в половину этого показателя – это будет хорошо», – отмечает Александр Кацевич, генеральный директор ЗАО «Акванова Рус». «На нашем заводе будет большая лаборатория, там будут проводиться научные исследования и разработка новых интересных продуктов», – добавляет он.

В реализации проекта «Акванова Рус» активно сотрудничает с государственными структурами. «Так, мы подписали большое соглашение с Минэкономразвития РФ. Они нам оказывали помощь и при предоставлении площадки под строительство, и при подклю-

Российская индустрия пищевых ингредиентов, по мнению ведущих экспертов, значительно отстает от мирового производства. На долю российского рынка приходится 9–10% объема глобального рынка пищевых ингредиентов (в стоимостной оценке), отечественный рынок насыщается в основном за счет импортной продукции, а не за счет внутреннего производства. Практически все пищевые ингредиенты, выпускаемые российскими компаниями, изготавливаются из импортного сырья, как правило, путем несложных технологических операций.

Создание в России высокотехнологичного производства пищевых ингредиентов с использованием современного оборудования может стать импульсом развития всей отечественной индустрии в этой области. Такое предприятие по выпуску ингредиентов нового поколения год назад начала строить компания «Акванова Рус». Новое производство будет использовать патентованную технологию партнера и соучредителя компании – фирмы Aquanova AG (Германия) и вы-





чении необходимых коммуникаций, что также можно оценивать как государственную поддержку. Т.е. в Дубне созданы действительно комфортные условия для реализации этого проекта», – говорит Александр Кацевич. Также большую роль в развитии и внедрении натуральных высокотехнологичных продуктов компании «Акванова Рус» играет Научно-исследовательский институт питания Российской академии медицинских наук.

Полноценный запуск предприятия запланирован на IV квартал 2014 года. Предприятие строится «под ключ». Сейчас в Германии оборудование полностью собрано в том виде, в котором оно будет размещено на заводе. Техника была полностью протестирована и проверена, теперь небольшими блоками будет монтироваться немецкими специалистами. «Это новое оборудование создавалось немецкой инженеринговой компанией для нас по специальному заказу, при этом использовалась самая современная техника ведущих производителей. Все оборудование соответствует обязательным стандартам ISO, GMP, HACCP, – отмечает Александр Кацевич. – На новом заводе мы внедряем общую технологию, по которой можно выпускать огромный ассортимент натуральных и высокотехнологичных ингредиентов для пищевого, фармацевтического и косметического рынка. Уникальность наших продуктов ба-

зируется на нескольких основных принципах: возможность растворять нерастворимое, использовать натуральные компоненты и меньшее количество продукта по сравнению с классическими добавками для получения необходимого эффекта, а также обеспечивать высокую биодоступность. Наши разработки предоставляют возможность использовать самые передовые инновации в пищевой индустрии, которые позволяют не следовать существующим тенденциям, а создавать новые».

Уникальная технология

Так в чем заключается технология, разработанная компанией Aquanova AG, которую внедряет «Акванова Рус» на новом предприятии?

Это уникальный метод получения растворов, содержащих активные компоненты в мицеллированном виде. Полученные по данной технологии растворы (солюбилизаторы) получили название NovaSOL. Применение технологии приводит к повышению активности и эффективности натуральных компонентов. Использование этого метода позволяет получать продукты тонкого органического синтеза и натуральные компоненты в виде мицеллярных структур.

«Технологии микрокапсулирования, создание микроэмульсий сегодня считаются самым передовыми, они позволяют значительно активизировать вещества. Наша техно-

логия позволяет создавать наноразмерные эмульсии – инкапсулирование проходит на уровне 30 нм. Это размеры, подобные природным мицеллам, которые есть в организме человека. Я думаю, что более технологичного варианта в ближайшее время не будет разработано», – объясняет Александр Кацевич.

«Многие вещества, попадая в организм, превращаются в физиологические мицеллы. Именно мицеллы усваиваются человеком, – добавляет Александр Кацевич. – Технология NovaSOL позволяет создавать мицеллы, в которые можно заключить активное вещество. Структура мицеллы размером в 30 нм повторяет структуру физиологической мицеллы, которая образуется в человеческом организме во время процесса пищеварения и отвечает за усвояемость питательных веществ. Мицелла раскрывается при соприкосновении с клеточными мембранами, при этом высвобождается активное вещество. По сути, мицелла служит транспортной системой, которая доносит активное вещество до пункта назначения. Получаемые солюбилизаторы растворимы как в воде, так и в жире, термически и механически стабильны и pH-независимы. Вещества в мицеллированной форме приобретают новые физико-химические свойства и большую активность, не характерные для них в обычном виде (кристаллы, порошок, раствор и т.д.). Повышенная биодоступность активных веществ, достигаемая с помощью процесса мицелляции, основана на системе транспорта активного вещества, которая не зависит от природных обстоятельств, влияющих на формирование физиологических мицелл в организме человека. Липофильные вещества зачастую имеют плохую биодоступность. Технология NovaSOL повышает усвояемость активного липофильного вещества с помощью процесса мицелляции. Мицеллы с активным веществом диаметром 30 нм легко проникают через различные мембраны, во много раз превы-

шая биодоступность активных веществ в организме человека.

Важно и то, что внутрь мицеллы можно поместить не только один, а несколько ингредиентов, которые в обычных технологиях не совместимы. Водно- и жирорастворимые компоненты могут существовать в одной мицелле. Это значительно расширяет возможности при создании новых продуктов».

Безграничные возможности

На новом предприятии можно будет производить ингредиенты практически для всех отраслей пищевой промышленности (кондитерская, масложировая, молочная, рыбная, мясная), помимо этого, потенциальными потребителями являются предприятия фармацевтической и косметической отраслей. Это натуральные антиокислители, консерванты, красители, экстракты, масла и др.

Применение данных ингредиентов имеет большой экономический результат. Более эффективное использование дорогостоящей добавки позволяет снизить ее долю в конечном продукте в несколько раз при сохранении той же функциональности, что позволяет существенно удешевить конечную продукцию.

«Это очень важно для российского рынка. Использование таких ингредиентов позволит снизить себестоимость производства продукции. Это особенно актуально сегодня, когда из-за роста курса валюты увеличивается цена пищевых ингредиентов. Кроме того, в таких условиях производитель уже может не переходить на синтетическое сырье, а использовать натуральные компоненты, но в мицеллированной форме, что будет дешевле, – комментирует Марина Ефимовна Фардзинова. – Когда завод начнет работать, мы сможем обеспечить наш рынок высококачественными современными ингредиентами, которые будут требоваться производителям. Мы сможем воплотить все наши задумки с пуском завода».

Оксана Сулимина

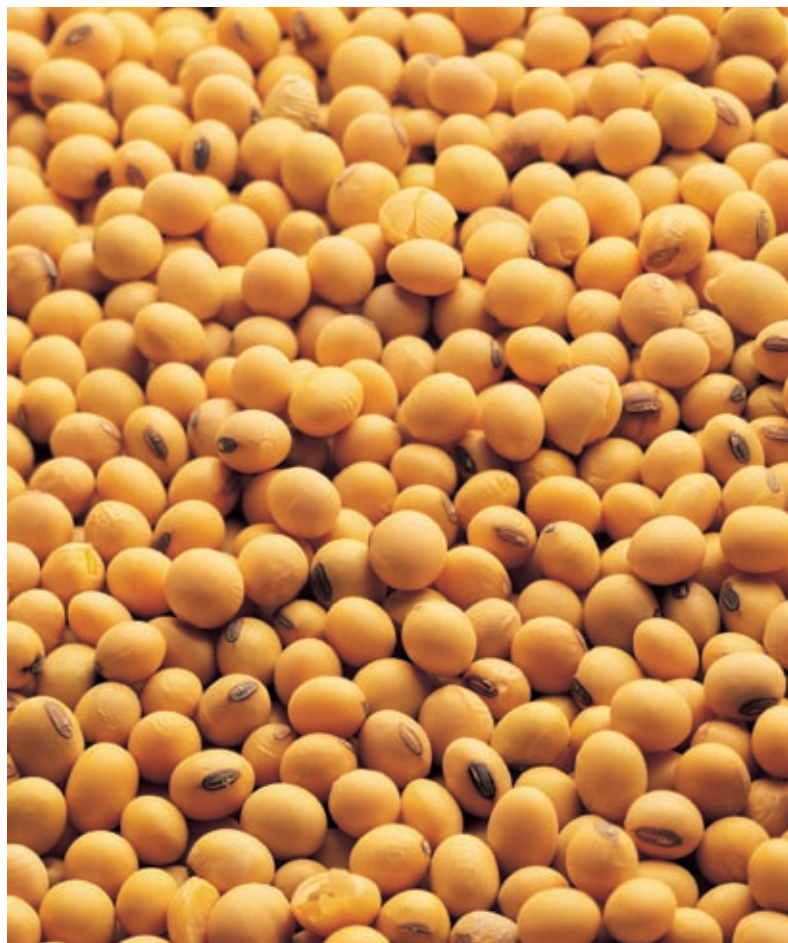
Рынок соевых высокобелковых продуктов: большой потенциал для роста

Российский рынок пищевых соевых ингредиентов с повышенным содержанием белка в настоящее время полностью формируется за счет импортных поставок и характеризуется относительной стабильностью.

В нашей стране рынок пищевых соевых добавок с повышенным содержанием белка на сегодняшний день формируется только импортными производителями, сообщает в исследовании «Рынок соевых белковых продуктов России и стран СНГ» компании Abercade. Импорт соевых высокобелковых продуктов характеризуется стабильностью. В динамике поставок не прослеживается четкой тенденции к сокращению или увеличению. Так, объем поставок изолятов и концентратов с 2009 по 2013 год вырос на 10% в стоимостном выражении. Показатель физического объема импорта относительно 2009 года не изменился.

В настоящий момент в России нет ни одного завода по глубокой переработке сои и производству соевых концентратов и изолятов. Готовится к запуску завод по производству белкового концентрата ГК «Содружество», который станет первым в России предприятием по производству пищевых соевых концентратов.

Сроки строительства перерабатывающего завода в г. Усть-Лабинске (ООО «Кубанский соевый концентрат» под управлением ГК «Базовый Элемент») перенесены на 2015 год. Изначально новый завод должен был стать первым в России предприятием полного технологического цикла по производству пищевых соевых белков. На предприятии предполагалось выпускать около 7 тыс. тонн высокотехнологических пищевых и технических соевых белков, около 8 тыс. тонн кормовых продуктов и 28 тыс. тонн стандартных соевых продуктов (текстуратов и масла). За-



пуск проекта откладывался уже 2 раза: первоначально планировалось закончить строительство в 2011 году, затем в 2013 году.

Последние пять лет российский рынок соевых добавок с повышенным содержанием белка характеризовался стабильностью. По оценке экспертов Abercade,

потребление концентратов и изолятов колебалось в пределах 42–44 тыс. тонн. В 2012 году объем предложения на рынке составил 42,2 тыс. тонн, из которых 39,7 тыс. тонн – изоляты соевого белка.

Основной объем в структуре рынка приходится на соевые изо-

ляты, которые превосходят концентраты по содержанию белка и характеризуются более высокой функциональностью. Доля изолятов на рынке составляет около 94% в натуральном выражении.

Особенностью российского рынка соевых продуктов с повышенным содержанием белка последние пять лет стала монополия китайских поставщиков. С начала 2000-х годов Китай наращивает объем поставок в Россию, вытесняя европейских производителей. Основным конкурентным преимуществом китайской продукции является стоимость, которая в несколько раз ниже европейских показателей, так как структура производственных затрат в Европе и странах Азии существенно различается. Ряд китайских производителей поставляют продукцию по демпинговым ценам, что нарушает условия конкуренции на рынке соевых белков. Стоит отметить, что именно китайские экспортеры сформировали структуру потребления на российском рынке, предлагая изоляты по низкой цене. За этот период стоимость изолятов и функциональных концентратов сравнялась, в результате чего произошло существенное сокращение доли концентратов на рынке и рост потребления изолированных белков.

Представленные на рынке соевые изоляты незначительно различаются по функциональным свойствам. При этом российский рынок сегодня характеризуется широким ассортиментом разнообразных марок. Различия могут быть связаны с возможностью изготовления гранул и применения в составе шприцовочных рассолов. В таких условиях ос-

Последние пять лет на российском рынке потребление концентратов и изолятов соевых белков колебалось в пределах 42–44 тыс. тонн.

новным фактором конкуренции выступает цена.

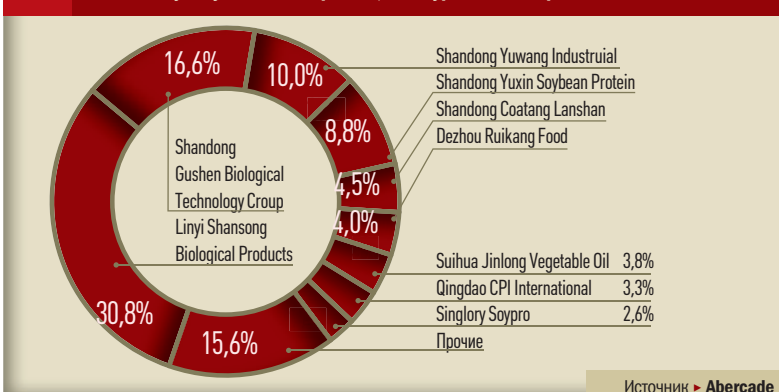
Около 95% участников российского рынка соевых добавок с повышенным содержанием белка – это китайские производители. По данным Abercade, лидером российского рынка в 2012 году стала компания Linyi Shansong Biological Products Co. Ltd. Начиная с 2010 года, компания является крупнейшим экспортером изолятов на российский рынок. Доля игрока на рынке на основании натуральной оценки составляла почти 31%.

Около 17% и вторую позицию на рынке занимала компания Shandong Gushen Biological Technology Group Co., Ltd., основной продукт экспорта которой – изолят эмульсионного типа марки GS 5100.

Около 10% в общем объеме предложения составляла доля компании Shandong Yuwang Industrial Co. Ltd. Компания экспортирует в Россию изолят марки Proteal.

Значительный объем рынка приходится на еще одного китайского производителя – Shandong Yuxin Soybean Protein Co.,

Рис. Структура импорта соевых добавок с повышенным содержанием белка в 2012 году по участникам рынка, в натуральном выражении



Ltd. На основании натуральной оценки в 2012 году доля компании составила почти 9%.

В России более 80% потребления изолятов и концентратов соевого белка используется в мясopерерабатывающей промышленности. Последние годы эта отрасль характеризовалась стабильным, но при этом невы-

соким темпом роста, так как до 2011 года происходило восстановление объемов производства после кризиса. Сегмент мясopереработки – традиционный потребитель соевых белковых добавок, однако в течение последних нескольких лет он характеризуется насыщением и стабилизацией объемов использования.

Около 95% участников российского рынка соевых добавок с повышенным содержанием белка – это китайские производители.

В 2012 году потребность рынка в соевых добавках с повышенным содержанием белка удовлетворяется на 70–75%, что свидетельствует о высоком уровне его насыщения. На сегодняшний день максимальный потенциальный объем потребления изолятов и концентратов в мясopереработке составляет 55–60 тыс. тонн. Основными конкурирующими добавками в сегменте мясopереработки являются соевая мука и соевые текстураты, которые выигрывают по своим ценовым характеристикам. В сегменте дешевой колбасной продукции замена изолятов мукой и дешевыми текстурами достигает 20%.

По сравнению с рынками западных стран значительное отставание в потреблении соевых белков наблюдается в сегментах функциональных напитков, энергетических батончиков и сухих завтраков. Существенным потенциалом для расширения использования обладают хлебопекарная отрасль, производство функционального питания и фармацевтика.

По материалам www.abercade.ru

11-13 сентября 2014 г. Сочи, Гранд Отель «Жемчужина»

XXI Международная выставка напитков

Вино – Водка
Мир воды

В ДЕЛОВОЙ ПРОГРАММЕ ВЫСТАВКИ:
МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНГРЕСС ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НАПИТКОВ.
Конференции, семинары, круглые столы и презентации от производителей.

Для посетителей:
дегустации напитков, розыгрыши лотерей от производителей.
Подробности на сайте: www.soud.ru

ЗАО «СОУД-Сочинские выставки»
Тел/факс: (862) 262-26-93, 262-30-15, 262-31-79
Web-site: www.soud.ru, e-mail: sochi@soud.ru,
inna@soud.ru, alf@soud.ru

ПРЕЗЕРВНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ!

19-21 ноября

КРАСНОЯРСК 2014

специализированная выставка
**АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ
ФОРУМ СИБИРИ**

*Богатый урожай
на сибирской земле!*

МВДЦ «Сибирь», ул. Авиаторов, 19
тел.: (391) 22-88-407,
22-88-611 - круглосуточно
agro@krasfair.ru
www.krasfair.ru

Организатор: ВК «Красноярская ярмарка»
Официальная поддержка:

Безопасная соль

Как часто мы задумываемся о соли? Редко. В основном тогда, когда пища, которую мы приготовили сами, заказали в ресторане или купили, слишком соленая на вкус. Но даже в этом случае все размышления о соли заканчиваются лишь вкусовыми характеристиками продукта. Мало кто связывает проблемы со здоровьем с повышенным потреблением соли, и в частности натрия.

По статистике, рекомендуемые Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ) 5 г соли в день мы превышаем в 2–3 раза. Естественно, что это не может не отразиться на нашем самочувствии, если не сейчас, то в будущем. Что нужно сделать, чтобы снизить потребление натрия? Решение очевидно – меньше солить пищу при ее приготовлении и потреблении, но при этом могут понизиться вкусовые качества приготовляемого блюда. Проблема еще и в том, что это лишь 12% от общего поступления натрия в организм, а больше 80% натрия мы получаем из хлеба, готовых блюд, овощей, в которых натрий содержится в естественном виде, и даже кондитерских изделий, где соль также используется при производстве. Не стоит забывать и о питьевой воде, богатой натрием. Альтернативным вариантом может быть потребление продуктов с пониженным содержанием натрия. Вопрос только в том, где их взять? На российском рынке они практически отсутствуют. При этом у нас не принято выносить на этикетку информацию о содержании соли в продукте, а вот жиры, белки и углеводы – пожалуйста.

Однако, говоря о натрии, не стоит забывать, что он всего лишь часть важного натрий-калиевого процесса, выполняющего следующие функции:

- Создание условий для возникновения мембранного потенциала и мышечных сокращений.
- Поддержание осмотической концентрации крови или, сказать проще, поддержание давления.
- Поддержание кислотно-щелочного баланса.
- Нормализация водного баланса.
- Обеспечение мембранного транспорта.
- Активация многих энзимов.

Необходимо обратить внимание на второй элемент вышеуказанного процесса, который незаслужен-



но обделен вниманием – калий. Если натрия в организме у нас с избытком, то калия мы явно недоедаем. Норма потребления, рекомендованная ВОЗ и составляющая 4,7 г калия в сутки, не достигнута еще ни в одной стране мира¹. Максимальное потребление калия зафиксировано в Нидерландах и Финляндии – 3,7 г в сутки. В России подобные исследования не проводились, но их результаты несложно предугадать. А между тем, если увеличить объем калия в рационе на 3–4 г в день, то можно реально контролировать давление и снизить риск инсульта у взрослого человека на 24%. Недостаток калия в свою очередь вызывает усталость, резкий упадок сил, ослабление мышечной функции, нарушение сердечного ритма.

Как найти баланс потребления калия и натрия? Что делать производителям продуктов питания?

Если рядовой потребитель может включить в рацион овощи, фрукты, продукты из цельного зерна, богатые калием, а также «диетическую» соль, в которой большая часть натрия заменена на калий, то производители продуктов питания должны мыслить несколько шире. Наряду с тем, что соль уси-

ливает вкус пищевых продуктов, она выполняет и другие функции. Это и ее предохранительная функция, тормозящая размножение микроорганизмов, вызывающих порчу продуктов. Это и ее вспомогательная функция, при которой она способствует стабилизации теста и помогает в формировании клейковины. Соль улучшает мягкость консервированного мяса и консистенцию сыра, контролирует процесс ферментации в таких пищевых продуктах, как выпечка, соленья и маринады. Соль также способствует улучшению цвета и аромата.

Исходя из всего вышесказанного, просто так убрать натрий

Компания K+S — один из крупнейших мировых поставщиков стандартных и специальных удобрений в мире на основе калия и магния и ведущий производитель солей с производственными площадками в Европе, Южной Америке и Северной Америке. K+S предлагает широкий спектр продуктов для сельского хозяйства, различных отраслей промышленности и фармацевтики. В компании трудятся более 14000 человек. K+S Kali GmbH входит в группу K+S и занимается добычей калийной соли и дальнейшей ее переработкой.

из продукта не получится. Потому самым разумным решением в данном случае будет частичная замена соли на хлорид калия, который очень близок по своей природе хлориду натрия.

Что получится в итоге? Вкус продукта останется неизменным, он будет все такой же соленый, но при этом снизится содержание натрия (до 30% и более) и увеличится содержание калия. Новый продукт уже можно позиционировать как более полезный для здоровья. Особые перспективы

открываются в производстве детского и школьного, геродиетического, специального и спортивного питания. Однако не каждый хлорид калия подходит для использования в пищевой промышленности, очень важна степень его очистки и процесс производства. В этом плане, безусловно, стоит обратить внимание на хлорид калия производства немецкой компании K+S Kali GmbH, поставляемый под торговой маркой KaliSel.

KaliSel содержит хлорид калия (99,1% в пересчете на сухое вещество) высокой очистки и является отличной альтернативой для частичной замены обычной пищевой соли. Кроме этого, в нем содержится небольшое количество магния и кальция. По международной классификации хлорид калия KaliSel имеет индекс E508 и отвечает всем требованиям в отношении безопасности пищевых продуктов. Качество продукта также подтверждено свидетельством о государственной регистрации РФ. Совместно с ГосНИИ хлебопекарной промышленности уже разработаны ТИ и ТУ для производства хлебобулочных изделий, обогащенных калием.

Что же дальше? А далее потребители и производители должны действовать сообща. Первые должны спрашивать в магазинах продукты с пониженным содержанием соли или хотя бы обращать на это внимание, а вторые – не бояться выводить продукты с хлоридом калия на рынок в стране, к сожалению, лидирующей по количеству смертей от сердечно-сосудистых заболеваний.

**ООО «ТФС»
127087, Москва, ул. Баркляя,
д. 6, стр. 5, офис 423
Москва: +7(495) 775-6500
Новосибирск: +7(383) 363-0656
www.transfoodservice.com
info@transfoodservice.com**

¹ по результатам исследования, проведенного в 21 стране мира, включая США, Германию, Китай, Нидерланды и др., специалистами университета Wageningen, Нидерланды



KaliSel для сбалансированного питания.

Создание продуктов с пониженным содержанием натрия и обогащение их калием.
Хлорид калия высокой очистки специально для использования в пищевой промышленности.

- KaliSel не оказывает влияния на вкус продукта
- KaliSel можно заменять до 30% пищевой соли
- KaliSel не содержит вредных примесей
- KaliSel имеет природное происхождение
- KaliSel применяется в производстве хлебобулочных изделий, мясных и колбасных изделий, готовых блюд, детского питания, специального питания и т.д.

**MODERN
BAKERY
MOSCOW**



Узнайте больше! Приглашаем посетить
наш стенд 23С1, павильон 2, зал 3
23-26 апреля на выставке MODERN BAKERY 2014
в "ЭКСПОЦЕНТРЕ" на Красной Пресне, Москва

Пищевые красители в мясных технологиях

Красители использовались в производстве пищевых продуктов столетиями. Сегодня мир пищевых красителей и их товарных форм настолько разнообразен, что зачастую технологу – изготовителю мясопродуктов бывает очень непросто правильно в нем ориентироваться, ведь среди спектра качественных характеристик цвет занимает далеко не последнее место, а краситель в технологически эффективной дозировке является средством достижения требуемой окраски продукта.

Леонид Веретов, к.т.н.,

ГНУ ВНИИМП им. В.М. Горбатова
Россельхозакадемии

Разрешенные красители

Из разрешенных пищевых красителей практический интерес для изготовителей мясной продукции представляют красители красно-оранжевой гаммы E120, E124, E160b, E160c, E162, E163 и красный рисовый (ферментированный рис), второстепенный интерес имеется к красителям E122, E129, E150, E160a, E161g.

Еще в древнейшей цивилизации майя южно-американские индейцы применяли натуральные красители для окраски пищи. В Египте окрашивали сладости и вино природными красителями еще за 400 лет до Рождества Христова. В середине XX века пищевая промышленность уже располагала широким спектром синтетических красителей. За последние 30–40 лет во всем мире были достигнуты большие успехи в разработке и изучении пищевых колорантов, некоторые из ранее разрешенных красителей искусственного происхождения были запрещены.

Существенным преимуществом натуральных красителей перед синтетическими является их безвредность, а многовековая традиция их применения является в некоторой степени гарантией их безопасности, тогда как действие синтетических красителей на организм человека еще недостаточно изучено.

Содержание красящих веществ в растительном сырье зависит от многих факторов: климатических условий произрастания, времени сбора и др.



Количество других соединений – сахаристых, пектиновых, белковых веществ, органических кислот, минеральных солей и т.д. – может превышать содержание пигментов в несколько раз, что может снизить интенсивность окрашивания готового продукта.

Иногда натуральные красители могут быть подвергнуты химической модификации для улучшения свойств, например β-каротин E160a(ii), который по своему химическому строению соответствует β-каротину E160a(i), выделенному из моркови и другого растительного сырья.

Большинство натуральных красителей не позволяют получить окраску, характерную для традиционных мясопродуктов. Отчасти это объясняется их неустойчивостью к воздействию некоторых факторов: температуры, pH среды. Являются ли тогда синтетические красители оптимальным выбором для технологов? Они обладают высокой растворимостью, устойчивостью, дают яркие, легко воспроизво-

димые цвета, их стоимость ниже натуральных. Однако, учитывая нежелательное использование синтетических пищевых добавок и сложную ситуацию с определением токсичности ферментированного риса, на сегодняшний день самый оптимальный выбор среди красителей для мясопереработчиков – это кармин (E120).

С развитием исследований в области токсикологии и выявлением в составе колорантов вредных для организма человека веществ наметилась тенденция к сокращению их использования в пищевых целях. Так, из ранее применявшихся красителей были запрещены эритрозин (E127), амарант (E123), цитрусовый красный 2 (E121), картамин. Например, запрет синтетического красителя красного 2G (E128) в РФ был введен из-за выявления в его составе химического вещества анилина, являющегося канцерогенным.

Ферментированный рис (красный рисовый), придающий мясопродуктам окраску, максимально приближенную к естес-

венной, не признан ФАО/ВОЗ в качестве пищевой добавки, не разрешен в Европе и США и не имеет индекса E из-за возможного содержания монасцидина A, сходного с микотоксином цитринином, образование которого зависит от условий ферментации и использования различных микроскопических культур [1]. В то же время многовековая практика его применения в Китае и других странах Азии в качестве добавки к различным пищевым продуктам (рис, вино, сакэ, маис, продукты из мяса, птицы, рыбы) позволяет сохранять ферментированному рису статус разрешенного красителя, в том числе в России.

Ферментированный рис – едва ли не единственная пищевая добавка, по которой российское пищевое законодательство расходится с европейским. В РФ не видят вреда от его использования, данный краситель – один из самых распространенных в нашей стране благодаря невысокой стоимости и хорошим функционально-технологическим свойствам. Тем не менее в ходе исследований, проведенных во ВНИИМП, один из трех образцов ферментированного риса, помещенных в среду обитания инфузорий, вызывал их гибель. При этом инфузории гибли в растворе с синтетическим понсо 4R (E124) и развивались в растворе с натуральным кармином (E120) [2].

Законодательные положения по применению пищевых красителей

Согласно ТР ТС 029/2012 «О безопасности пищевых добавок»

(приложение 10) для изготовления сосисок, сарделек, вареных колбас, паштетов, вареного мяса допускается использовать:

- куркумин (E100) с максимальным уровнем содержания в продукте – 20 мг/кг,
- кармины (E120) – 100 мг/кг,
- каротины (E160a) – 20 мг/кг,
- экстракт паприки, капсантин, капсорубин (E160c) – 10 мг/кг,
- сахарный колер (E150 a-d), красный свекольный (E162) и красный рисовый – согласно ТД.

Предусмотрено использование следующих пищевых красителей для сосисок с содержанием зерновых и бобовых более 6%, изделий из измельченного мяса («городское мясо») с зерновыми, бобовыми и овощами более 4%:

- красный очаровательный АС (E129) с максимальным уровнем содержания в продукте – 25 мг/кг,
- кармин (E120) – 100 мг/кг,
- сахарный колер (E150 a-d) – согласно ТД.

Для изготовления свиных копченых и вяленых колбас, в том

Ферментированный рис – едва ли не единственная пищевая добавка, по которой российское пищевое законодательство расходится с европейским. В РФ не видят вреда от его использования, данный краситель – один из самых распространенных в нашей стране благодаря невысокой стоимости и хорошим функционально-технологическим свойствам.

числе с перцем (тип «Чоризо» – пикантная свиная колбаса красно-оранжевого цвета с паприкой; «Сальчичон», то же, но без перца) допускаются к применению:

- кармины (E120) с максимальным уровнем содержания в продукте – 200 мг/кг,
- понсо 4R (E124) – 250 мг/кг,
- красный рисовый – согласно ТД.

Красный рисовый и антоцианы (E163) допускаются к применению для мясных изделий

при условии соблюдения максимального уровня в продукте – согласно ТД, кантаксантин (E161g) разрешен для сосисок «страсбургских» – 15 мг/кг.

Технический регламент «Пищевая продукция в части ее маркировки» (ТР ТС 022/2011), (п. 4.4.18) содержит положение: «Для пищевых продуктов, содержащих красители азорины E122, желтый хинолиновый E104, желтый «солнечный закат» FCF E110, красный очаровательный АС E129, понсо 4R

E124 и тартразин E102 должна наноситься предупреждающая надпись: «Содержит краситель (красители), который (которые) может (могут) оказывать отрицательное влияние на активность и внимание детей». Это фактически является своеобразным «маркетинговым» запретом применения синтетических красителей, т.к. не каждый взрослый потребитель решится даже для себя приобрести такой продукт, не говоря уже о детях.

Пищевые красители не относятся к наиболее распространенным компонентам, употребление которых может вызвать аллергические реакции или может быть противопоказано при отдельных видах заболеваний, полный перечень которых приведен в п. 4.4.14 ТР ТС 022/2011.

Список литературы:

1. Leistner L. Use of Red-Mould Rice and Monascus-Extract for Meat products. Formerly Director and Professor of the Federal Centre for Meat Research, D-95326 Kulmbach, Germany. – 2004.
2. Семенова А.А., Вепетов Л.А., Черемных Е.Г. Biotesting of fermented rice on infusoria for determination of its toxic properties // Tehnologija mesa. – Сербия, 2008, № 1-2, с. 41-45.

21-24 мая 2014

Сочи, Гранд Отель
«Жемчужина»

XXIII международный форум

ПИВО

Фестиваль

«Море пива в Сочи»



ЗАО «СОУД – Сочинские выставки»:

Тел./факс: (862) 262-26-93, 262-30-15, 262-10-26, 262-11-02

e-mail: alf@soud.ru, inna@soud.ru, www.soud.ru

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАРТНЕР:



ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ ПИВА ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ!

Ingredients Russia 2014: традиции и инновации

С 18 по 21 марта в Москве, на ВВЦ состоялась 17-я Международная выставка «Пищевые ингредиенты, добавки и пряности / Ingredients Russia 2014». Организатор этого мероприятия – Группа компаний ITE, занимающая лидирующие позиции на рынке выставочных услуг в России.

Ingredients Russia – ведущая в России выставка пищевых добавок и сырьевых ингредиентов для производства продуктов питания и напитков. За 17 лет своей работы выставка приобрела репутацию важнейшего профессионального события, отражающего тенденции развития отрасли, содействующего установлению мировых стандартов качества, развитию международного сотрудничества, продвижению наукоемкой продукции и новейших технологий на внутренний и внешний рынки.

В церемонии открытия выставки приняли участие замминистра сельского хозяйства РФ Андрей Волков, заместитель председателя Комитета Государственной Думы РФ по аграрным вопросам Сергей Доронин, заместитель руководителя Федеральной службы по ветеринарному и фитосани-

кондитерской промышленности Россельхозакадемии, вице-президент СППИ Татьяна Савенкова и другие почетные гости.

В своем приветственном слове Татьяна Савенкова подчеркнула важность партнерства науки и бизнеса для развития наукоемкой и смежной со многими отраслями индустрии пищевых ингредиентов. Она представила результат совместного труда ученых и представителей бизнес-сообщества – монографию «Пищевые ингредиенты в создании современных продуктов питания», инициаторами создания которой выступили СППИ и компания ITE при активной поддержке НИИ питания РАМН.

В рамках выставки специалисты получили возможность заключить выгодные контракты на поставку пищевых ингредиентов, обсудить вопросы поис-

обогащения продуктов и многие другие интересные решения, продемонстрировав на тенденции глобального рынка к увеличению спроса на натуральные ингредиенты.



Свои экспозиции представили крупнейшие производители и дистрибьюторы ингредиентов, такие как «АБ-Маркет Трейд», «Агроимпэкс», Bang & Bonsomer, Bell Flavours, «Гамми», «Гранд Трейд», «Гуд Фуд»,

«Джорджия», ЕТС, ЕМЖК, «Империя Джемов», «Инфорум Какао», «Каолайн», Myllyn Paras, Prosto Petro Group, «Скорпио-Аромат», ТД «Солнечные продукты», Naturex, «Реттенмайер Рус», «ЭФКО» и многие другие. Участники выставки отметили качественный состав посетителей, способствующий более плодотворным переговорам и повышающий эффективность участия в выставке.

Выставка Ingredients Russia привлекает профессиональную аудиторию не только интересной экспозицией, но и насыщенной и актуальной деловой программой. В этом году в рамках выставки традиционно состоялся 13-й профессиональный конкурс «Ингредиент года 2014». Победителям конкурса было вручено 8 серебряных и 17 золотых медалей.



В 2014 году в рамках Ingredients Russia прошел юбилейный XV международный форум «Пищевые ингредиенты XXI века», ставший центральным событием выставки. Соорганизатором Форума традиционно выступил Союз производителей пищевых ингредиентов. Значительную поддержку и интерес к участию в нем проявили не только ведущие производители пищевых ингредиентов, но и научно-исследовательские институты РАСХН и отраслевые союзы: НИИ питания РАМН, НИИ кондитерской промышленности, НИИ мясной



тарному надзору Алексей Алексеенко, заместитель председателя Комитета ТПП РФ по развитию АПК, директор совхоза им. Ленина Павел Грудинин, президент Союза производителей пищевых ингредиентов Алексей Нечаев, председатель правления СППИ, генеральный директор компании «ИРЕКС» Сергей Краус, президент ОАО «Росмясомолторг», председатель Правления Союза мороженщиков России Вячеслав Выгодин, генеральный директор исполнительной дирекции АССАГРОС Маргарита Попова, замдиректора НИИ

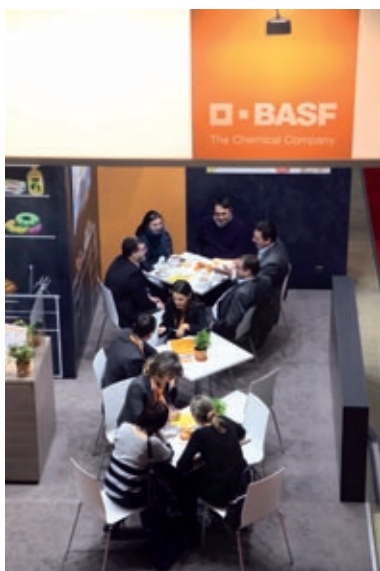
ка, разработки и практического внедрения эффективных решений для бизнеса.

В выставке приняли участие 164 компании из 19 стран мира, 47 из них участвовали в выставке впервые. Отвечая актуальным требованиям рынка, участники выставки представили широкий ассортимент пищевых ингредиентов для всех отраслей, в том числе натуральные экстракты, ароматизаторы, природные ингредиенты для продуктов здорового питания, инновационные ингредиенты для создания продуктов пониженной калорийности,

промышленности им. В.М. Горбатова, НИИ холодильной промышленности, Союз мороженщиков России, Союз участников потребительского рынка и др. Разноплановый характер спикеров сделал программу мероприятия обширной и насыщенной, позволив комплексно взглянуть на вопросы будущего отрасли.

Работу Форума открыла сессия «Индустрия пищевых ингредиентов: состояние, задачи и перспективы развития», в ходе которой участники обсудили вопросы технического регулирования отрасли, проблемы стандартизации и кодирования пищевых добавок, а также рассмотрели основные мировые тренды рынка пищевых ингредиентов. В завершении сессии состоялась дискуссия на тему: «Производство пищевых ингредиентов: проблемы интеграции на российском рынке». В дискуссии приняли участие эксперты департамента технического регулирования Евразийской экономической комиссии Таможенного союза, Росстандарта России, НИИ питания РАМН, Союза производителей пищевых ингредиентов Великобритании, а также представители компаний Symrise, DuPont, Puratos, «ИРЕКС», Nemiroff и др.

Во второй день работы Форума прошли две сессии: «Здоровое питание: настоящее и будущее»



Е.А.Паталахой (Mondelez Int.), а также сообщение о концепции здорового питания компании BASF Максима Скороженко, руководителя группы пищевых добавок, Россия и СНГ, ООО «БАСФ».



Сессия «Мороженое: ингредиенты и технологии», проходившая во второй раз в рамках Форума, также вызвала большой интерес у специалистов. Свои выступления представили специалисты Союза мороженщиков России, ГНУ ВНИХИ, а также представители компаний «Палсгаард», «Сладкий пир», «Джорджия», «Союзснаб», «Джей Элайн», «Ягода Карелии», Barry Callebaut NL Russia.

В рамках сессии «Пищевые ингредиенты для кондитерской и хлебопекарной промышленности» прозвучали доклады «Вся правда о пищевом маке», «Новые возможности ГК «Информ» в индустриальном шоколаде и начинках» и др.

Закрывала работу Форума сессия «Пищевые ингредиенты для мясной промышленности», которая впервые была организована в рамках выставки. В ней спикеры НИИ МП им. В.М. Горбатова и компаний FOOD.COM, GAFF (Италия), «Джорджия», Kemir



Food Technologies представили доклады по вопросам международных норм и правил производства, хранения и реализации мясной продукции, особенностей применения пищевых ингредиентов в мясопереработке.

В рамках выставки традиционно состоялась VI Школа технолога пищевых производств, организованная МГУПП и СППИ в содружестве с вузами и отраслевыми НИИ с привлечением ведущих специалистов. Дополнительное образование в отрасли крайне необходимо. Постоянное развитие продуктового



рынка, растущая конкуренция и появление новых пищевых ингредиентов и добавок требует постоянного повышения уровня знаний технологов. Дополнительное образование нужно и для того, чтобы систематизировать знания и практические навыки, обеспечив их теоретической базой на основе практического опыта. «В Школе технолога мы постарались объединить мировой опыт, чтобы дать специалистам как можно больше новой информации», – подчеркнул президент СППИ, д.т.н., профессор, заслуженный деятель науки и техники РСФСР Алексей Нечаев. По итогам работы в 2014 году 63 слушателя Школы технолога получили сертификат сертификата ФГОБУ ВПО «МГУПП» и НО «СППИ» о прохождении обучения по программе «Применение ингредиентов в пищевой промышленности».

На протяжении всех дней выставки работала зона мастер-классов, спонсором которой стала



компания «Солнечные продукты». Посетители выставки могли бесплатно принять участие в мастер-классах для кондитеров по применению маргаринов и шортенингов «СолПро» при производстве песочных, дрожжевых и бездрожжевых сдобных кондитерских изделий.

В 2015 году 18-я Международная выставка «Пищевые ингредиенты, добавки и пряности» пройдет с 17 по 19 марта в Москве, на ВВЦ, в павильоне 75. Более подробная информация о выставке – на сайте www.ingred.ru.



и «Мороженое: ингредиенты и технологии». Особый интерес слушателей в рамках сессии по здоровому питанию вызвали выступления Л.Н. Шатнюк, д.т.н., проф., заместителя генерального директора ЗАО «Валетек Продимпэкс», посвященные современным тенденциям снижения сахара и соли в продуктах, доклады об актуальных аспектах технического регулирования в области продуктов здорового питания РФ и ЕС в части заявлений об особых свойствах продуктов, представленные А.А. Кочетковой (НИИ питания РАМН) и

Победители конкурса «Ингредиент года 2014»

В рамках выставки «Пищевые ингредиенты, добавки и пряности / Ingredients Russia – 2014» прошел отраслевой конкурс «Ингредиент года». Разработки, представленные на конкурсе, оценивала высокопрофессиональная комиссия под председательством Алексея Петровича Нечаева, президента СППИ. В комиссию вошли ведущие специалисты в области пищевых ингредиентов. На конкурс было подано 29 заявок от 9 компаний.

Принято решение присвоить медали и дипломы «Ингредиент года-2014» следующим компаниям.

Номинация «Инновационный продукт: разработка»

Золотые медали

■ ЗАО «Инфорум Пром» – горькая шоколадная масса «Колумбия», 83% какао-продуктов; горькая шоколадная масса «Перу», 63% какао-продуктов; кондитерская масса типа пралине 13.2.218.

■ ООО ТД «Солнечные продукты» – жир специального назначения «СолПро» – шортенинг для выпечки 991 для песочных изделий, 99,7%.

■ ОАО «Евдаковский масложировой комбинат» – жир специального назначения ЗМЖ «Благо G» 101 ЭК; маргарин «Молочный» марки МТ (с пониженным содержанием трансизомеров жирных кислот).

■ ООО «ЭФКО Пищевые Ингредиенты» – специализированный маргарин для песочного теста «Экопай 1304-31 TF».

Серебряные медали

■ ЗАО «Инфорум Пром» – молочная шоколадная масса «Папуа Новая Гвинея», 36% какао-продуктов.



■ ЗАО ТД «НМЖК» – маргарин для слоеного теста М560.

■ ОАО «Евдаковский масложировой комбинат» – жир специального назначения ЗМЖ «Благо М» 51; маргарин «Столовый» марки МТ.

Диплом лауреата конкурса

■ ООО «Александрия» – гель кондитерский шоколадный холодного нанесения.

Номинация «Инновационный продукт: производство»

Золотые медали

■ ООО «Александрия» – крем на растительных маслах «Ducatto-302», с массовой долей жира 26%.

■ ООО «Империя Джемов» – гель холодного нанесения с ароматом карамели; молоко-содержащий продукт «Десерт с ароматом «Вареная сгущенка».

■ ЗАО «Инфорум Пром» – горькая шоколадная масса 03.1.416, 83% какао-продуктов; несладкая шоколадная масса 03.1.417, 99% какао-продуктов; молочная шоколадная масса 03.2.340.

■ ЗАО ТД «НМЖК» – маргарин для песочного теста М222.

■ ООО ТД «Солнечные продукты» – масло подсолнечное высокоолеиновое рафинированное дезодорированное.

Особо отмечено соответствие качества продукта мировым тенденциям в области оп-

тимизации жирнокислотного состава.

Серебряные медали

■ ООО «Скорпио-Аромат» – ароматизатор «Шоколад 1202».

■ ООО ТД «Солнечные продукты» – маргарин «СолПро» для слоеных изделий марка МТС, 70%.

■ ЗАО ТД «НМЖК» – маргарин для кремов М314 Lux.

Номинация «Инновационный продукт: внедрение»

Золотые медали

■ ООО «Скорпио-Аромат» – ароматизатор натуральный «Пряный 7108».

Серебряные медали

■ ООО «ЭФКО Пищевые Ингредиенты» – ЗМЖ «Эколакт TF 2503-34».

Номинация «Инновационная технология»

Золотые медали

■ ООО «ЭФКО Пищевые Ингредиенты» – ЗМЖ «Эколакт TF 1403-35» М.

Номинация «Инновационный продукт: дистрибуция»

■ ООО Компания «Дукат» – агар-агар Rokogel (Industrias ROKO, S.A., Испания).





- ООО «Инфорум Какао» – полиглицерол полирицинолеат 03 (ООО НПП «Электрогазохим», Украина).
- ООО «Инфорум Какао» – эмульгатор Эстер П 01 (ООО НПП «Электрогазохим», Украина).

Номинация «Лучшая публикация»

- Тутьян Виктор Александрович, д.м.н., академик РАН, Смирнова Елена Александровна, к.т.н., ФГБУ НИИ питания РАМН, за научную статью «Роль пищевых микробиогенных ингредиентов в создании современных продуктов питания» в монографии «Пищевые ингредиенты в создании современных продуктов питания». – М.: ДеЛи плюс, 2014. – 520 с.
- Авторский коллектив издания «Введение в технологии

продуктов питания»: учеб. пособие. – М.: ДеЛи плюс, 2013. – 720 с.

Номинация «Лучший доклад»

- Кшиштоф Скерковский (Krzysztof Skierkowski), Польская ассоциация производителей пищевых продуктов, за представление доклада «Заявления об особых свойствах пищевых продуктов в законодательстве ЕС о содержании компонентов (nutrition claims) и о влиянии на здоровье (health claims)».
- Творогова Антонина Анатольевна, д.т.н., зам. директора ГНУ ВНИИ холодильной промышленности РАСХН, за представление доклада «Современные аспекты применения ингредиентов в производстве мороженого, замороженных взбитых десертов и пищевых льдов».

■ Тито Пегорини (Tito Pegorini), руководитель компании FOOD.COM (Италия), за представление доклада «Прикладная микробиология в качестве инструмента для исследования и контроля срока годности мясных полуфабрикатов и нарезанной вареной ветчины».

■ Бессонов Владимир Владимирович, д.б.н., руководитель лаборатории химии пищевых продуктов ФГБУ НИИ питания РАМН, за представление доклада «Принципы применения и декларирования новых пищевых ингредиентов в соответствии с нормативной базой Таможенного союза».

■ Буйнов Андрей Лябинович, к.м.н., директор по развитию бизнеса ООО «Симрайз Рогово», за представление доклада «Ваниль как ведущий вкус в кондитерской индустрии и главная компетенция Symrise».

Особая номинация

- Шатров Геннадий Николаевич – за многолетний и профессиональный труд по гармонизации требований нормативной документации мирового сообщества и Российской Федерации в области применения пищевых ингредиентов.
- Журнал «Бизнес пищевых ингредиентов» (ИД «Форму-

ла») за профессиональное развитие информационного поля отрасли ингредиентов.

- Интернет-портал FoodNewsWeek.ru (ООО «Индустри Ньюс Медиа») за развитие информационного поля отрасли ингредиентов.
- Информационное агентство DairyNews (ООО «Отраслевые новости») за развитие информационного поля отрасли ингредиентов.
- Онлайн-энциклопедия потребителя «Что есть что» (НП СУПР) за разработку и развитие информационно-образовательного проекта о пищевых продуктах и ингредиентах для потребителей.

Номинация «За вклад в развитие отрасли»

- ГК «ОМЕГА» – за вклад в развитие отрасли пищевых ингредиентов и в связи с 20-летием.
- ГК «ЭФКО» – за вклад в развитие отрасли пищевых ингредиентов и в связи с 20-летием.
- ООО «Неос Ингредиенты» – за вклад в развитие российского рынка пищевых ингредиентов и в связи с 25-летием.
- ООО «Джорджия» – за вклад в развитие российского рынка пищевых ингредиентов и в связи с 20-летием.



«Продэкспо-2014»: продукты и ингредиенты

В Москве в феврале прошла 21-я Международная выставка продовольственных товаров и сырья для их производства «Продэкспо-2014». Она стала рекордной за всю свою историю по основным показателям.

«Продэкспо-2014» стала крупнейшей экспозицией за всю историю существования выставки: на общей площади 100 тыс. кв. м (брутто) свои новинки и достижения продемонстрировали почти 2300 компаний из 64 стран мира. Высокая результативность участия, эффективность деловых встреч, огромный приток посетителей, в первую очередь отраслевых специалистов, потенциальных партнеров и заказчиков – таковы характерные отзывы участников крупнейшего в России и Восточной Европе продовольственного мега-форума – выставки «Продэкспо-2014».



Выставку посетили 52 717 человек, из них 94% – специалисты отрасли. Общее количество посещений составило 122 514 (данные аудита «РуссКом Ай-Ти Системс»).

Экспоненты выставки продемонстрировали все многообразие мирового продовольственного рынка, новейшие технологии и тенденции пищевой и перерабатывающей индустрии. 35 государств, включая Австралию, страны Европы, Азии, Африки, Северной и Южной Америки, были представлены национальными экспозициями. Традиционно многопрофильные национальные стенды сформировали Германия, Испания, Италия, Австрия, Венгрия, Франция, Чили, Польша, Португалия.

Самой представительной на «Продэкспо-2014» была рос-



сийская экспозиция. Свою продукцию продемонстрировали 1375 отечественных предприятий пищевой промышленности из всех регионов страны.

Производители Псковской, Смоленской, Тульской и Кировской областей участвовали в выставке коллективными стендами. Позитивная тенденция создания региональных экспозиций, наметившаяся в последние годы, свидетельствует о развитии выставочной деятельности в России и о том, что региональные власти все чаще начинают использовать выставки как наиболее эффективный маркетинговый инструмент для продвижения продукции региональных компаний, что в конечном итоге способствует развитию экономики региона.



Для удобства экспонентов и посетителей-специалистов экспозиция выставки была построена по тематическому принципу. Каждый из ее 18 разделов представлял отдельную отрасль пищевой промышленности, а вместе они охватили весь спектр как отечественных, так и зарубежных продуктов питания и напитков, продемонстрировали передовые технологии производства пищевой продукции, инновационные упаковочные материалы и новейшие логистические решения.

На выставке традиционно были представлены не только разнообразные продукты питания и напитки, но и сырье и ингредиенты для их производства. Среди экспонентов были отечественные и иностранные компании, а также общественные

организации, занимающиеся продвижением сырьевых продуктов. Широкий спектр разнообразных ингредиентов для различных отраслей можно было увидеть на стендах компаний «Балтийская Группа», «Могунция-Интеррус» и др. Большой ассортимент ингредиентов из молочного сырья был представлен на стендах компаний Valio, «Спектр» и др.

В салоне масложировой продукции помимо растительного масла и майонеза были представлены специализированные жиры для различных пищевых отраслей. Продукция компаний «Эфко», «Кохмайстер РУС»



и других производителей вызвала большой интерес у посетителей выставки.

На своем стенде специалисты «Эфко» оказывали профессиональные консультации потенциальным клиентам компании и провели ряд деловых встреч с давними партнерами. Группа компаний «Эфко» в рамках выставки «Продэкспо-2014» завоевала сразу несколько наград за выпускаемую продукцию. В конкурсе «Лучший продукт-2014» диплом и знак «Лучший инновационный продукт» получил жир специального назначения «Экомикс 1103-32», золотой медалью и дипломом отмечен маргарин для приготовления кремов марки МТК с товарным знаком «Экокрем» с массовой долей жира 84% в конкурсе «Лучший про-

дукт-2014». В конкурсе «Инновационный продукт» золотую медаль и диплом заработал заменитель молочного жира «Экоайс 1003-32» в номинации «Инновации в технологии».

Компания «Кохмастер РУС» организовала на стенде специальную дегустацию, во время которой можно было не только попробовать и оценить продукцию, но и получить пачку сливочно-растительного масла Gudberg, которое стало победителем конкурса «Инновационный Продукт» в номинации «Инновации в составе продукта».

Большой выбор фруктовых и других начинок и наполнителей был представлен на стендах компаний «Богучарово Маркет», «Фрутэко», «НаДо» и др. Компания «Фрутэко» впервые заявила о себе на рынке фруктово-ягодных наполнителей, приняв участие в «Продэкспо-2014». Предприятие специализируется на производстве фруктовых, кремовых, овощных наполнителей, а также топпингов и сиропов для кондитерс-



кой и молочной отраслей, мороженого, напитков, которые изготавливаются из натурального сырья с использованием современных технологий. Производственные мощности располагаются в Воронеже. Эксклюзивным дистрибьютором наполнителей «Фрутэко» в России и СНГ является ТК «Акваром».

Традиционно широко на выставке демонстрировалась ореховая продукция. Разнообразные виды орехов предлагали компании «Унитрон», «Солнце Востока», Natur Foods и многие другие. Совет производителей миндаля штата Калифорния представил на выставке разнообразные виды миндаля и сырьевых компонентов на его основе.

Поставщики специй и приправ традиционно были представлены на выставке очень



широко. Такую продукцию предлагали российские компании «Колви», «Приправка», «Спец-сервис», «Партнер», «Форт Трейд Фуд», «Сантус»,

Сукогя из Польши, Indian spices из Индии и др. Многие китайские компании, специализирующиеся на производстве и поставках специй, пряностей и сушеных овощей, предлагали на выставке свою продукцию. На китайских стендах можно было найти такие сушеные овощи, как чеснок, капуста, морковь, зеленый и красный перец, шпинат, помидоры, сельдерей, картофель,



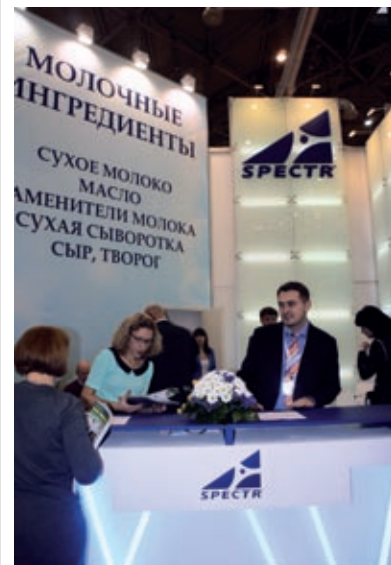
лук, кориандр и др., а также имбирь, анис и многие другие специи и пряности.

«Продэкспо-2014» традиционно стала дискуссионной площадкой для обсуждения тенденций и ключевых проблем развития отрасли, презентаций новой продукции и технологий. Этому в значительной степени способствовала насыщенная, многоплановая деловая программа выставки.

Крупными событиями деловой программы «Продэкспо-2014» стали: Всероссийский АлкоКонгресс, Всероссийский форум поставщиков продовольственных сетей, Форум производителей и ритейлеров, Форум маркетологов и рекламистов продовольственного рынка, выездное заседание Рабочей группы Государственной Думы ФС РФ «По поддержке отечественного регионального производителя», конференция «Стратегия развития пищевой и перерабатывающей промышленности Российской Федерации на период до 2020 года» и другие важные отраслевые мероприятия.

Выставка также стала местом проведения и подведения итогов престижных профессиональных конкурсов. Состоялись многочисленные презентации и мастер-классы.

Большой интерес вызвал семинар «Вкусовые качества и питательная ценность глутамата», на котором выступили представители Центра хемосенсорных исследований им. Монелла, Филадельфия, США,



а также специалисты российских научных организаций. Семинар был организован московским представительством компании «Аджиномото Ко. Инк.» и Международным техническим комитетом по глутамату (Япония).

Союз мороженщиков России в рамках «Салона мороженого» провел «круглый стол» на тему «Новости рынка мороженого. Итоги 2013 года. Новые нормативно-технические документы, основные мероприятия 2014 года», на котором обсуждались актуальные вопросы отрасли, в том числе применения пищевых ингредиентов.

Прошедшее мероприятие очередной раз подтвердило, что «Продэкспо» – это уникальная экспозиция со сложившейся репутацией и традициями, которая открывает выставочный год на российском рынке продуктов питания и напитков, демонстрируя вектор его развития.

Следующая 22-я выставка «Продэкспо-2015» пройдет с 9 по 13 февраля 2015 года в ЦВК «Экспоцентр».

ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ*

ПРОД ЭКСПО

9–13
февраля 2015

22-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ
ВЫСТАВКА ПРОДУКТОВ
ПИТАНИЯ, НАПИТКОВ
И СЫРЬЯ ДЛЯ
ИХ ПРОИЗВОДСТВА



www.prod-expo.ru



Вместе к успеху!

При поддержке Министерства сельского хозяйства РФ

* Согласно Общероссийскому рейтингу
выставочных мероприятий 2011–2012 гг.
Подробнее о рейтинге – на сайте www.exporating.ru



Организатор

ЭКСПОЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА



18+

Реклама

Мороженое с заменителем молочного жира

В марте в Москве прошел семинар: «Мороженое с заменителем молочного жира: особенности производства и реализации в условиях Таможенного союза».

Организаторами семинара выступили ГК «ЭФКО», крупнейший вертикально-интегрированный холдинг на российском рынке масложировой продукции, Союз мороженщиков России и ГНУ ВНИХИ Россельхозакадемии.

Тема семинара была особенно актуальна в преддверии нового производственного сезона. Представители предприятий – производителей мороженого и ведущие специалисты Союза мороженщиков России, ГНУ ВНИМИ и ГНУ ВНИХИ Россельхозакадемии, компании «ЭФКО» и других поставщиков ингредиентов обсудили наиболее важные вопросы отрасли.

В своем докладе **В.Н. Елхов**, генеральный директор Союза мороженщиков России, рассказал о современном состоянии индустрии мороженого и тенденциях развития отрасли. Он отметил, что в России сегодня производством мороженого занимаются около 150 предприятий холодильной, молочной и пищевой индустрии, их общие производственные мощности могут обеспечить выпуск около 650 тыс. тонн мороженого в год. В 2013 году производство мороженого составило 369,5 тыс. тонн. Оборот продукции по различным оценкам составляет 70–80 млрд рублей. Характерная особенность отечественного рынка мороженого в том, что он на 98% обеспечивается продукцией российского производства. Экспорт и импорт мороженого составляют незначительные объемы – 3–5 тыс. тонн. При этом российский рынок мороженого имеет большой потенциал для своего развития. Об этом говорит и тот факт, что потребление мороженого в нашей стране в два раза ниже среднеевропейского и в три раза ниже американского. В России потребление мороженого в год на душу населения



составляет 2,8 кг/чел., в Северной Америке – 10–11, в Западной Европе – 5–7, в Восточной Европе – 4–5 кг/чел.

Большой интерес и активное обсуждение на семинаре вызвали доклады, касающиеся технологических аспектов производства мороженого и новых законодательных документов, регулирующих производство и реализацию мороженого.

Е.А.Юрова, к.т.н., зав. лабораторией технохимического контроля ГНУ ВНИМИ Россельхозакадемии представила современные экспресс-методы определения качества молочного сырья при производстве мороженого.

А.А.Коноплева, начальник бюро прикладных исследований ГК «ЭФКО», рассказала об особенностях применения заменителей молочного жира компании «ЭФКО» при производстве мороженого.

И.А.Макеева, д.т.н., зав. лабораторией стандартизации, метрологии и патентно-лицензионных работ ГНУ ВНИМИ Россельхозакадемии сообщила о требованиях к маркировке мороженого и мороженого с ЗМЖ в технических регламентах Таможенного союза.

А.А.Творогова, д.т.н., зам. директора ГНУ ВНИХИ по научной работе, свой доклад посвятила технологическим аспектам производства мороженого с ЗМЖ.

В прозвучавших на семинаре докладах отмечалось, что стремление к здоровому питанию остается ключевой тенденцией на рынке масложировой продукции.

Наиболее ярко влияние этой тенденции прослеживается в индустрии мороженого. Так, уже сегодня получил свое развитие рынок диетического немолочного мороженого и витаминизированного мороженого, обогащенного фруктами, либо концентратами

фруктов, которое позиционируется как продукт для профилактики различных заболеваний. Кроме того, все больший интерес вызывают разработки технологов в области производства мороженого для диабетиков, йодированного мороженого, мороженого, обогащенного функциональными ингредиентами и минералами – кальцием, магнием и т.д.

Если в России потребление продуктов питания для здорового образа жизни только набирает популярность, то во многих странах мира, в том числе в Финляндии, уже давно перешли на менее жирные виды мороженого, в первую очередь с уменьшенным содержанием жиров животного происхождения и сахара.

Подтвердил активно развитие этого тренда и Валерий Николаевич Елхов: «Создан экспертный совет именно по этой теме – «Продукты здорового питания». И у нас есть такой «набросок», «черновик» продвижения данной программы. Здесь нужна, прежде всего, адаптация продукции к покупателю, большая разъяснительная работа, чтобы люди понимали, что это такое. Безусловно, большая роль отводится продуктам, которые мы сегодня на семинаре обсуждали, – продукты с содержанием растительных масел, то есть, там, где практически нет трансизомеров, меньше содержание холестерина, и, наоборот, больше омега-3 и т.д.».

Специалисты «ЭФКО» давно работают над заменителями молочного жира для мороженого, в том числе проводят анализ потребительских свойств в производ-

стве. Работа идет в тандеме с ведущими учеными страны, образцы продукции предоставляются на экспертное заключение профессионалам отрасли.

Антонина Анатольевна Творогова отметила: «Совместно со специалистами компании «ЭФКО» мы исследовали реальные технологические ситуации, в частности, влияние на физические показатели мороженого: массовой доли жира при одной и той же массовой доле сухих веществ в продукте, снижения массовой доли СОМО, деэмульгирующей способности стабилизаторов. А также исследовали возможность использования новых разновидностей ЗМЖ компании в производстве мороженого, определяли физико-химические, структурно-механические и микроструктурные показатели готового продукта и сравнивали с теми показателями, которые есть в базе данных нашего института на предмет соответствия значениям, которые обеспечивают требуемые параметры технологического процесса. Относительно продукции компании «ЭФКО» могу сказать, что специалистами компании достаточно грамотно определяется состав ЗМЖ, их применение в соответствии с требованиями ТР ТС 033/2013 позволяет получать мороженое высокого качества».

Семинар проходил во время проведения на ВВЦ Международной выставки «Пищевые ингредиенты, добавки и пряности» / Ingredients Russia». Участники семинара смогли посетить экспозицию и принять участие в форуме «Мороженое: ингредиенты и технологии», организованной в рамках выставки. Объединение целого комплекса тематических мероприятий в единую программу – хорошая идея, которая была очень интересна и позволила получить много полезной информации, это отметили все участники семинара.

Компания «Кондетта ГМБХ»



Кондетта – комплексный компаунд для производства молочного питьевого пудинга.

Компания «Кондетта ГМБХ», лидер по производству компаундов для молочных заводов Европы, представляет весеннюю новинку с рынка Европы – сырье для производства молочного питьевого пудинга.

Новизна продукта заключается в его универсальности. Новинку можно использовать как в качестве самостоятельного десертного продукта для перекуса в течение дня, так и в качестве крема к блинчикам, сырникам, запеканкам и пирожным.

Молочный десерт – это сладкое удовольствие для всей семьи: доступные вкусы кокос, ваниль, шоколад, шоколад-орех (с натуральным лесным орехом), банан (используется натуральный банан), карамель, крем-брюле непременно порадуют сладкоежек от мала до велика.

Рецептура: комплексный компаунд Кондетта 4% + сахар 10% + молоко 86% (жирность 3,2%). Можно использовать йогуртную линию.

В состав компаунда по желанию молочного завода вводятся хлопья для позиционирования его как жидкого снека, в том числе для продажи его в вендинговых аппаратах.

Компания «Акваром»

Hyfoama™ – гидролизированный белок, который может использоваться во всех типах аэрированных сахаристых кондитерских изделий как частичная или полная замена яичному белку. Белки Hyfoama™ значительно более функциональны, чем яичный бе-

лок: требуется меньше аэрирующего агента, меньше времени и энергии на создание структуры, а также образуется более однородная текстура продукта.

Hyfoama™ может применяться как в продуктах с содержанием сухих веществ более 90% (например, при производстве нуги и халвы), так и в низковязких продуктах с содержанием сухих веществ менее 90% совместно со стабилизаторами (например, в мягкой нуге, «Птичьим молоке»).



Гидролизированный белок Hyfoama™ быстро образует высокий объем пены, отличается устойчивостью, термостабильностью, кислотоустойчивостью, не содержит аллергенов. С точки зрения экономичности имеет преимущества перед яичным белком за счет более низкой дозировки и ускорения производственного процесса. Находит применение в таких изделиях, как глазированные шоколадные батончики, нуга, фраппе для начинки, фруктовые карамели и жевательные конфеты, зефир и начинки для шоколада, халва, пралине и пастила.

Компания Chr.Hansen

Nu-trish® Pro-K – новый пробиотик, который поддерживает здоровье костей. Согласно научным исследованиям, проведенным в ЕС, витамин К – необходимое звено для здоровья костей. Чтобы костная система была крепкой, мало просто пот-



реблять продукты, богатые кальцием, и получать солнечные ванны. Необходимо, чтобы кальций «встроился» в костную ткань, чему способствует витамин К. Компания Chr.Hansen предложила простое и доступное решение – использовать новую культуру nu-trish® Pro-K, которая содержит запатентованный штамм группы L. Lactis, продуцирующий витамин К₂. Новая культура может успешно использоваться в производстве кисломолочных продуктов.

Идея проста как для продвижения, так и для практической реализации: во-первых, кисломолочные продукты изначально воспринимаются потребителями как «здоровые и полезные». Во-вторых, польза пробиотиков хорошо известна.

Решение реализуется по принципу «одного пакета»: nu-trish® Pro-K смешивается с заквасочными культурами. Таким образом, вы получаете продукт с хорошей текстурой, вкусом и высоким содержанием витамина К₂.

ГК «Союзоптторг»



Promilk 600 A – молочный белок, производитель Ingredia, Франция. Особая технология получения этого ингредиента обеспечивает его уникальные свойства: он обладает эмульгирующей и влагосвязывающей способностью, влияет на структуру и органолептические показатели готового продукта, привносит дополнительное ощущение сливочности.

Молочный белок Promilk 600 A предназначен для использования в составе сыров и сырных продуктов, йогуртов (в том числе в греческом йогурте), молоч-

ных и замороженных десертов, соусов.

Promilk 600 A – это абсолютно натуральный молочный ингредиент, повышающий питательную ценность продукта.

Компания Hydrosol

Stabimuls D HP – новая стабилизационная система для салатной заправки с высоким содержанием белка.

Для спортсменов, а также для всех, кто хочет регулировать свой вес, компания Hydrosol разработала салатную заправку с высоким содержанием белка (более 8%), в данном продукте велико содержание сывороточного белка при низком содержании жира, что интересно с точки зрения диетологии. Кроме того, такой соус подходит для вегетарианцев, поскольку стабилизационная система Stabimuls D HP изготавливается без яиц. Она основана на качественных молочных белках, природном крахмале и гидроколлоидах, при желании ее можно усовершенствовать травами и пряностями.

Компания Cargill



ViaTech – новая линия подсластителей на основе стевии. Новинка предназначена и для продуктов, и для напитков. По словам разработчиков, подсластители ViaTech позволят производителям создать оптимальный уровень сладости и значительно снизить содержание сахара в готовой продукции.

Бизнес кондитерской и хлебопекарной индустрии

ЖУРНАЛ ДЛЯ ТЕХ, КТО ПРИМЕНЯЕТ, ПРОДАЕТ И ПРОИЗВОДИТ ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ КОНДИТЕРОВ И ХЛЕБОПЕКОВ

Мучные кондитерские изделия: стабильный умеренный рост

ТРЕНД

стр.
30

Перспективы развития российского рынка функциональных кондитерских изделий

КРУТЫЙ СТОЛ

стр.
34

«Мон'дэлис Русь» вложит 16 млн долл. в собинский «Большевик»

Группа компаний Mondelez International планирует расширить собственное производство на собинской фабрике «Большевик», а также создать на ее территории один из крупнейших в мире исследовательских центров в сфере кондитерской продукции, сообщает Conditer.com.

Производство в Собинке специализируется именно на печенье. На заводе занято около 500 человек. Здесь выпускается бисквитная продукция, печенье, крекер. Особой популярностью на российском рынке пользуется линейка «Юбилейное с глазурью», которая до настоящего момента на производстве в Собинке не выпускалась.

В связи с растущим спросом на данный вид продукции ком-

пания решила инвестировать дополнительно 16 млн долл. в фабрику «Большевик». Средства пойдут на установку автоматизированной линии по производству печенья «Юбилейное с глазурью» и перенос линии по производству шоколадно-бисквитной продукции под брендом Alpen Gold Chocoflife на завод компании в Новгородской области. Новую линию планируют запустить уже до конца 2014 года. В такие короткие сроки расширять производство и осуществлять рокировки позволяет модульная конструкция фабрики.

Также в ближайшем будущем будет инвестировано 2,5 млн долл. в создание Центра исследований и разработок на территории «Большевика».

В Алтайском крае откроется новая халвичная фабрика

В стадии завершения находится реализация инвестиционного проекта крупнейшего кондитерского предприятия Алтайского края – ООО «Барнаульская халвичная фабрика». Специалисты работают над расширением производственных площадей и увеличением объемов выпускаемой продукции.

В прошлом году на территории действующего предприятия был создан новый современный производственно-складской комплекс общей площадью свыше 2 тыс. кв. м. В настоящее время к помещению подведены инженерные коммуникации, подключено отопление. В январе текущего года начала работу уникальная линия по очистке ядра подсолнечника. «Во втором квартале

готовится к запуску формовочно-глазурочная автоматическая линия, – отмечает руководство Барнаульской халвичной фабрики. – Новейшее современное оборудование позволит расширить ассортимент, повысить качество продукции, снизить ее себестоимость, сделать ее более доступной для потребителей».

Новые производственные линии позволят увеличить объем производства халвы в 5 раз.

ООО «Барнаульская халвичная фабрика» осуществляет производственную деятельность с 2002 года. Приоритетным направлением развития является производство продуктов питания и кондитерских изделий из натурального сырья алтайских сельхозтоваропроизводителей.

Минсельхоз утвердил программу развития хлебопекарной промышленности

Минсельхоз России утвердил программу «Развитие хлебопекарной промышленности Российской Федерации на 2014–

2016 годы». Эта программа была разработана в рамках реализации «Стратегии развития пищевой и перерабатывающей промышленности России до 2020 года», сообщает agroxxi.ru.

Программа была создана для того, чтобы обеспечить население страны широким ассортиментом хлеба

и прочей хлебобулочной продукции, расширить количество производимой продукции и повысить конкурентоспособность.

Помимо всего, программа включает в себя проведение модернизации и быстрые темпы внедрения инноваций.

На реализацию мероприятий программы выделено 33,12 млрд руб. Заемные средства из этой суммы составляют 23,184 млрд руб.



Выставка продуктов питания, напитков, ингредиентов и оборудования

interfood
SIBERIA

21 – 23.10.2014 Россия - Новосибирск - «Новосибирск Экспоцентр»



ВСЕ МИР ПИТАНИЯ



ITE Сибирь. По вопросам участия обращайтесь: +7 (383) 363-00-63, makarova@sibfair.ru

www.interfood-siberia.ru

Мучные кондитерские изделия: стабильный умеренный рост

Кондитерская индустрия – одна из наиболее динамично развивающихся отраслей российской пищевой промышленности. В общем объеме кондитерской продукции значительное место занимают мучные изделия, которые пользуются устойчивым спросом у всех слоев населения с различным уровнем дохода.

Объем производства кондитерских изделий в Российской Федерации в 2013 году превысил 3220 тыс. тонн. Такие данные были озвучены на IX Международной конференции «Торты. Вафли. Печенье. Пряники – 2014» в докладе президента Ассоциации предприятий кондитерской промышленности «АСКОНД» Сергея Носенко. Темп роста отечественного производства в 2013 году составил 5,1%, что более чем в два раза превышает показатель 2012 года (рис. 1). Это демонстрирует динамичный и растущий характер российского кондитерского рынка.

Рынок кондитерских изделий в России развивается в основном за счет внутреннего производства. Его объем в прошедшем году, по данным ГТС РФ, достиг 3211,1 тыс. тонн: производство для внутреннего потребления составило 2855,2 тыс. тонн, импорт – 355,9 тыс. тонн, экспорт – 365,3 тыс. тонн. В последние годы наблюдалась хорошая динамика увеличения



экспорта, еще в 2006 году он был на уровне 172,1 тыс. тонн, что почти на 100 тыс. тонн было меньше объема импорта. Сегодня экспорт уже немного превышает объем импорта, внешнеторговое сальдо имеет положительное значение, это

говорит о том, что рынок хорошо сбалансирован и имеет большой потенциал для позитивного развития.

Среднедушевое потребление кондитерских изделий в нашей стране повышается умеренными темпами, в 2013 году оно достигло 22,4 кг, увеличившись с 2006 года в 1,2 раза (рис. 2).

Мучные изделия – почти половина кондитерского рынка России, в 2013 году их доля составила 48,1% (табл. 1). В последние годы этот показатель понемногу снижается, по прогнозу АСКОНД, в 2014 году он уменьшится до 47,7%.

При этом доля шоколадных кондитерских изделий в послед-

Рис. 1. Темп изменения объема производства кондитерских изделий в России в 2006-2013 годах, тыс. тонн



Рис. 2. Суммарный объем рынка кондитерских изделий России (тыс. тонн) и среднедушевое потребление (кг/чел. в год)



Таблица 1. Структура рынка кондитерских изделий России в 2010-2013 годах, объем реализации, %

Продукция	2010	2011	2012	2013	2014 (прогноз)
Батончики	3,5	3,8	3,9	3,9	4,0
Шоколад	7,3	7,3	7,5	7,6	7,7
Конфеты в коробках	2,9	2,9	2,8	2,8	2,8
Конфеты весовые	19,8	20,2	20,5	21,0	21,4
Карамель	7,1	6,8	6,6	6,4	6,2
Сахаристые	9,6	10,1	10,2	10,2	10,2
Мучные	49,8	48,9	48,6	48,1	47,7

Источник: АСКОНД

нее время увеличивается, а сахаристых остается практически без изменения. Но все равно, это незначительные изменения на рынке (доли процента), что говорит о сбалансированных сложившихся потребительских предпочтениях.

В структуре рынка мучных кондитерских изделий четыре основных вида продукции (печенье, пряники, вафли, рулеты/кексы/бисквиты) занимают около 80%, и такая расстановка сил стабильна – наблюдается уже много лет (рис. 3). В 2014 го-

Рис. 3. Структура рынка мучных кондитерских изделий в 2013 году, (объем реализации, %)

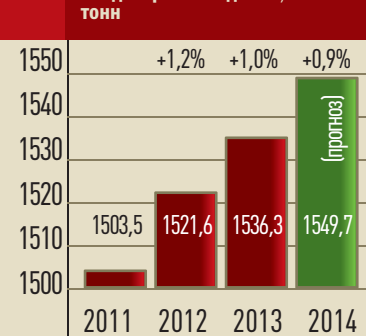


ду, по экспертной оценке АСКОНД, существенных изменений в структуре рынка мучных кондитерских изделий не прогнозируется.

В прошедшем году объем реализации мучных кондитерских изделий составил 1536,3 тыс. тонн, превысив показатель 2012 года на 1% (рис. 4). По экспертной оценке АСКОНД, в 2014 году рост продаж мучных кондитерских изделий составит 0,9% в натуральном выражении.

По данным ACNielsen, на рынке мучных кондитерских изделий (без учета тортов, пирожных и т.п.) 94% объема (в натуральном выражении) и 92%

Рис. 4. Объем реализации мучных кондитерских изделий, тыс. тонн



выручки (в стоимостном выражении) приходится на 4 категории – печенье, пряники, вафли, рулеты/кексы (рис. 5 и 6). Эти продукты – основная часть отечественного кондитерского рынка.

В нашей стране на кондитерском рынке успешно работают и российские холдинги и компании, и международные транснациональные компании. В разных категориях мучных кондитерских изделий в зависимости

от региона лидируют различные игроки рынка.

В 2013 году в сегменте вафельной продукции, по оценке ACNielsen, в Уральском, Сибирском и Дальневосточном регионе по объемам продаж лидировал Кондитерский дом «Восток» (КДВ) – 29,3, 40,8 и 39,2% соответственно. В этом, как и в других регионах, помимо КДВ в группу лидеров также входили Nestle и «Объединенные кондитеры». При этом продукция частных марок торговых сетей (Private Label) в Московском и Северо-Западном регионе не просто лидировала, а занимала почти половину рынка (48,9 и 45,6%).

В сегменте пряников, который менее консолидирован, другая ситуация. В Северо-Западном ФО лидирует компания Fazer (39%), в Уральском, Сибирском и Дальневосточном регионе – КДВ (5,2; 4,1 и 15,1%), в Московском и Центральном регионе наибольшие доли рынка имеют «Объединенные кондитеры» (13,1 и 9,6%) и Fazer (14,4 и 6,1%). Продукция Private Label занимает наибольшую долю сегмента (около трети) в Московском (31,9%), Центральном (27,7%) и Южном (27,1%) регионах.

Наибольший на рынке мучных кондитерских изделий сегмент сладкого печенья еще менее консолидирован, во всех регионах страны доля лидирующего игрока невысокая. В четырех ре-

Рис. 5. Структура рынка мучных кондитерских изделий в натуральном выражении в 2013 году



Рис. 6. Структура рынка мучных кондитерских изделий в денежном выражении в 2013 году



гионах наибольшую долю рынка занимает компания Mondelez Int. – в Московском (16,9%), Центральном (9,4%), Северо-Западном (9,8%) и Южном (8,3%). В Сибирском и Дальневосточном регионе лидирует Кондитерский Дом «Восток» – 13,1 и 8,8%.

Продукция российских производителей занимает почти весь объем мучного сегмента рынка кондитерских изделий. Открывшиеся таможенные границы в условиях членства России в ВТО пока не привели к ощутимому притоку импортной мучной кондитерской продукции. В 2013 году зарубежные поставщики кондитерской продукции не смогли оказать значительного влияния на объем мучного сегмента кондитерского рынка, поскольку снижение пошлин произошло в основном в сахаристом сегменте кондитерского рынка России. В 2013 году был незначительный рост доли импортной продукции на рынке.



Рынок шоколада: увеличение спроса на фоне роста цен на сырье

Шоколад – одно из любимейших лакомств потребителей во всем мире. Этот продукт пользуется большим спросом, сегодня на полках магазинов представлено большое разнообразие брендов и вкусов шоколада.

Екатерина Татаринова,
специально для БПИ

Мировой рынок шоколада: стабильный рост

Глобальный рынок шоколадных изделий стабильно растет, общая стоимость продаж шоколадных кондитерских изделий на мировом рынке в 2012 году оценивалась экспертами Euromonitor International в 107,3 млрд долл., по прогнозам, этот показатель достигнет 124,3 млрд долл. к 2015 году.

По данным BusinesStat, в 2011 году в мировую продажу поступило 11,5 млн тонн шоколада и какао-продуктов. В 2016 году продажи вырастут на 10% по сравнению с аналогичным показателем 2012 года. Производство шоколада и какао-продуктов в мире в 2011 году составило 12,0 млн тонн. В 2012–2016 годах производство будет расти вслед за увеличивающимся спросом. Лидерами по производству шоколада и какао-продуктов в мире являются США и Германия. В странах мира преимущественно потребляют шоколад и какао-продукты собственного производства. Доля импортной продукции в общем объеме продаж в 2007–2011 годах составляла в среднем 41,6%.

На глобальном рынке какао-продуктов и шоколада в настоящее время сложилась непростая ситуация. По данным экспертов, в настоящее время в мире ощущается самый большой дефицит какао за последние 50 лет. В последнее время спрос на какао существенно превысил предложение, и этот разрыв будет расти, достигнув 70 тыс. метрических тонн. Дефицит может сохраниться на протяжении шести лет, что



станет самым серьезным дефицитом какао с 1960 года. Причины сложившейся ситуации – нестабильная политическая и военная ситуация в странах Западной Африки – основном регионе производства какао, который обеспечивает 70% всех поставок на мировой рынок. Существенным фактором для успешного сбора урожая какао является погода, которая в прошедшем сезоне не всегда была благоприятной – была сильная засуха в Гане и Кот-д'Ивуаре.

Кроме того, в Западной Африке у производителей какао-бобов возникла еще одна проблема – деревья на их плантациях начали стареть. Например, в Гане почти 30% всех деревьев уже совсем не плодоносят из-за возраста. А для того чтобы начали плодоносить молодые деревья, требуется не менее трех лет.

Как заявил глава статистического подразделения Всемирной организации какао Лоран Пипитон, в ближайшем будущем в мире дефицит шоколада составит почти 70 тыс. тонн. Поставщики, которых опросил Bloomberg,

прогнозируют, что до конца следующего года цена за тонну какао вырастет примерно на 15% – до 3200 долл. Для крупных производителей этого продукта дефицит какао-бобов неминуемо приведет к немалым издержкам.

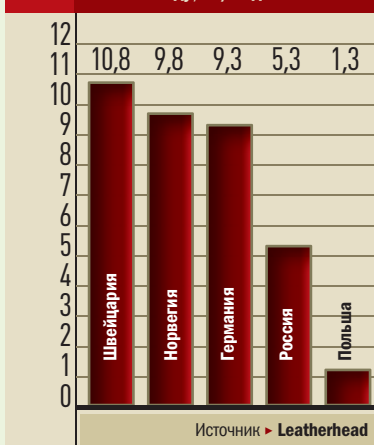
Наблюдается повышение спроса на какао, поскольку уровень мировой экономики также растет. По словам главы GreenHaven Commodity Services (Атланта) Эшмеда Прингла, спрос на шоколад очень велик. Одной из основных причин он считает рост доли среднего класса в Азии, представители которого все больше тратят на элитные кондитерские изделия. Так, только в Китае объемы продаж шоколада за последнее десятилетие увеличились более чем в два раза и превысили темпы роста реализации в Западной Европе – крупнейшем потребителе шоколада на планете. В результате в 2013 году стоимость какао-бобов возросла на 25%.

Дефицит какао на мировом рынке в 2014 году будет главной причиной роста цен на продукт. Какао стало самым прибыльным товаром 2013 года. Специалисты

говорят о тенденции сохранения лидирующей позиции какао на биржевом рынке. По прогнозам экспертов Rabobank, на торгах в Нью-Йорке во втором квартале 2014 года котировки какао достигнут 2900 долл. за тонну. К третьему кварталу цены поднимутся до отметки 3000 долл. за тонну. К концу года стоимость какао поднимется до 3050 долл. за тонну.

В свою очередь, эксперты Commerzbank представили свой

Рис. 1. Среднедушевое потребление шоколадных изделий в европейских странах в 2012 году, кг/год



прогноз цен на какао на торговой бирже в Лондоне в следующем году. Во втором квартале 2014 года цены поднимутся до отметки 1800 фунтов стерлингов. В третьем квартале фьючерсы на какао останутся на уровне 1800 фунтов. Однако к концу года произойдет очередное повышение фьючерсов до отметки 1850 фунтов стерлингов за фунт (0,45 кг).

Тем не менее производители готовой продукции из шоколада смотрят в будущее оптимистично. Они уверены, что некоторый рост цен на сырье не окажет слишком сильного влияния на цену конечной продукции, а значит, шоколад будет по-прежнему доступен для потребителя. Согласно оценке специалистов, продажи продукции из какао в 2014 году возрастут до рекордных 7,3 млн тонн.

Российский шоколадный рынок: высокий уровень концентрации

Потребление шоколада растет во всем мире. В Швейцарии уровень потребления шоколада в 2012 году составил 10,8 кг на человека, в Германии – 9,3 (рис. 1). Россиянин в среднем съедает 5,3 кг шоколадных изделий в год. Это меньше, чем в ведущих западноевропейских странах, но больше среднего уровня потребления в восточноевропейских государствах – 2,75 кг шоколада и шоколадных конфет на душу населения в год.

Таким образом, Россия постепенно приближается к уровню потребления шоколадной продукции в западноевропейских странах, где данный показатель в среднем составляет около 8 кг/чел. в год.

На российском кондитерском рынке сегмент шоколадных изделий занимает значительную долю (рис. 2).

Россия – один из наиболее перспективных развивающихся мировых рынков для шоколадной продукции. По оценке Euro-monitor International, в 2012 году объем российского рынка шоколадных изделий составил около 8 млрд долл. Ожидается, что к 2016 году российский рынок увеличится на 45% и достигнет 11,6 млрд долл.

Рост российского рынка шоколада в последнее время прояв-

Рис. 2. Структура российского рынка кондитерских изделий в 2012 году в натуральном выражении



Источник: АСКОНД

ляет тенденцию к замедлению, что связано с его активным насыщением. С одной стороны, это знак грядущей стабилизации рынка. С другой, объемы массового потребления шоколада в натуральном выражении падают, население склонно покупать шоколад реже, но более дорогой.

По мнению экспертов, потенциально российский шоколадный рынок более емкий, чем есть на сегодняшний день, однако без соответствующей поддержки отрасли максимального уровня потребления шоколада в стране достичь сложно. Активное развитие параллельных сегментов кондитерского рынка (мучных и сахаристых кондитерских изделий, жевательной резинки) также является одной из причин замедления роста.

Еще несколько лет назад на российском шоколадном рынке присутствовали многочисленные марки продукции, как отечественные, так и импортные. Сегодня, по оценкам экспертов, 96% кондитерских изделий производится на территории России, хотя и владеют многими российскими фабриками зарубежные транснациональные компании. Шоколадный бизнес во всем мире признается одним из наиболее рентабельных, поэтому в эту отрасль активно вкладываются иностранные капиталы. Отечественный рынок шоколадных изделий отличается высоким уровнем концентрации, его почти полностью контролируют пять ведущих игроков. При этом основная их часть – это международные холдинги, владеющие кондитерскими фабриками на территории России.

Наиболее емкий сегмент отечественного рынка шоколадных изделий – конфеты пралине, на долю которых приходится более половины всего оборота шоколадных изделий. По данным компании «Маркет Аналитика», в 2012 году рост данного сегмента был немного ниже, чем в среднем по рынку. На втором месте находится сегмент плиточного шоколада (1,2 млрд евро), который показал двузначные цифры роста продаж. Третий по величине сегмент рынка – шоколадные конфеты, с показателями роста выше среднего.

Таким образом, в целом российский рынок шоколада достаточно стабилен и имеет тенденцию к росту, спрос на шоколадную продукцию будет уверенно развиваться.

Рост себестоимости производства шоколадных изделий

Ассоциация предприятий кондитерской промышленности «АСКОНД», анализируя состояние мирового и российского рынка сырья для производства кондитерских изделий, прогнозирует рост себестоимости производства шоколадных изделий.

В заявлении ассоциации отмечается, что на рынках сырья для кондитерской отрасли зафиксирован значительный рост цен. Сочетание двух факторов – негативной рыночной конъюнктуры и сохраняющихся ввозных пошлин на какао-продукты является вызовом для российской кондитерской отрасли. По сообщениям участников рынка, а также согласно отчетам аналитических агентств («Агроперспектива», ИКАР) цены на ключевое для отрасли сырье за последний год значительно выросли: на молоко и молочные продукты – на 29%, на орехи – на 26%.

Наиболее ощутимым для отрасли является рост цен на какао-бобы – более чем на 20% за полгода (с 1448 фунтов за тонну в июле 2013 года до 1745 фунтов за тонну в декабре 2013 года, CFFE Лондонская международная биржа финансовых фьючерсов и опционов). Также значительно подорожало какао-масло – на 43% (с 3150 фунтов за тонну в июне 2013 года до 4514 фунтов за тонну в декабре 2013 года).

По мнению трейдеров, а также ряда участников индустрии переработки какао, рост цен на какао-масло в том числе объясняется фактором недостаточного спроса на какао-порошок, который также образуется при переработке какао-бобов. В то время как какао-масло необходимо в пропорционально большем количестве для изготовления шоколада и шоколадных изделий. Таким образом, высокая стоимость какао-масла компенсирует переработчикам какао недостаточный спрос на какао-порошок.

При сохранении прочих равных условий российские предприятия могут вновь оказаться под угрозой сильного давления со стороны зарубежных производителей, особенно учитывая ослабленную таможенную защиту локального рынка в рамках дальнейшего снижения пошлин согласно обязательствам по ВТО.

В частности, в 2013 году Российская Федерация провела первый этап снижения таможенных пошлин на ввоз готовой шоколадной продукции. Уровень защиты рынка был снижен на 13,3%. Итоговое снижение защитных пошлин на период до 2016 года составит 57%. По данным аналитического агентства IndexBox, за первую половину 2013 года стоимость импортированной шоколадной продукции снизилась на 7,3%.

Поэтому «АСКОНД» прогнозирует рост себестоимости производства шоколада и шоколадных изделий на территории Российской Федерации, что усугубляется, в том числе, сохранением фискальных пошлин (от 3 до 5%) на импорт какао-продуктов – ключевого сырья для кондитерской отрасли. Сохранение импортных пошлин на какао-продукты делает шоколадную продукцию, произведенную в России, менее конкурентоспособной по сравнению с импортными аналогами. В 2012 году компании – члены «АСКОНД» в установленном порядке обратились в Правительство Российской Федерации с предложением обнулить пошлины на импорт какао-продуктов. В настоящее время происходит процесс межведомственного согласования и уточнения позиций по данному предложению.

Перспективы развития российского рынка функциональных кондитерских изделий

Мировой рынок функциональных кондитерских изделий остается нишевым, однако растет очень быстро, поскольку производители сладостей ищут новые пути дифференциации своей продукции от продукции конкурентов. По мнению экспертов, этот рынок будет продолжать свое активное развитие и в среднесрочной перспективе.

По оценке Leatherhead Food Research, стоимость мирового рынка функциональных кондитерских изделий в 2012 году составила 11 млрд долл., этот показатель вырос на 38% с 2006 года. Продажи функционального шоколада, по данным Euromonitor International, в 2012 году оценивались в 296,8 млн долл., а к 2013 году этот показатель, согласно прогнозам,

увеличится на 19% до 353,8 млн долл.

Тем не менее на долю функциональных кондитерских изделий приходится лишь 8% общего кондитерского рынка. К сожалению, полезным кондитерским изделиям пока не удалось стать настолько же популярными, как функциональные продукты в молочном или хлебопекарном секторах.

Но все-таки, по мнению ведущих мировых аналитиков, сегмент функциональных кондитерских изделий сейчас является одним из самых бурно развивающихся на мировом кондитерском рынке. Функциональные кондитерские изделия сочетают в себе элемент здорового питания с удобством и удовольствием – это решающий фактор в развитии производства этой группы продуктов.

Эксперты российского рынка, представители компаний – поставщиков пищевых ингредиентов высказывают свое мнение о перспективах развития российского рынка функциональных кондитерских изделий. Рассказывают о том, какие инновационные решения сегодня предлагаются кондитерам для производства функциональной продукции.

Яна Петыш, директор по маркетингу, ЗАО «Балтийская Группа»



Все игроки отечественного рынка кондитерских изделий, безусловно, ощущают изменения потребительских предпочтений и, как правило, подстраиваются под них.

«Здоровые сладости» – еще несколько лет назад это понятие можно было бы считать оксюмором. Однако, с тех пор как потребители стали в большей степени ориентироваться на правильное питание и здоровый образ жизни в целом, производство функциональных кондитерских изделий постепенно становится стратегическим направлением развития большинства крупных

компаний. В противном случае можно не просто лишиться части аудитории (весьма платежеспособной и перспективной), но и фактически передать ее более дальновидным конкурентам.

С точки зрения потребителя, сегмент функциональной кондитерской продукции можно условно подразделять на две группы: так называемые кондитерские изделия «пониженной вредности» и «повышенной полезности». Первая группа объединяет кондитерские изделия с пониженным содержанием жира, сахара и прочие «облегченные» вариации традиционных лакомств. Вторая включает в себя кондитерские изделия с добавленной пользой, на основе которой, соответственно, строится позиционирование.

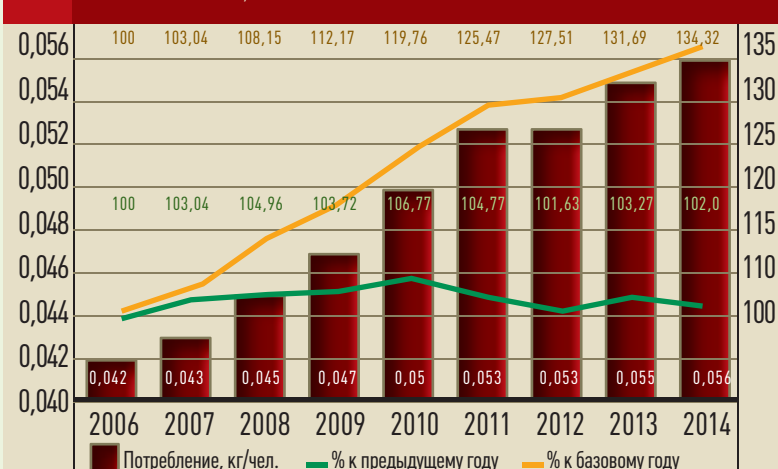
Проблема состоит в том, что естественный процесс дифференцирования подобной продукции начался совсем недавно. По этой причине рано и сложно измерять емкость данного сегмента. Тем не менее уже сейчас можно говорить о его потенциале – учитывая явную ненасыщенность российского рынка, можно ожидать рост данного

сегмента на несколько процентов в год. Это подтверждается и данными исследовательских компаний. Так, например, по данным ИА «КредИнформ», можно ожидать продолжения стабильного роста такого показателя, как потребление функциональных продуктов на душу населения в этом году.

Не только рынок ингредиентов, но и вся пищевая промышленность развивается согласно потребительским предпочтени-

ям, моде и другим важным социальным явлениям. Такие тенденции обычно приходят к нам с Запада, хотя и с некоторой задержкой. Для основной платежеспособной массы населения уже весьма актуален вопрос «оздоровления» своего рациона, и производители стараются удовлетворять спрос, создавая новые линейки инновационных, обогащенных продуктов во всех категориях. Определенно, на сегодняшний день сегмент функ-

Рис. 1. Динамика производства функциональных продуктов питания в России, тонн



Источник: данные ФСГС, оценка ИА «КредИнформ»

циональных кондитерских изделий находится на стадии развития и роста. Как представитель компании – поставщика ингредиентов могу отметить, что уже сейчас на кондитерском рынке существует немало новых, но уже успешных функциональных продуктов.

Общевойсковой тренд находит отражение в российских реалиях: один из отечественных производителей представил интересную концепцию – шоколад для похудения. Идея проста – калорийность самого популярного лакомства снижена за счет введения в рецептуру яблочных волокон. Они не искажают вкус продукта, а вынесение на этикетку их полезных свойств обеспечивает успех продукта среди сторонников здорового питания.

Примеры обогащения продуктов питания омега-3 мы достаточно часто видим как на российском, так и на мировом рынке. Но еще совсем недавно мы не могли найти на российском рынке кондитерских изделий, обогащенных омега-3. Сейчас ситуация изменилась – в магазинах появился не только шоколад и печенье, но даже торты с омега-3. Зефир с пищевыми волокнами, мороженое с пробиотиками, шоколад с витаминами и фруктовыми кусочками – подобные продукты все чаще и чаще появляются на прилавках российских магазинов.

Для кондитерской сферы производство продуктов с пониженным содержанием жиров и сахара означает, прежде всего, использование высококачественных ингредиентов, способных обеспечить глубину и насыщенность вкуса. К таким ингредиентам относятся ароматизаторы (предпочтительно натуральные), стабилизаторы на основе природного сырья, фруктовые и зерновые ингредиенты.

Сочетание ингредиентов – качество каждого в отдельности и их совокупный эффект – может стать причиной успеха или провала продукта на рынке. Именно поэтому процесс подбора ингредиентов является важным этапом при разработке и запуске нового продукта.

Под полезными включениями мы понимаем уже не только ягоды, фрукты, орехи, но и пробио-



тики, ингредиенты с омега-3, витамины, минералы, растительные экстракты.

Сегмент функциональных ингредиентов для производства кондитерских изделий постоянно увеличивается и совершенствуется: в последнее время появилось много новых, интересных решений, позволяющих создавать востребованные продукты.

Так, к примеру, в рецептуры конфет входят традиционные ингредиенты – орехи, карамель, вафли. Современная альтернатива – фруктовые кусочки бельгийской компании Taura, которые позволяют добиться необходимого визуального эффекта и ввести в состав продукта натуральные фрукты. Снаружи кондитерские изделия нередко обсыпают кокосовой стружкой, дробленным орехом, воздушным рисом или вафельной крошкой. Эффектно и необычно будут выглядеть в качестве обсыпки фруктовые кусочки (например, мелкие клубничные кусочки Taura на белой глазури). Производители вполне могут заменить ими другие варианты обсыпки, обеспечив при этом привлекательный внешний вид конфеты и интересный, необычный вкус.

В рамках тенденции здорового питания французская компания Limagrain предложила уникальный заменитель дробленого ореха – обжаренные зародыши кукурузы. Такая замена позволит не только снизить себестоимость, но и обогатить продукт пищевыми волокнами, антиоксидантами, витамином B6, омега-6 ненасыщенными жирными кислотами, растительными белками и магнием.

Чтобы улучшить внешний вид продукта, можно использовать современные красители – как для начинки, так и для глазури. При этом все чаще производители отдают предпочтение натуральным красителям и растительным экстрактам, с помощью которых можно не только добиться нужного оттенка, но и поддержать положительный имидж продукта благодаря «чистой этикетке» – куркумину, шпинату, паприке, сокам бузины, свеклы, черной моркови. Так, например, яблочный экстракт позволяет окрасить продукт в любой оттенок золотисто-коричневой гаммы и при этом не «портит» этикетку конечного продукта.

Зачастую при разговоре о функциональных ингредиентах незаслуженно обходят вниманием стабилизаторы. Между тем при стремлении производителей предложить покупателю как можно более «легкий» с точки зрения калорийности продукт и при этом максимально сохранить его вкус и структуру, не обойтись без стабилизаторов. Современные стабилизаторы на основе каррагинанов и микрокристаллической целлюлозы позволяют придать продукту необходимую структуру, а порой и создать новые неожиданные вариации традиционных продуктов – питьевые мармелады, функциональное питьевое желе и т.д.

Особого внимания заслуживают ингредиенты, которыми можно обогатить продукт – в этом мы видим основную тенденцию на современном рынке пищевой промышленности в целом.

Так, даже кондитерская продукция может продвигаться

и восприниматься потребителем как источник пищевых волокон, жирных кислот омега-3, витаминов, молочного белка и других полезных веществ.

Люди все более внимательно относятся к своему здоровью, следят за весом, ограничивают потребление сахара и жиров, все чаще обращают внимание на состав продукта. Компания «Балтийская Группа» давно отметила эту тенденцию и сделала своей приоритетной целью поставку натуральных и функциональных ингредиентов для продуктов здорового питания.

Инна Петрова, главный технолог ООО «ААК»



Вместе с растущей осведомленностью о влиянии питания на здоровье повышается интерес потребителя к более здоровым продуктам. Хлебобулочные и мучные кондитерские изделия, например печенье, сдобные булочки и пирожные, – часть ежедневного рациона, и они могут быть полезными для здоровья.

Традиционно продукты из булочных-кондитерских, расположенных рядом с домом, составляют большую часть потребляемых хлебобулочных изделий. Изменение ритма жизни, отсутствие свободного времени и большой фокус на удобные продукты приводят к увеличению предложения фасованных хлебобулочных изделий в порционной упаковке или упакованных для удобства употребления на ходу. Такие изделия отлично подходят для перекуса в течение дня.

Питательная и пищевая ценность хлебобулочных изделий постепенно улучшается. Как результат, многие страны уже снизили содержание трансизомеров жирных кислот в продуктах и продолжают движение в на-

правлении создания жиров без трансизомеров, одновременно ставя своей целью использование негидрогенизированных масел и жиров. Если взять за основу рекомендации Всемирной Организации Здравоохранения по снижению потребления насыщенных жиров, следующий шаг производителей – дальнейшее укрепление здоровья населения путем снижения содержания насыщенных жиров в хлебобулочных изделиях как в тесте, так и в начинках.

Елена Скачевская, технолог кондитерского направления Группы компаний «Союзоптторг»



По нашему опыту, для российского кондитерского рынка эта тенденция совсем неактуальна. В ассортименте даже очень крупных клиентов ГК «Союзоптторг» практически нет кондитерских продуктов с функциональными ингредиентами, и подобные запросы мы редко получаем.

Опыт Западной Европы во многом служит для российских компаний ориентиром и индикатором тенденций. А по данным международного агентства Mintel, доля функциональных кондитерских изделий среди новинок, появившихся в последние два года в европейских странах, не превысила 6%. Поэтому нам также вряд ли стоит ожидать активного развития и расширения данной группы продуктов. Как я уже говорила, этот вывод подтверждается и повседневной практикой ГК «Союзоптторг».

Что касается ингредиентов для функциональных кондитерских изделий, по опыту нашей компании пока получается, что польза для здоровья, питательность – это дополнительная, так сказать побочная, характеристика товаров, которые мы предлагаем.

Не так давно мы получили от нескольких предприятий запросы на растительные волокна для использования в составе зефира и пастилы. Волокна удерживают влагу, позволяя продлить свежесть продукта, обеспечить необходимое его качество. Именно эти свойства заинтересовали наших клиентов в первую очередь. То, что данный ингредиент является также и функциональным, улучшая процесс пищеварения, для наших покупателей «дополнительный бонус»: у продукта появляется уникальное маркетинговое преимущество, его можно позиционировать под слоганом «Сладкое становится полезным!».

Еще один пример. Пектин, который мы поставляем многим кондитерским предприятиям, используется ими как гелеобразователь, загуститель, влагоудерживающий агент. На том, что пектин важен для стабилизации обмена веществ, снижает содержание холестерина в организме, выводит вредные металлы, наши клиенты акцент не делают. Для этого требуется дополнительная дорогостоящая сертификация, а особого спроса на функциональные кондитерские изделия со стороны потребителей нет. Хотя врачи-диетологи рекомендуют есть мармелад, содержащий пектин.

Наталья Шестопалова, технолог компании «Джорджия»



В настоящее время актуальной проблемой является разработка продукции специализированного назначения, предназначенной для диетического и функционального питания. В техническом регламенте Таможенного союза ТР ТС 027/2012 «О безопасности отдельных видов специализированной пищевой продукции, в том числе диетического лечеб-

ного и диетического профилактического питания» определено, что пищевая продукция диетического профилактического питания – специализированная пищевая продукция, предназначенная для коррекции углеводного, жирового, белкового, витаминного и других видов обмена веществ, в которой изменено содержание и (или) соотношение отдельных веществ относительно естественного их содержания и (или) в состав которой включены не присутствующие изначально вещества или компоненты, а также пищевая продукция, предназначенная для снижения риска развития заболеваний.

Диетическими кондитерскими изделиями называют такие сладкие продукты, при изготовлении которых использованы заменители сахара. Диетические изделия предназначены для питания лиц с нарушениями обмена веществ или в профилактических целях.

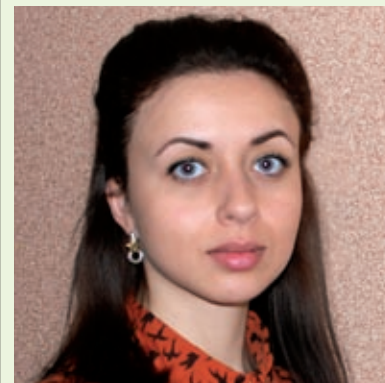
Основой для создания таких продуктов в кондитерской отрасли могут быть изделия пастило-мармеладной группы, из-за высокого содержания в нем пектина, который не только технологически необходимый компонент, но и полезный для человека функциональный ингредиент. В кондитерских изделиях для диабетиков вместо сахара используют сорбит, ксилит или сахарин, а вместо крахмала – отруби, ореховые жмыхи.

Но самым перспективным сырьем для производства диетических кондитерских изделий считается фруктоза. Фруктоза очень хорошо усваивается, не нуждается в присутствии инсулина и поэтому рекомендуется больным сахарным диабетом. Употребление большого количества фруктозы не влияет отрицательно на здоровье человека. В сравнении с сахарозой сладость фруктозы в 1,3–1,5 раза больше, растворимость в воде выше, чем у сахарозы и глюкозы, и из пересыщенных растворов фруктоза кристаллизуется очень медленно. Фруктоза имеет очень высокую гигроскопичность, она начинает сорбировать влагу из окружающей среды при относительной влажности воздуха 45–50%.

В целях улучшения и сохранения реологических характеристик – структуры и консистен-

ции, внешнего вида и вкуса кондитерских изделий на фруктозе наиболее актуальным становится применение пищевых волокон. Кроме того, пищевые волокна являются прекрасными функциональными ингредиентами, которые способны оказывать благоприятное воздействие как на отдельные системы организма человека, так и на весь организм в целом.

Ольга Моргунова, менеджер по ключевым клиентам кондитерского и хлебопекарного направлений, ООО «ТФС»



За последние 10 лет ориентация российского кондитерского рынка на массового потребителя все больше сменяется ориентацией на их конкретные группы: по полу, возрасту, уровню доходов. Постепенно на российском рынке стали появляться кондитерские изделия с тем или иным функциональным назначением. Поначалу это были продукты только западного производства, но сегодня каждая более или менее крупная кондитерская фабрика имеет в своем ассортименте линейку функциональных продуктов – это могут быть изделия без содержания сахара, без основных аллергенов (лактозы, яичных продуктов и др.) с добавленной пищевой ценностью и другими полезными свойствами, например улучшающие пищеварение.

Сейчас российские производители кондитерской промышленности в процессе конкурентной борьбы стали приходить к выводу, что больше всего возможностей для развития и повышения спроса на продукцию в целом предоставляет сегмент рынка функциональных изделий. Поэтому в дальнейшем это направление будет не только расти и развиваться, но и достигнет уровня

потребления привычных кондитерских лакомств.

Хочется отметить, что российский рынок функциональных кондитерских изделий на сегодняшний день далеко не насыщен. Все равно так или иначе больше половины всего объема продукции на прилавках приходится на импорт, несмотря на то что отечественные фабрики имеют огромный потенциал для развития ассортимента функциональных изделий. В целом, прогноз развития этого сегмента рынка оптимистичен, поскольку все больше укрепляется тенденция к увеличению потребления продуктов, полезных для здоровья человека. Большое влияние на спрос оказывает мода на здоровый образ жизни в целом, и на здоровое и сбалансированное питание в частности, пришедшая к нам из развитых европейских стран, где функциональные кондитерские изделия уже давно ассоциируются с пользой.

А чтобы побороть стереотипное мышление российского потребителя (в основном это свойственно регионам), в игру должны вступить маркетинговые приемы и реклама – все то, что в Европе называется *promotion*. Важно донести до потребителя все полезные свойства этих продуктов и убедить его в правильности такого выбора для себя и своей семьи, ведь мы – это то, что мы едим.

В последнее время спрос на функциональные ингредиенты растет достаточно активно. Самый быстрорастущий сегмент на рынке – пребиотики (преобладающим является инулин – около 40% рынка). Что касается использования этого ингредиента в кондитерской продукции, то здесь пребиотики активно применяются при изготовлении, например, функционального шоколада.

Все больше производителей разрабатывают и создают решения, направленные на поддержание здорового рациона питания для людей с непереносимостью отдельных компонентов пищи. На рынке большой популярностью пользуются продукты, не содержащие один из самых распространенных аллергенов – глютен. Для его замены используют тапиоковый крахмал, рисовую му-

ку, кукурузный и картофельный крахмалы.

Следующие по значению – продукты без содержания лактозы. Ее чаще всего заменяют кокосовым и соевым молоком, но в последнее время в Европе большее распространение получил такой продукт, как сухое козье молоко, которое применяется во всех отраслях пищевой промышленности для замены лактозных составляющих.

Ну и, наконец, самый часто заменяемый ингредиент – это сахар. Долгое время на рынке доминировали искусственные заменители, о пользе и вреде которых споры ведутся до сих пор. Сегодня крупные кондитерские фабрики в своих линейках функциональных изделий успешно заменяют сахар такими натуральными продуктами, как экстракт стевии, и различными полиолами. Например, сорбитовый сироп Neosorb – связующий агент и подсластитель в кондитерской промышленности, снижает общую сладость и калорийность изделия с высоким содержанием сахарозы. *Lucasin* – мальтитный сироп (подсластитель), не вызывает кариес, не имеет ограничений для больных диабетом, может выступать в качестве 100%-ной замены сахара. *Sweet Pearl* – кристаллический мальтитол, также используется в качестве подсластителя для кондитерской промышленности, является безвредным для человеческого организма и не влияет на уровень сахара в крови.

Что касается рынка мучных кондитерских изделий, то здесь бывает трудно побороть стереотип «выпечка – вред для фигуры». Хотя в современном производстве вовсе используется такой функциональный ингредиент, как пищевые волокна. Это могут быть нерастворимые волокна (пшеничные, гороховые, цитрусовые), которые содержат в себе полезную для пищеварения клетчатку. Также широко применяются растворимые волокна *Nutriose* – уникальный продукт, который позволяет снизить содержание сахара и калорийность изделий, сохраняя великолепный вкус; позитивно влияет на работу ЖКТ и оказывает пребиотический эффект; имеет низкие гликемический (25%) и инсулирован-

ный (13%) индексы; постепенно выделяет энергию.

Благодаря своему широкому спектру этот продукт может содержать различный процент пищевых волокон и быть альтернативой, например, полидекстрозе, широко применяемой в кондитерском производстве.

Как мы видим, на рынке функциональных пищевых ингредиентов тоже действует основной закон «спрос рождает предложение», поэтому с каждым годом все больше производителей будут искать и находить новые функциональные ингредиенты для создания вкусных и полезных продуктов.

Анастасия Головушкина, продакт-менеджер департамента маркетинга, Группа компаний «Инфорум»



В настоящее время российский рынок направлен в сторону повышения качества продуктов питания. Качество питания человека определяется двумя главными показателями: энергетической насыщенностью и комплексностью необходимых ингредиентов (белков, жиров, витаминов, минеральных веществ). Покупатели все больше следят за своим здоровьем, уделяя внимание не только безопасности продуктов питания, но и их сбалансированности, содержанию трансизомеров жирных кислот, ГМО-статусу продукта, пищевой и энергетической ценности. Потребитель внимательно изучает заявления о полезных свойствах продуктов и его состав, которые выносятся на этикетку.

В западных странах производство кондитерских изделий, имеющих свойства, положительно влияющие на здоровье, активно развивается. Например, швейцарская компания *Stella* производит различные виды функци-

онального шоколада: для людей, страдающих сахарным диабетом, в котором сахар заменен подсластителем на основе стевии; для потребителей с непереносимостью лактозы (без лактозы). Также выпускается шоколад для вегетарианцев, причем это молочный шоколад, но без молока. Этот шоколад одобрен ассоциацией вегетарианцев и веганов. На рынке есть шоколад без глютена, без ГМО и пр.

На российский рынок мировые тенденции приходят с задержкой в 2–3 года. В нашей стране сейчас растет поколение, которое видит мировые тенденции в питании и стремится им следовать. Сегодня потребитель все больше внимания уделяет своему здоровью и здоровому питанию. Это в духе мировых трендов.

Владлена Коцюба, руководитель отдела разработок и развития бизнеса, Группа компаний «Инфорум»



Растущая осведомленность о здоровом образе жизни подталкивает россиян изменять свой привычный рацион питания и включать продукты, содержащие ценные ингредиенты, полезные для здоровья, а также продукты с низким содержанием жиров, с низким содержанием трансизомеров ненасыщенных жирных кислот, обогащенных микронутриентами (витаминами, минеральными веществами, микроэлементами и другими компонентами, например, полифенолами, источником которых служат фрукты, овощи, ягоды и т.д.). Растет осведомленность о том, что про- и пребиотики, а также продукты с высоким содержанием волокон улучшают состояние пищеварительной системы.

В соответствии с ГОСТ Р 2349–2005 «Продукты пищевые функциональные. Термины и

определения», функциональные продукты для питания организма человека – специальные пищевые продукты, предназначенные для систематического употребления в составе пищевых рационов всеми возрастными группами здорового населения, обладающие научно обоснованными и подтвержденными свойствами, снижающие риск развития заболеваний, связанных с питанием, предотвращающие дефицит или восполняющие имеющийся в организме человека дефицит питательных веществ, сохраняющие и улучшающие здоровье за счет наличия в их составе физиологически функциональных пищевых ингредиентов.

Родина понятия «физиологически функциональных продуктов для питания организма человека» – Япония, где в 90-е годы прошлого века был принят закон об улучшении питания. Новая система была направлена на то, чтобы помочь продвигать производство продуктов питания, нацеленных на решение серьезных проблем со здоровьем. Кстати, Япония является единственной в мире страной, в которой это при-



нято на законодательном уровне. На японском рынке представлены такие продукты, как готовые супы, предотвращающие нарушения кровоснабжения; пиво, противодействующее поражению клеток раком; шоколад для профилактики инфаркта миокарда. В США функциональное питание получило достаточно широкое распространение и активно рекламируется в СМИ. А в некоторых странах, например в Германии, запрещена реклама пищевых продуктов, оказывающих лечебное воздействие.

Давайте посмотрим на молочную отрасль, поражает количество компаний, выпускающих продукты функционального назна-

чения, и торговые марки таких продуктов на рынке. «Нестле Россия», «Юнимилк», «Данон», «Валио», «Кампина», «Эрманн», «Вимм-Билль-Данн», «Пармалат», «Золотые луга», «Велле» – все эти компании имеют в ассортименте продукты функционального питания от продуктов для детей до специального питания для людей после операций и для людей пожилого возраста.

В развитии направления функциональных кондитерских изделий наша компания видит большое будущее. В своих разработках мы учитываем современные тенденции и запросы потребителей. В сегменте шоколадных изделий ГК «Инфорум» создала много интересных новинок. Так, у нас есть разработки шоколада с пребиотиками и шоколада для страдающих диабетом, в котором в качестве заменителя сахара используется инулин, стевия, мальтитол. Работа на выставке «Ingredients Russia 2014» показала, что на нашем рынке есть спрос на «здоровые» продукты. Так, большой интерес вызвал высокогорный шоколад нашей компании, который можно отнести

к продуктам, полезным для здоровья. Он содержит серотонин, повышающий настроение; кофеин, повышающий работоспособность; комплекс витаминов и микроэлементов, которые тоже относятся к группе функциональных добавок.

Этой проблеме мы уделяем особое внимание при планировании новых разработок, учитывая, что основным компонентом производимых нами полуфабрикатов являются жиры. Разработанные начинки изготовлены с применением начиночных жиров, не подвергнутых гидрогенизации и иным химическим методам модификации, полученных из источников, не содержащих ГМО.

Мы считаем, что через 2–3 года российские предприятия представят, например, на выставке «Продэкспо» большое количество новых интересных функциональных кондитерских изделий. Российские производители идут в ногу со временем, с мировыми тенденциями рынка. Гиппократ еще в V веке до н.э. говорил: «Еда должна быть лекарством, а лекарство – едой».

... всё для хлебопёков, кондитеров, пиццайол и производителей макарон

3-5 июня 2014

МВЦ, Броварской проспект, 15, г. Киев, Украина



Международные специализированные выставки

Хлеб • КондитерЭкспо

PizzaFairUA • PastaCraft • OrganicFest

Организатор:

Выставочная компания «ТРОЯН»

тел.: +38 (044) 258-01-23, 258-02-37

E-mail: manager@troyan.kiev.ua

www.bread-expo.kiev.ua

Информационные партнеры:



Ваш натуральный яркий цвет

Эксперты отмечают неуклонный рост российского рынка мучных кондитерских изделий. Несмотря на то, что кондитерские изделия трудно отнести к полезным в силу большого содержания сахара, и для этого сегмента характерны потребительский тренд здорового и полезного питания.

Рынок кондитерских изделий оценивается как насыщенный, поэтому прогнозируется, что в выигрыше будут те производители, которые используют натуральные и экологически чистые ингредиенты. Неуклонно растет выпуск продуктов с «чистой этикеткой».

Красители играют не последнюю роль в создании продукта и влияют на выбор покупателя, при-

Все эти изделия нуждаются в разнообразных красителях, которые не мигрируют из слоя в слой.

Наложение цвета на цвет и возникновение цветового пятна является сигналом низкого качества продукта. Компания «Хр.Хансен» предлагает актуальное «натуральное» решение в применении красителей в кондитерских мучных изделиях. Мы представляем

производства CapColors обеспечивает повышенное сопротивление воздействию света, pH-фактору и окислению. К тому же структура этих красителей повышает интенсивность окрашивания продукта, что позволяет повысить экономическую эффективность стоимости в продукте. Этой группе красителей присуща высокая красящая способность и пониженная миграция из слоя в слой продукта.

Они полностью окрашивают смесь и не расслаиваются. Отсутствие комков и вкраплений красителя обеспечивает однородную структуру смеси.

«Безусловно, любой технологический процесс требует особого подхода в применении красителей, – отмечает руководитель бизнес-направления натуральных красителей компании «Хр.Хансен» Милена Челякова. – Поэтому мы

постоянно оказываем необходимую помощь нашим клиентам, как технологическую, так и консультационную в области законодательства и сертификации продуктов с применением красителей. На постоянной основе проводим семинары для специалистов пищевых производств, как очные, так и заочные. Все это помогает нашим заказчикам реализовать их бизнес-идеи при запуске новой продукции с применением наших натуральных красителей».



Примеры миграции красителя:



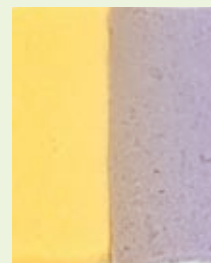
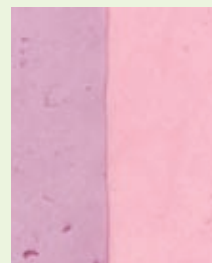
Розовый оттенок мигрирует и приводит к исчезновению желтого оттенка



Желтый оттенок мигрирует и разрушает красный оттенок

Линейка **FruitMax®** позволяет производителям выпускать продукт с «чистой этикеткой», то есть без E-кода. В эту линейку входят концентрированные соки и экстракты с высокой красящей способностью, получаемые из фруктов, овощей, растений, трав, специй, помогающие добиться самых разнообразных оттенков. В готовом продукте они маркируются как «Концентрированный сок или экстракт».

Красители линейки **I-Colors®** специально разработаны для окрашивания гомогенной продукции порошковых смесей. Данная линейка обладает отличной красящей способностью в сухих смесях.



Наши красители не мигрируют, не образуют пятен и обеспечивают яркие цвета

влекая его внимание в момент покупки. Применение красителей позволяет компенсировать естественное изменение цвета, вызванное в процессе производства или корректировать окраску, делая ее более естественной или, наоборот, более яркой и привлекательной. Интенсивность окрашивания влияет на восприятие вкуса, запаха и аромата готового продукта.

Многослойные разноцветные начинки, печенья и пироги неизменно пользуются успехом у потребителя

широкий ассортимент красителей, которые устойчивы к миграции из слоя в слой и воздействию высоких температур. Наши красители позволяют поддержать и раскрыть вкус мучных кондитерских изделий и обеспечивают широкое разнообразие цветовых оттенков.

Представляем линейки продуктов, нацеленных на повышение качества и улучшение внешнего вида кондитерских изделий.

CapColors® – это новое поколение инкапсулированных красителей. Уникальная технология

По вопросам применения, тестирования и закупки натуральных красителей компании «Хр.Хансен» просим обращаться по телефону +7 495 221 05 06

Дополнительная информация о красителях на сайте компании www.chr-hansen.ru

Натуральные красители Fruitmax® для МАКАРОНС



Влияние эмульгаторов и ферментов на свежесть мучных кондитерских изделий

Согласно ТР ТС 021/2011, срок годности пищевой продукции определяется как период времени, в течение которого пищевая продукция должна полностью соответствовать предъявляемым к ней требованиям безопасности, а также сохранять свои потребительские свойства, заявленные в маркировке, и по истечении которого пищевая продукция не пригодна для использования по назначению.

Тимур Дормидонтов,

менеджер по разработкам и инновациям
ЗАО «ПУРАТОС»

Регламент ТР ТС 021/2011 также определяет, что сроки годности и условия хранения пищевой продукции устанавливаются ее изготовителем. Таким образом, кроме соответствия показателям безопасности, мучные кондитерские изделия (МКИ) на протяжении всего срока годности должны сохранять свои физико-химические и органолептические свойства. И если в течение долгого времени научные работы по увеличению сроков годности пищевых продуктов фокусировались, главным образом, на сохранении их микробиологической чистоты и безопасности, то снижение потребительских свойств воспринималось как неизбежность.

Развитие индустрии пищевой упаковки и совершенствование методов консервации сделали возможным производство кексов и пирожных с длительным сроком реализации – на сегодняшний день до шести месяцев при комнатной температуре! Однако, добившись микробиологической безопасности, производители, в большинстве своем, не смогли справиться с задачей сохранения свежести, которая неизбежно снижается с течением времени. В результате, покупая кекс



или торт с минимальным остаточным сроком годности, потребитель может получить черствый продукт, не соответствующий заявлению на маркировке.

Основными качественными показателями свежести кексов (а также многих тортов и пирожных) являются мягкость, влажность (сочность), упругость и эластичность. Мягкость характеризуется усилием, необходимым для нажатия или разжевывания изделия. Влажность – это сочность, которая ощущается в момент употребления продукта. Эластичностью можно обобщить показатели плотности мякиша и его способности крошиться. Упругость показывает, насколько быстро и полно мякиш изделия возвращается в исходное положение после надавливания. Ины-

ми словами, свежесть МКИ – это комплексный показатель, и главным экспертом в его оценке является, конечно же, потребитель.

Мучные кондитерские изделия представляют собой сложные системы, в которых одновременно протекают физические, химические и микробиологические процессы. Основным компонентом МКИ является пшеничная мука, которая в основном (до 70%) состоит из крахмала. Изменения, происходящие с крахмалом во время выпечки и хранения

свежести. Явления клейстеризации и ретроградации крахмала широко изучаются в России и за рубежом. Однако в настоящее время далеко не полностью определены механизмы и закономерности, которым подчиняются данные процессы. В любом случае, работы по замедлению ретроградации крахмала в составе МКИ проводились по двум направлениям, соответствующим двум типам его молекул (амилозы и амилопектина).

Ретроградация амилозы начинается практически сразу после





Анализ свежести и мягкость изделия на специальном оборудовании сотрудниками лаборатории «Пуратос»

выпечки и происходит очень быстро – вышедшие из крахмального зерна молекулы полисахарида начинают объединяться, высвобождая воду. С этим связано резкое начальное уменьшение мягкости МКИ во время остывания.

Старение амилопектина начинается гораздо позже, когда изделия охлаждаются до температуры окружающей среды. Этот процесс протекает значительно медленнее – в течение недель и даже месяцев. Механизм ретроградации амилопектина определяется его строением – объединяются не сами молекулы, а разветвленные их концы. Поэтому с течением времени мучные кондитерские изделия даже в вакуумных упаковках становятся более сухими и рассыпчатыми.

Многочисленные научные исследования выявили эффективное влияние моноглицеридов на вязкость крахмальных клейстеров. В процессе изучения механизма данного влияния установлено, что молекулы эмульгатора образуют комплексы с амилозой, блокируя

ее молекулы внутри крахмальных зерен. Вследствие чего цепи амилозы теряют способность к кристаллизации. Данное свойство было успешно внедрено в производство мучных кондитерских изделий, и благодаря этому новшеству мягкость изделий с эмульгатором была увеличена.

Однако эмульгаторы не справляются с процессом ретроградации амилопектина, что отражается на общей скорости черствения мучных изделий – она остается постоянной, изделия продолжают терять мягкость, упругость и эластичность. Исследования природы амилопектина показали, что чем длиннее боковые ответвления его молекул, тем выше скорость ретроградации. Замедлить ее помогли ферменты – специфические амилазы, которые гидролизуют амилопектин строго в определенной последовательности. Молекулы фермента атакуют амилопектин с невосстанавливающих концов, последовательно отщепляя остатки олигосахаридов. В результате уменьшения длины способность разветвленных

концов к кристаллизации резко сокращается. Черствение мучных изделий замедляется, качественные показатели сохраняются на более длительный срок. Данное открытие получило широкий промышленный резонанс, многие производители ферментов организовали производство специальных улучшителей для сохранения свежести МКИ. Однако для эффективного замедления процессов черствения необходим комплексный подход и наличие опыта в области производства МКИ и понимания происходящих в них процессов – начиная с подбора сырья и заканчивая упаковкой.

Лидером в данной области является компания «ПУРАТОС», которая владеет многолетним опытом изучения мучных кондитерских изделий, производит ингредиенты для кондитерской промышленности. Запатентованный группой «ПУРАТОС» улучшитель для продления свежести мучных кондитерских изделий «Акти-Фреш» является абсолютным лидером по эффективности и получил широкое признание в мире. Действие его основано на комплексном влиянии эмульгаторов и ферментов, которое позволяет

сохранить все показатели качества МКИ на протяжении срока годности. Многочисленные испытания, проведенные в лабораториях, а также с помощью исследования потребительских предпочтений, показали, что мучные кондитерские изделия с внесением «Акти-Фреш» сохраняют до 50% больше мягкости, влажности, упругости и эластичности!

Отличительным фактом является и то, что с 2013 года «Акти-Фреш» производится в России и уже успел завоевать признание в профессиональной среде. Этот улучшитель получил золотую медаль конкурса «Ингредиент года 2013» в номинации «Инновационный продукт: разработка». Также совместно с крупными предприятиями проводились тесты на производственных линиях, которые показали эффективность «Акти-Фреш» для различного вида изделий (кексы, пряники и бисквиты).

Эффективность «Акти-Фреш» сложно переоценить, так как продленная свежесть дает широкий спектр возможностей предприятиям для развития. Это и уменьшение возвратов из торговых сетей, и расширение возможностей логистики, и увеличение производственной эффективности, снижение количества брака и многое другое. Подробно ознакомиться с функционалом «Акти-Фреш», его возможностями и преимуществами можно на сайте www.thecakefreshnessslab.com – уникальной в своем роде площадке, где специалисты пищевой индустрии могут найти полную информацию о свежести МКИ и различных способах ее продления (на русском языке).

Таким образом, положительное влияние эмульгаторов и ферментов на свежесть мучных кондитерских изделий, а именно использование комплексного улучшителя «Акти-Фреш», позволило производителям по всему миру соответствовать высшим стандартам качества на конкурентном быстроразвивающемся рынке. Являясь лидером в инновациях, компания «ПУРАТОС» всегда помогает своим партнерам в достижении самых амбициозных целей.

Сайты компании «ПУРАТОС»:
www.puratos.ru,
www.puratos.com

Тенденции современного европейского рынка хлебопечения

Европейский рынок хлебобулочных изделий стабильно развивается. Общий объем хлебопекарного рынка ЕС в 2012 году, по данным аналитического агентства GIRA, составляет 40 млн тонн, что оценивается в 126 млрд евро.

Елена Афанасьева,

Федерация европейского союза производителей и поставщиков ингредиентов для хлебобулочной и кондитерской промышленности (Федима)

Почти в половине стран ЕС хлебопекарная традиция связана с артизанальным производством. Вполне обычной ситуацией для среднестатистического европейца является покупка ранним утром свежее выпеченного багета или круассанов на завтрак. Однако постепенно число артизанальных пекарен уменьшается. Так, в 2012 году доля таких пекарен на рынке снизилась на 2,6%. Для этого есть несколько причин. Во-первых, производственные расходы у небольших пекарен гораздо больше, чем у индустриальных предприятий. Кроме того, все большее количество жителей Европы предпочитают хлеб, произведенный на крупных предприятиях. Данное снижение обусловлено также снижением уровня потребления хлеба в Европе в целом – за последние 10 лет оно сократилось на 0,2%.

Несмотря на это, прогнозы развития рынка достаточно позитивны – потребление хлеба останется на прежнем уровне до 2016 года.

Потребление хлебобулочных изделий

Анализ потребления хлебобулочных изделий в европейских странах (рис. 1) показал, что наибольшим по потреблению хлебобулочных изделий в целом и на душу населения в 2012 году был рынок Турции. Лидерами по потреблению хлеба среди 27 европейских стран были Германия и Франция. Румыния и Болгария лидировали по среднему потреблению хлеба, а наименьшее количество хлеба потребляют в Финляндии, Латвии и Словении.

Макроэкономический кризис и стагнация экономик стран, входящих в Евросоюз, обусловили перераспределение спроса в сторону недорогих сортов хлеба, но которые по всем качественным показателям не уступают продукту, к которому они привыкли. Такая тенденция способствует переменам на рынке. Потребитель все мень-

ше предпочитает продукцию пекарен возле дома, это приводит к изменению локализации производства. Но эта ситуация свойственна не всем странам, входящим в Евросоюз. К примеру, в Восточной Европе растет доля хлеба, произведенного в собственных пекарнях сетевых магазинов, в то время как в Западной Европе этот сегмент стабилен и даже имеет тенденцию к сокращению.

Стабильный рост производства хлебобулочных изделий на всей территории Европы показывает развитие сегмента замороженной продукции, предназначенной для всех каналов потребления – домашнего допекания, HoReCa, сетевых магазинов.

Тенденции развития каналов продаж

Если говорить о развитии каналов продаж хлебобулочной продукции (рис. 2), то, по прогнозам аналитиков, до 2016 года доля артизанального сегмента снизится еще на 2,4%. Однако основные преимущества этого канала – свежая выпечка в течение всего дня и возможность быстро перекусить продуктом, приготовленным в пекарне, на ходу, по-прежнему останутся актуальными для жителей Европы.

Продажи хлебобулочных изделий, изготовленных в пекарнях сетевых магазинов, вырастут, согласно прогнозу, на 1,2% к 2016 году. Основанием для роста станет стоимость хлебобулочных изделий в сетевой рознице, она будет, безусловно, ниже, чем в других сегментах. При этом развитие своих собственных хлебопекарных отделов свежей выпечки в сетях привлечет дополнительных покупателей

Рис. 2. Распределение по каналам продаж хлебобулочной продукции в 2012 году



лей за счет оттока клиентов из артизанального сегмента.

Сети пекарен покажут незначительный рост – 0,3% до 2016 года, в основном за счет удобного расположения и сформированного имиджа, при этом ротация ассортимента и активное маркетинговое сопровождение также в значительной степени будут способствовать стабильному приросту этой категории.

Сети заправочных станций (входят в категорию «другие») продемонстрируют рост на 4,2% до 2016 года. Увеличение объемов продаж хлебобулочных изделий в этом сегменте обусловлено сочетанием удобства и наличием стандартного ассортимента мини-супермаркета.

Рестораны быстрого питания на данный момент практически достигли максимального объема рынка, их доля будет медленно увеличиваться на 0,1% к 2016 году. При этом наиболее активное развитие в рамках данного сегмента будет происходить со снэк-барами, небольшими кафе и точками реализации, которые предлагают продукты, удобные для потребления на ходу.

Рис. 1. Потребление хлебобулочных изделий в Европе в 2012 году, в общем (тонны) и на душу населения (кг)

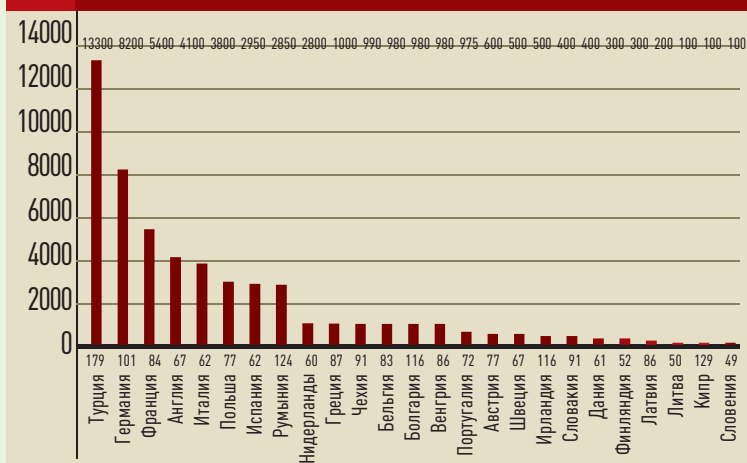


Рис. 3 Средняя стоимость хлебобулочных изделий в странах Европейского союза с разделением по каналам продаж

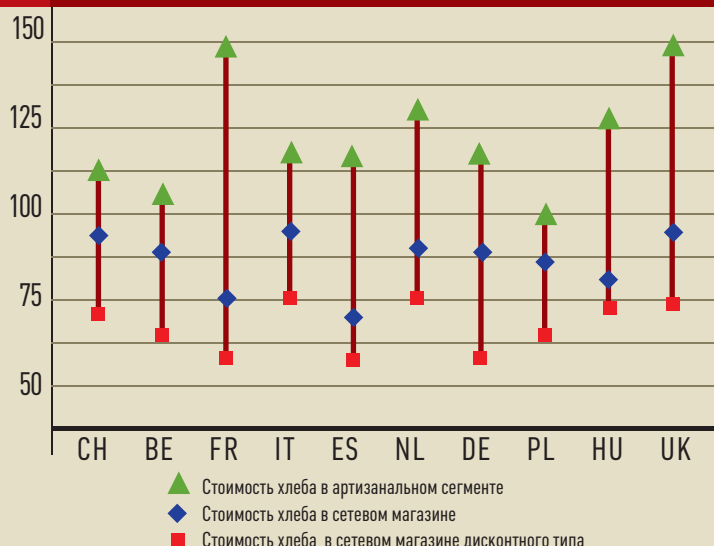


Рис. 4 Доли потребления различного хлеба в Германии, 2012 год



Рис. 5 Доли потребления различного хлеба во Франции, 2012 год



Ассортиментная политика

Ассортиментные линейки, безусловно, развиваются в разных странах по-разному. Можно выделить общие тенденции: падение доли потребления хлеба (-0,2%), увеличение доли дрожжевых слоеных изделий (+0,9%), снэков – бездрожже-

вые слоеные изделия, мини-пиццы (+2,2%), мучных кондитерских изделий (+0,6%) в сравнении с 2011 годом.

Наиболее успешными будут:

- хлеб, сделанный вручную, хлеб с ржаной мукой, выпеченный в каменной печи;
- зерновой хлеб с акцентом на здоровое питание;
- иностранные аутентичные продукты;
- порционный хлеб и сдоба.

Основные тренды развития ассортимента до 2016 года:

- премиальный хлеб для ежедневного потребления;
- рациональное питание и сокращение потребления соли;
- меньшие формы для сэндвичного хлеба, снэки.

Активно будет развиваться рынок бездрожжевых слоеных изделий и снэков, несмотря на то, что его емкость достаточно невелика, динамика его развития обуславливает внимание к нему игроков рынка хлебобулочных изделий. Основной момент потребления – это «перекус», который все больше популярен среди жителей Европейского союза. Потребители предпочитают, чтобы он был вкусным (приветствуются сочетания с мясными продуктами) и полезным (зерновые снэки, ржаные, обогащенные, с меньшим количеством жира и соли).

Статья подготовлена на основе отчета аналитического агентства GIRA

КОНКУРС

СОЮЗ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПИЩЕВЫХ ИНГРЕДИЕНТОВ

объявляет о проведении профессионального конкурса «Серебряная капля – 2014»

награждение лауреатов конкурса состоится в рамках Общего собрания членов Союза Производителей Пищевых Ингредиентов (июнь 2014г., г. Москва)

Конкурс объявлен по номинациям:

«ПРОИЗВОДИТЕЛЬ»

Производители, добившиеся признания и успехов на рынке России по производству и применению пищевых ингредиентов

«НАУКА И ТЕХНОЛОГИЯ»

Компания, коллектив или физические лица за лучшую научную, научно-техническую, технологическую работу по разработке технологии получения и применения пищевых ингредиентов

«НОВЫЙ ПРОДУКТ»

Новый, эффективный вид пищевых ингредиентов на рынке России

«ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ»

Лучший информационный проект - издание (монография, книга, учебник, справочник), информационные издания (журнал, газета, сайт, портал), публичное выступление/доклад, «школа» - в области пищевых ингредиентов

«РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ ПИЩЕВЫХ ИНГРЕДИЕНТОВ»

Коллектив, отдельные физические лица за активное содействие в развитии индустрии пищевых ингредиентов, укрепление связей участников Союза и субъектов рынка пищевых ингредиентов – пищевых добавок, ароматизаторов, технологических вспомогательных средств и функциональных ингредиентов

Заявки на участие в конкурсе принимаются Дирекцией СППИ до 15 мая 2014г.



По адресу: 115093, г. Москва, 1-й Щипковский пер., д. 20, оф. 209
Тел/факс: (499) 787-72-06
e-mail: sppi@sppiunion.ru и souz_spipi@mail.ru

С Положением о КОНКУРСЕ можно ознакомиться на сайте СППИ www.sppiunion.ru

ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ*

803 УЧАСТНИКА, 36 СТРАН, 18 780 ПОСЕТИТЕЛЕЙ

19-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА «ОБОРУДОВАНИЕ,
МАШИНЫ И ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ПИЩЕВОЙ
И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

www.agroprod mash-expo.ru



АГРО ПРОД МАШ

6—10
октября 2014

«АГРОПРОДМАШ-КОМПЛЕКТ-2014»

6-я международная выставка-салон
«Комплекующие, агрегаты
и материалы для пищевого прома»



ПЕРВЫЙ
В ИННОВАЦИЯХ

Реклама

* Лучшая выставка России 2011–2012 гг. по тематике «Пищевая промышленность: оборудование и ингредиенты» во всех номинациях. Рейтинг составлен ТПП РФ и РСВЯ. Все выставки – участники рейтинга прошли независимый аудит статистических показателей в соответствии с международными правилами

Организатор:



При содействии:

Министерства сельского хозяйства РФ
Министерства промышленности
и торговли РФ

Под патронатом:

Торгово-промышленной палаты РФ
Правительства Москвы



12+

Функциональные закваски AiVi™ для хлебопекарной продукции с «чистой этикеткой» – шаг в будущее!

На современном хлебопекарном рынке присутствует множество добавок, которые используются производителями для решения сырьевых и технологических задач. К таким добавкам относятся улучшители, корректоры муки и хлебопекарные закваски. Последние представляют собой биологические «улучшители» хлеба, которые, на наш взгляд, являются одними из наиболее перспективных на хлебопекарном рынке. Для того чтобы понять их преимущества и функциональность, сделаем небольшое сравнение хлебопекарных заквасок с улучшителями и корректорами.

Улучшители и корректоры муки в зависимости от своего функционала могут содержать различные компоненты (комплекс солей пропионовой и молочной кислот, энзимы, ароматические кислоты и т.п.), но их общая особенность – наличие в составе «условно химических» элементов, которые в связи с вступлением в силу нового технического регламента Таможенного союза ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» необходимо прописывать на этикетке. Такая ситуация рождает конфликт интересов: потребитель требует «чистую» этикетку, а качество используемого сырья и технологическое оборудование вынуждает производителей использовать улучшители, эмульгаторы и консерванты. Для разрешения данного конфликта специалисты ГК «СОЮЗСНАБ» предлагают использовать натуральные добавки, которые будут нуждаться только в одной маркировке на этикетке – «закваска», что, безусловно, положительно скажется на потребительском спросе и при этом позволит решить производителям актуальные технологические задачи!

Хлебопекарные закваски открывают перед производителями возможность не только комплексного улучшения характеристик хлеба при выпечке и получения интересных вкусовых вариаций, но и обеспечивают «чистоту» этикетки.

Обзор хлебопекарных заквасок

Несмотря на кажущееся многообразие хлебопекарных заквасок на рынке, все культуры условно можно разбить на три группы, принципиально отличные друг от друга:

1) сухие закваски на основе чистых культур молочнокислых бактерий

и дрожжей, так называемые **стартовые культуры** для приготовления закваски;

2) жидкие или сухие **инактивированные закваски** на основе муки и/или зерна, ферментированные молочнокислыми микроорганизмами и дрожжами;

3) жидкие или сухие **активные закваски** на основе муки и/или зерна, ферментированные молочнокислыми микроорганизмами и дрожжами.

Стартовые культуры

Стартовые культуры представляют собой чистые бактериальные концентраты, с помощью которых можно приготовить хлебную закваску. Преимущества таких стартеров заключаются в длительном сроке годности самого ингредиента (до двух лет), возможности ведения направленного молочнокислого и спиртового брожения теста и получения желаемого устойчивого результата в виде ароматного хлеба или отсутствия «картофельной болезни» в зависимости от функционала культур. Несмотря на объективные преимущества данного вида заквасок, они имеют и ряд существенных недостатков: дороговизна самого ингредиента; необходимость «разбраживания» стартера в течение продолжительного времени, поскольку бактериям необходимо время на восстановление из сухой формы; адаптацию к новым условиям обитания – мучной среде.

Инактивированные закваски

Инактивированные закваски имеют в своей основе уже сброженные микроорганизмами муку и/или зерно, но микроорганизмы инактивированы в целях продления срока годности ингредиента (до двух лет). Такая мука может быть дополнена различными вкусовыми и корректирующими веществами, например солодом, аскорбиновой и другими кислотами. Сама по себе сброженная мука является сильнейшим вкусовым агентом, однако ее функции этим не ограничиваются. Переработанная микроорганизмами мука – прекрасный источник питания для развития «правильной» молочнокислой и дрожжевой микрофлоры во время брожения теста. Наряду с такими преимуществами и эта группа заквасок

имеет свои недостатки. Самый главный недостаток – это невоспроизводимость закваски. Ее можно использовать только один раз. Содержание микрофлоры в такой закваске можно расценивать как остаточное, поэтому воспроизвести их работу – дело трудное и непосильное для экономного производителя хлебной продукции.

Активные закваски

Активные закваски – это истинные активные хлебопекарные закваски. Закваски в том виде, как их понимают и воспринимают сами производители хлеба.

Жидкие (густые) формы таких заквасок представляют собой сброженную муку с высоким содержанием активных микроорганизмов. В силу того, что бактерии в закваске находятся в активной фазе роста и требуют обновления, срок их годности довольно мал (от нескольких дней до двух недель). Именно поэтому данный формат заквасок практически не представлен на российском рынке.

Сухие (полусухие) формы хлебопекарных заквасок – наиболее интересные для рынка продукты. Они прекрасно совмещают в себе преимущества первых двух групп хлебопекарных заквасок и устраняют их недостатки:

- за счет высокого содержания производственно-ценных штаммов микроорганизмов обеспечивают направленный молочнокислый и/или спиртовой процесс в тесте, исключая возможные пороки вкуса и структуры хлебного мякиша, придавая благородные вкусовые оттенки продукту и выравнивая пористость изделия. В случае иного функционала заквасок, например защитные свойства от развития «картофельной болезни», способны проявлять необходимые свойства направленно, быстро и эффективно;
- имеют короткий период разбраживания и возможность прямого (непосредственного) использования в выпечке (не требуют адаптации и восстановления);
- содержат в себе все ценные элементы, стимулирующие работу нужной микрофлоры в тесте;
- обладают воспроизводимостью (их можно успешно использовать в производственном цикле не менее 1 месяца);

- имеют довольно продолжительный срок годности, достаточный для доставки даже в самые дальние регионы;
- обеспечивают «чистую этикетку» любому хлебному изделию!

Таким образом, светлое будущее хлебопекарной промышленности видится именно в применении сухих (полусухих) активных форм хлебопекарных заквасок как наиболее соответствующих современным веяниям пищевой промышленности в целом.

Научные разработки ГК «СОЮЗСНАБ» в области создания активных хлебопекарных заквасок

Многолетний опыт ГК «СОЮЗСНАБ» в разработке и продвижении заквасок для различных отраслей пищевой промышленности, современное производственное оборудование и отличная аналитическая оснащенность исследовательских центров позволяют компании оперативно реагировать на изменения рыночной ситуации и следовать мировым тенденциям.

В 4 квартале 2013 года специалисты ГК «СОЮЗСНАБ» приступили к разработке перспективной серии полусухих хлебопекарных заквасок торговой марки AiVi.

В основе заквасок – молочнокислые микроорганизмы, известные своими уникальными способностями к кислотонакоплению, проявления антагонистических свойств ко многим группам нежелательных микроорганизмов, продуцирования экзополисахаридов, ароматических, газообразных и других ценных для теста веществ. С помощью грамотного сочетания (симбиоза) нескольких видов производственно-ценных микроорганизмов можно не только придавать хлебным изделиям оригинальный вкус и аромат, но и решать более серьезные проблемы микробиологического и технологического характера. Таким образом, **новейшая серия хлебопекарных заквасок AiVi, по мнению специалистов ГК «СОЮЗСНАБ», будет представлять собой самые современные, экологичные и безопасные добавки для решения сырьевых и технологических проблем производителей хлебной продукции.**

Применение шортенингов Солпро™ и высокоолеинового подсолнечного масла в производстве кондитерских и хлебобулочных изделий

За последние десятилетия на рынке появились новые виды сырья импортного производства, аналогов которым не было у нас в стране. Одними из них являются шортенинги – специальные пластичные жиры для выпечки.

Тамара Духу, к.т.н.,
холдинг «Солнечные продукты»

Термин «шортенинг» первоначально обозначал жиры, которые использовались для придания выпеченным изделиям рассыпчатой или мягкой текстуры. Наряду с формированием мягкой текстуры шортенинг также влиял на вкус, пищевые характеристики и внешнюю привлекательность выпеченных изделий.

В техническом регламенте Таможенного союза ТР ТС 024/2011 «Технический регламент на масложировую продукцию» и «Кодекс Алиментариус. Жиры, масла и производные продукты» нет определения «шортенинга», но часто этот термин встречается в технологической литературе. Сегодня слово «шортенинг» больше не связано с функцией, которую он обеспечивает в выпеченном продукте, а используется в понятии «жировой продукт» и распространяется также на жиры, которые предназначены для самых разных сфер применения, например, в кондитерской, молочной, хлебопекарной промышленности.

Тогда встает вопрос, чем же шортенинги отличаются от специализированных жиров?

Состав шортенингов постепенно менялся – от природных жиров изготовители перешли к смесям масел, гидрогенизированных и твердых жиров, что позволяет регулировать содержание ТГГ, температуру плавления и характерную форму кристаллизации – показатели, определяющие консистенцию продукта. В результате предприятия масложировой отрасли получили возможность разрабатывать шортенинги с заданными функциональными ха-

рактеристиками. Многие из этих функциональных свойств шортенингов обусловлены присутствием различных добавок, в том числе эмульгаторов. Типичные пищевые эмульгаторы дополняют и улучшают функциональность масложирового продукта с правильно подобранным составом, действуя в качестве модификатора кристаллизации, диспергирующего вещества, аэрирующего агента, создавая определенную структуру, улучшая органолептические показатели, увеличивая срок хранения, препятствуя слипанию, улучшая влагоудерживающую способность и стабилизируя эмульсию или выполняя другие полезные функции. Развитие производства шортенингов, в состав которых входят эмульгаторы, обеспечивает новые сферы применения этой продукции масложировой отрасли и выпуск шортенингов для конкретных продуктов или специальных технологий производства.

Наиболее востребованы на рынке и выпускаются в больших объемах пластичные шортенинги. Состав большинства таких шортенингов обеспечивает оптимальные функциональные характеристики в готовом продукте. Шортенинги универсального назначения представляют собой смесь жиров растительного происхождения, содержащую комплекс эмульгаторов с широким диапазоном использования. Но на рынке жиров присутствует еще и большая группа специализированных шортенингов, которые классифицируют в соответствии с назначением (например, шортенинги для мучных кондитерских изделий, глазури, заменители молочного жира, хлебопекарные, для фритюра и т.д.).

Состав универсального шортенинга подбирают таким образом, чтобы он при температурах от 10 до 15°C не был слишком твердым и не становился слишком мягким при 32–38°C. Если бы можно было достичь идеального диапазона пластичности, продукт имел бы одну и ту же наиболее желательную консистенцию при низких и высоких температурах. В действительности же при температурах ниже этого диапазона шортенинг становится хрупким, при более высоких – слишком мягким. В обоих случаях снижается взбиваемость и обрабатываемость продукта. Пластичен и удобен в работе шортенинг с содержанием твердых жиров от 15 до 25%. По этой причине универсальный шортенинг, функциональные свойства которого при производстве мучных изделий зависят от консистенции, должен иметь состав, обеспечивающий плавный наклон кривой плавления.

Разработка шортенинга с определенными функциональными свойствами должна предусматривать следующие стадии:

- определение требований к продукту;
- разработка состава;
- отработка технологических параметров.

При разработке шортенингов для узкой области применения особенно важную роль играют физические свойства применяемых жиров и масел. Для обеспечения требуемых характеристик масла могут быть модифицированы с помощью различных технологий. Основной технологией, применяемой для изменения физических характеристик шортенингов, является гидрогенизация. Однако спрос на шортенинги, не содержа-

щие трансизомеры жирных кислот, приводит к использованию других технологий модификации масел в целях обеспечения их функциональности, в частности, переетерификации, фракционирования.

Помимо состава жиров значительное влияние на консистенцию, кристаллическую структуру и функциональные характеристики шортенинга оказывают методы пластификации и темперирования. Пластификацию шортенинга осуществляют перед его расфасовкой, что обеспечивает однородность продукта по всему объему, более привлекательный внешний вид, лучшие функциональные характеристики.

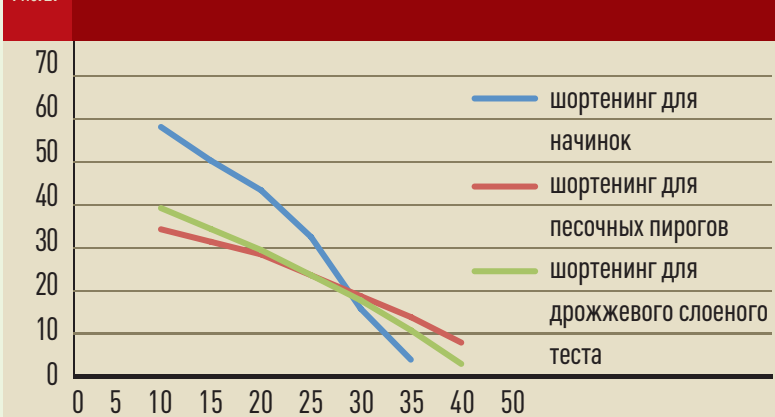
Поскольку физическое состояние жиров для мучных кондитерских изделий очень важно, следует уделять большое внимание получению оптимального вида кристаллов в оптимальной структуре.

Шортенинг играет важную роль в формировании характерной структуры большинства видов пищевых продуктов и оказывает заметное влияние на качество готовых изделий. Но при этом в разных изделиях шортенинг выполняет различные технологические функции.

Например, шортенинг для начинок должен обеспечивать устойчивость консистенции, обладать способностью к аэрированию до плотности 0,75–0,95 г/см³ (для большинства видов начинок), иметь высокую окислительную стабильность для обеспечения сроков годности продукции 6–12 месяцев и при этом быстро таять во рту.

Шортенинг для песочных пирогов должен обладать способностью к смазыванию, смягчать текстуру и обеспечивать слоистость,

Рис. 1. Типичные кривые плавления шортенингов для различных продуктов



при этом не должен способствовать повышению пористости выпеченного полуфабриката, чтобы влага из начинки как можно меньше мигрировала в тесто.

Наиболее важными характеристиками шортенинга для слоения являются пластичность и твердость. На рис. 1 приведены типичные кривые плавления шортенингов для продуктов, описанных выше.

Кривая содержания твердых триглицеридов не показывает консистенцию жира при выбранной температуре, поскольку на это влияют еще условия охлаждения и пластификации. Консистенцию жиров можно также изменить, вводя поверхностно-активные вещества, влияющие на полиморфизм кристаллов.

На основе имеющегося опыта использования жировых продуктов в кондитерских изделиях с учетом научных данных в области модификации жиров в инновационном центре холдинга «Солнечные продукты» на данном этапе разработаны шортенинги:

33490 – для слоеных изделий;

33990 – для выпеченных взбиваемых изделий;

33991 – для песочных изделий;

33995, 33996 – для кремовых и кондитерских начинок.

Шортенинги для мучных кондитерских изделий можно рекомендовать использовать без изменения технологии приготовления с корректировкой количества воды. Это различные виды печенья, песочные полуфабрикаты, масляные бисквиты.

Большой интерес представляют также шортенинги для кремов, используемых в мучных кондитерских изделиях. В первую очередь, это крема с высоким содержанием сухих веществ – для вафель и для печенья типа «сэндвичи». Использование шортенингов также перспективно в изделиях с длительными сроками хранения, в состав которых входят кремовые начинки с влажностью 15–18%. Если при изготовлении таких начинок используется маргарин, то для получения необходимого содержания сухих веществ нужно использовать наряду с сиропом и сахарную пудру, которая в процессе хранения начинает кристаллизоваться и ухудшает органолептические показатели продукта. Преимуществом использования шортенинга является возможность добавлять все сахара в виде сиропа, что

позволяет, в первую очередь, регулировать состав сахаров (важно соотношение содержания редуцирующих сахаров, декстринов и т.д.) и улучшить микробиологические показатели крема за счет термообработки сиропа.

На рис. 2 представлены сравнительные данные по взбиваемости маргарина и шортенинга в различных соотношениях с сиропом. Полученные данные показывают, что взбиваемость шортенинга лучше, но по мере увеличения количества сиропа эта разница уменьшается. Из этого следует, что основные преимущества шортенинга проявляются при его использовании в начинках с влажностью 15–18%.

Также мы хотим предложить производителям мучных кондитерских изделий шортенинг для слоеных изделий. В отличие от маргаринов, в шортенинге нет воды, которая играет определенную технологическую роль при формировании формы и объема готового изделия. Но сегодня на рынке есть такие слоеные изделия и полуфабрикаты, которые производятся на поточных линиях и к их линейным размерам предъявляются более жесткие требования, так как это отражается на работе фасовочного и упаковочного оборудования. С шортенингами регулирование этих параметров будет намного проще, и производители по достоинству оценят этот продукт.

Высокоолеиновое подсолнечное масло (BOM) рекомендуется для производства хлеба и хлебобулочных изделий (сушек, соломки, сухариков), мучных кондитерских изделий (кексов, маффинов, крекеров, сахарного и сдобного печенья и т.д.), снеков, зерновых завтраков, продуктов для детского питания и для пожилых людей.

Совместно с ГосНИИХП проведены исследования влияния BOM на качество хлебобулочных изделий с установлением степени воздействия его на ход технологического процесса и сохранение свежести продукции. Приготовление теста осуществляли опарным и безопарным способом. Контрольные пробы теста готовили с маргарином МТ с содержанием жира 82,0% и с маслом подсолнечным рафинированным дезодорированным (МПР), опытные – с BOM в количестве 1–9% от массы муки.

Органолептические показатели изделий с увеличением расхода BOM с 1 до 7% от массы муки не изменялись, а при дальнейшем увеличении количества BOM пористость становилась более крупной, мякиш менее эластичный, цвет корки и мякиша более темного оттенка.

По результатам проведенных исследований получили заключение, что при применении BOM в количестве до 7% от массы муки технологические параметры приготовления теста и физико-химические показатели качества опытных и контрольных сдобных и булочных изделий при различных способах тестоприготовления не различались. Вкус и запах изделий были свойственные хлебу, без посторонних привкусов и запахов.

Высокоолеиновое подсолнечное масло имеет также высокий потенциал по использованию в хлебобулочных изделиях с длительным сроком хранения (сушки, соломка, сухарные изделия и т.д.). Исследования органолептических и физико-химических показателей сушек сдобных детских, соломки сладкой, вафельных хлебцев, приготовленных с BOM в производственных условиях, подтвердили сроки хранения 180 суток при соблюдении оптимальных условий хранения.

В мучных кондитерских изделиях (сахарное печенье, сдобное печенье) использование маргаринов и жиров с содержанием ТГГ более 24% при 20°C способствует образованию жирового поседения при хранении. Применение смеси масел (увеличивающее диапазон присутствующих глицеридов) позволяет устранить эту проблему. Поэтому рекомендуется до 50% рецептурного количества жирового продукта заменять на высокоолеиновое подсолнечное масло, что позволит также снизить энергетические затраты на расплавление жира.

Пикантные крекеры и некоторые виды затяжного печенья после выпечки опрыскиваются маслом, что дает им более насыщенный вкус и приятную глянцевую поверхность. Необходимым требованием для использования в поливке крекеров отвечает высокоолеиновое подсолнечное масло.

У нас в стране любят кексы и, как их разновидность, мафины. Технология приготовления теста для кексов и маффинов отлича-

Рис. 2. Зависимость плотности крема на маргарине и шортенинге от количества сиропа

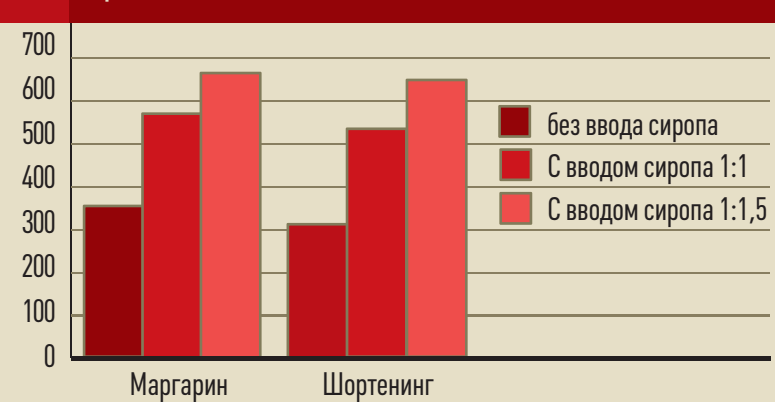


Табл. 1. Рецептуры на маффины

Наименование сырья и полуфабрикатов	Массовая доля сухих веществ, %	Маффины «Шоколадные»		Маффины «Летние»	
		в натуре	в сухих веществах	в натуре	в сухих веществах
Мука пшеничная в/с	85,50	232,90	199,13	272,52	233,00
Сахар-песок	99,85	260,30	259,91	261,88	261,49
Крахмал	80,00	58,28	46,62	58,50	46,80
Масло подсолнечное высокоолеиновое	99,90	254,11	253,35	255,92	255,66
Меланж	27,00	211,74	57,17	212,74	57,44
Молоко сухое обезжиренное	96,00	5,30	5,09	5,32	5,11
Ароматизатор	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00
Порошок пекарский	85,50	13,25	11,33	13,30	11,37
Эмульгатор «Альфа-Гель»	36,00	6,89	2,48	6,91	2,49
Какао-порошок	95,00	37,09	35,24		
Кондитерская глазурь темная	99,1			50,00	49,55
Кондитерская глазурь белая	99,1	50,00	49,55		
Итого		1130,86	920,37	1138,09	922,91
Выход	86,00	1000,00	860,00	1000,00	860,00

ется. Для приготовления кексов масло растирают с сахаром, а потом добавляют яйца и остальные ингредиенты по рецепту. Муку добавляют в последнюю очередь и все перемешивают.

При приготовлении маффинов в сбивальную машину загружают масло растительное, меланж, воду, сахар, молоко сухое, эмульгатор и перемешивают на средней скорости до получения однород-

ной массы. Затем вносят муку, смешанную с пекарским порошком и крахмалом. Перемешивают очень быстро до образования однородного теста. Плотность теста 900–950 г/л.

Поскольку технология маффинов предполагает одностадийное приготовление теста, то использование жидкого масла является предпочтительным. Основные требования к маффинам – чтобы

были мягкие, вкусные и «сочные». Ощущение «сочности» как раз обеспечивают жидкие жиры. Для более равномерного распределения жира в тесте и продления свежести готовых изделий в рецептуру маффинов с BOM вводят эмульгаторы.

В инновационном центре холдинга «Солнечные продукты» разработаны ТУ 9136-007-70326177–2013 «Кексы и рулеты», в ассорти-

мент которых включены маффины с BOM.

Немаловажен и тот факт, что в последние годы все чаще звучат предупреждения медиков о вреде насыщенных жирных кислот и трансизомеров жирных кислот, содержание которых в твердых жирах значительно превышает рекомендуемые нормы.

Поэтому замена части твердых жиров в производстве мучных кондитерских изделий на высокоолеиновое подсолнечное масло будет способствовать повышению биологической ценности продуктов. Такие продукты с низким содержанием насыщенных жирных кислот и с ограниченным количеством трансизомеров в составе рекомендуются для детского и геродиетического питания.

Продукция «Масло высокоолеиновое подсолнечное» рафинированное дезодорированное марки «Премиум» производства холдинга «Солнечные продукты» прошла государственную регистрацию и разрешена для использования в питании детей дошкольного и школьного возраста (с трех лет).

ИНДЕКС

КОМПАНИИ, УПОМИНАЕМЫЕ В НОМЕРЕ

Данон	38	Кубанский соевый концентрат.	14	Спектр	24	Commerzbank	32	Maison SucréCacao	9
Джей Элайн	21	Маркет Аналитика	32	Спец-сервис	25	CP Kelco	9	MarketsandMarkets	7
Джорджия	20, 21, 23, 36, 55	Могунция-Интеррус	24	Триэр	54	CSM	55	Marubeni Corporation	6
Дукат	23, 50, 51	Мон'дэлис Русь	29	ТФС	16, 36	Cykoria	24	Mondelez Int.	29, 31
ЕМЖК	20, 22	НаДо	55	Унитрон	25	Danone	7	Myllyn Paras	20
ЕТС	20	Неос Ингредиентс	23	Формула	23	Dezhou Ruikang Food	15	Natur Foods	24
Золотые луга	38	Нестле Россия	38	Форт Трейд Фуд	25	Divi's Nutraceuticals	11	Naturex	20
Империя Джемов	20, 22	НМЖК	22, 55	Фрутэко	25	Du Pont	21	Nestle	6, 31
Индастри Ньюс Медиа	23	Объединенные кондитеры	31	Хр.Хансен	39	Euromonitor International	7, 8, 32, 34	Prosto Petro Group	20
Инфорум Какао	20, 23	Омега	23, 56	Эрманн	38	Fazer	31	Puratos	21
Инфорум Пром	22	Палсгаард	21	Эфно	11, 20, 22, 24, 27	Firmenich	10	Qingdao CPI International	15
Инфорум	1, 21, 37, 55	Пармалат	38	Юнимилк	38	FMC	21	Rabobank	32
Ирекс	55	Партнер	25	Ягода Карелии	6, 21	Frutarom	10	Shandong Coatang Lanshan	15
Казанский БКК	1	Приправка	25	=====		Gastransport	10	Shandong Gushen Biological Technology Croup	15
Кампина	38	Промавтоматика	55	AAK	35	Givaudan	9, 11	Shandong Yuwang Industrial	15
Каолайн	20	Пуратос	40, 54	Abercade	4, 6, 14	Glanbia Nutritionals	11	Shandong Yuxin Soybean Protein	15
КДВ	31	Реттенмайер Рус	9, 20	ACNielsen	31	Global Strategic Customers	11	Singlory Soypro	15
Кима Лимитед	12	Роснано	12	Aquanova AG	12	GNT	5	Soliance SA	9
Колви	25	РуссКом Ай-Ти Системс	24	ARD	9	GreenHaven Commodity Services	8	Suihua Jinlong Vegetable Oil	15
Комбинат химико-пищевой ароматики	55	Сантус	25	Aromsa	55	Hydrosol	28	Symrise	21, 23
Кондетта	28	Симрайз Рогово	23	Bang & Bonsomer	20	Indian spices	24	Tate & Lyle	11
Кондитерская фабрика «Ленинградская»	4	Скорпио-Аромат	20, 22	Barry Callebaut	9, 20	Innova Market Insights	7, 8	Taura	34
Корпорация развития Северного Кавказа	6	Сладкий пир	21	BASF	10, 21	K+S Kali	16	Transfoodservis	17
Кохмайстер РУС	24	Солнечные продукты	11, 20, 21, 22, 46, 49	Bell Flavors	20	Kraft	6	Valio	24
Крауфилд	1	Солнце Востока	25	BusinesStat	6, 32	Leatherhead Food Research	34	WILD	9, 10
КредИнформ	34	Союзопторг	28, 36	Cargill	11, 28	Limagrain	34	Winway	11
		Союзснаб	21, 45	Chr. Hansen	10, 28	Linyi Shansong Biological Products	15	Zhejiang Xinhua	11
				CitraSource	10				



Профессиональные
решения



Высокоолеиновое подсолнечное масло «СолПро» для мучных изделий

Применяется в производстве мучных кондитерских и хлебобулочных изделий (кексов, маффинов, крекеров, вафель, сахарного печенья, сушек)

- Обеспечивает длительные сроки хранения готовых изделий
- Удерживает влагу, усиливает ощущение сочности (бисквиты, маффины)
- Исключает эффект жирового поседения (сдобное и сахарное печенье)
- Придает поверхности гляцевый вид (крекеры)
- Позволяет получить продукт с низкими показателями окисленности жиров, с высокими потребительскими, органолептическими и физико-химическими свойствами
- Может использоваться в изделиях для детского питания



Холдинг «Солнечные продукты»:

«Жировой комбинат»

«Московский жировой комбинат»

«Новосибирский жировой комбинат»

Саратов +7 8452 459 000

Москва +7 495 777 55 01

Новосибирск +7 383 230 35 00

специализированные кондитерские жиры и маргарины

www.solpro.ru

Готовим русские национальные сладости с «Дукат»

Сладости! Сколько соблазнов в этом слове! Людей со всего мира, всех стран и народов объединяет любовь к сладостям. Сладости появились еще в древние времена. Они разнообразны по своему виду, составу, предназначению и происхождению: восточные сладости, русские национальные лакомства, изысканные французские десерты, восхитительная выпечка Германии. Каждая кухня неповторима и является частью национальной культуры.

Пряник

Пряник можно с полным правом назвать одной из самых древних русских сладостей. «Медовый хлеб», известный еще древним египтянам, появился на территории современной России в IX веке. В это время пряники делали из смеси ржаной муки с медом и ягодным соком. Самым известным русским пряником является Тульский. Тульский пряник – прямоугольная плитка с начинкой. Для приготовления Тульского пряника Компания «Дукат» рекомендует использовать в качестве начинки вареную сгущенку – «Варенка» 09-11, фруктовую начинку «Особая» (в ассортименте более 20 видов).

Предложенные начинки для Тульского пряника обладают рядом преимуществ, которые, несомненно, оценят современные профессионалы-кондитеры:

- удобство в использовании
- безопасность для здоровья человека
- гарантия постоянного качества
- высокие вкусовые качества
- термостабильность, выдерживают температуру выпекания 230°C 15–20 мин.
- в процессе термообработки сохраняют первоначальную форму, цвет и вкус
- возможность использования как при машинной, так и ручной дозировке.

Блины

Вареная сгущенка и фруктовые начинки Компании «Дукат» широко используются в качестве начинки в блины. Вероятнее всего, именно блины были первыми изделиями из муки. Их разновидности встречаются практически у всех народов ми-

ра: русские блины, французские блинчики french crepes, английские pancakes, монгольские гамбры, индейские доса и др. В России блины – традиционное блюдо. Круглые, желтые и горячие, они символизируют весеннее теплое солнце, согревающее все вокруг. Откройте для себя многообразие начинок для блинчиков – самого лучшего качества от Компании «Дукат».

Торт «Птичье молоко»

Этот торт с весьма нелогичным названием (ну какая птица дает молоко?) и крайне незатейливым видом (покрыт шоколадом) на самом деле одно из лучших российских лакомств, которое затмевает французский зефир. Не случайно «Птичье молоко» был первым тортом, на который во времена социализма был выдан патент. Рецепт был придуман группой кондитеров под руководством начальника кондитерского цеха московского ресторана «Прага» Владимира Гуральника (легенды российских кондитеров) и стал прямым продолжением французского зефира с некоторыми изменениями в рецептуре. Торт до сих пор остается очень популярным в России. Для приготовления торта «Птичье молоко» Компания «Дукат» предлагает следующие ингредиенты:

- агар-агар Рокогель (Компания «Дукат» является официальным дистрибьютором компании «Industrias ROKO, S.A.», Испания, с 2012 года)
- масло сладко-сливочное ГОСТ (собственного производства)
- молоко цельное сгущенное с сахаром ГОСТ (собственного производства)
- кондитерская глазурь «Blisso» (собственного производства).

Рецепт суфле для торта «Птичье молоко»

Наименование сырья и материалов	Массовая доля сухих веществ, %	Расход сырья, кг	
		в натуре	в сухих веществах
Вода в сироп	—	180,0	—
Агар-агар Рокогель 900	85,0	6,0	5,1
Сахар-песок	99,85	445,2	444,54
Патока	78,0	190,0	148,2
Белок сухой восстановленный	11,5	65,0	7,48
Вода подготовленная	—	56,86	—
Белок сухой	92,0	8,14	7,49
Масло сливочное	84,0	150,0	126,0
Молоко цельное сгущенное с сахаром	74,0	100,0	74,0
Кислота лимонная	91,2	2,37	2,16
Ароматизатор молочный, Молочно-ванильный, ванильный	По рекомендации завода-изготовителя		
Итого	—	1138,57	807,4
Выход	79,0	1000,0	790,0

Конфеты батончики

В эпоху тотального дефицита при социализме эти конфеты были знакомы каждому школьнику. Даже в те времена их всегда можно было найти в магазинах, и очереди за ними практически не было. По своему вкусу они чем-то напоминают халву – одну из изюминок восточной кухни. Правда, очень отдаленно. Возможно, из-за того, что в состав входит тертый арахис. Наиболее популярными соевыми батончиками является продукция фабрики «Рот Фронт». Следует иметь в виду, что у них очень высокая калорийность – 514 ккал на 100 г. Для приготовления батончиков Компания «Дукат» предлагает жареный дробленый арахис: фракции 3/5, 2/4, арахисовая мука – как раз для батончиков.

Конечно, это далеко не весь список русских национальных сладостей. Да и о сладостях можно разговаривать бесконечно. Рекомендуем ознакомиться с широким ассортиментом продукции собственного производства Компании

«Дукат», который предлагает неограниченные возможности при производстве различных сладостей и лакомств.

Ассортимент продукции собственного производства Компании «Дукат»:

- кремовые начинки (более 10 видов)
- фруктовые начинки (более 20 видов)
- вареная сгущенка (более 10 видов)
- крем «Ducatto» (м.д.ж. 20%, 26%)
- кондитерские гели (горячего и холодного нанесения)
- кондитерская глазурь «Blisso» ГОСТ
- масло сладко-сливочное ГОСТ (м.д.ж. 72,5%, 82,5%)
- молоко цельное сгущенное с сахаром 8,5% ГОСТ
- молоко коровье сухое обезжиренное ГОСТ
- смесь для мягкого мороженого и молочного коктейля
- ядра арахиса обжаренные дробленые (фракции 3/5, 2/4, арахисовая мука).



 **компания
Дукат**

**сырье и ингредиенты
для пищевой промышленности**

ОПЫТ - КАЧЕСТВО - БЕЗОПАСНОСТЬ
www.dykat.com

Мучные кондитерские изделия: современные технологии и новые возможности

Современному состоянию отечественного производства мучных кондитерских изделий и перспективам его развития была посвящена Международная конференция «Торты. Вафли. Печенье. Пряники – 2014», которая прошла в Международной промышленной академии в феврале 2014 года.

Конференция была организована Минсельхозом РФ, Ассоциацией предприятий кондитерской промышленности «АСКОНД», НИИ кондитерской промышленности Россельхозакадемии и Международной промышленной академией при поддержке Российской академии сельскохозяйственных наук, ФГБУ НИИ питания РАМН, Союза производителей пищевых ингредиентов, Национального Фонда защиты потребителей.

На конференции традиционно были подведены итоги прошедшего года, определены приоритетные направления и перспективы развития отрасли, обозначены основные тренды. Были рассмотрены вопросы реформы технического регулирования стран Таможенного союза, нормативно-правового регулирования внешней и взаимной торговли на единой таможенной территории Таможенного союза, научного обеспечения производства мучных кондитерских изделий, контроля качества сырья, полуфабрикатов и готовой продукции и др. Обсуждены особенности современных технологий мучных кондитерских изделий, приме-

нение инновационных ингредиентов и другие актуальные вопросы. В рамках конференции прозвучали доклады авторитетных экспертов отрасли по актуальным вопросам, связанным с проблемами и перспективами развития кондитерской промышленности.

О состоянии рынка кондитерских изделий Таможенного союза в контексте изменений в мировой экономике рассказал Сергей Носенко, президент Ассоциации предприятий кондитерской промышленности «АСКОНД».

Различным аспектам научного обеспечения инновационных процессов в кондитерской отрасли были посвящены доклады Ларисы Аксеновой, директора ГНУ НИИ кондитерской промышленности Россельхозакадемии, Татьяны Савенковой, замдиректора, и других ведущих специалистов института.

О роли кондитерских изделий в формуле оптимального питания рассказали Виктор Тутельян, директор НИИ питания РАМН, и Алла Кочеткова, руководитель лаборатории института.

На конференции большое внимание было уделено вопросам применения инновацион-

ных ингредиентов в производстве разнообразных мучных кондитерских изделий. Об этом говорили и специалисты ведущих научно-исследовательских институтов, и представители поставщиков ингредиентов.

Большой интерес вызвал доклад Владимира Бессонова, руководителя лаборатории Института питания РАМН, о принципах применения и декларирования новых пищевых ингредиентов в соответствии с законодательством Таможенного союза.

О комплексном подходе к обеспечению качества кондитерских глазурей и глазированных мучных кондитерских изделий рассказала Лариса Рысева, заведующая отделом НИИ кондитерской промышленности Россельхозакадемии.

Ведущие специалисты компаний – производителей и поставщиков ингредиентов рассказали о своей продукции.

Современные тренды в секторе выпечки, господствующие сегодня на мировом рынке, новинки выпечных изделий и ароматизаторы, позволяющие изготовить интересную конкурентоспособную продукцию, представил Канн Кристоф, директор

по экспорту стран СНГ компании AROMSA, Турция.

О новом тренде на рынке мучных кондитерских изделий – производстве безглютеновых продуктов рассказал Алексей Свешников, директор по маркетингу ООО «ТРИЭР».

Проблеме сохранения свежести мучных кондитерских изделий и влияния эмульгаторов и ферментов на этот процесс был посвящен доклад Тимура Дормидонтова, менеджера по разработкам и инновациям ЗАО «Пуратос». Он отметил, что многочисленные исследования показали способность ферментов – специфических амилаз – замедлять черствение мучных изделий при сохранении показателей качества на более длительный срок. Данное открытие получило широкий промышленный резонанс, многие производители ферментов организовали производство специальных улучшителей для сохранения свежести мучной продукции. Положительное влияние эмульгаторов и ферментов на свежесть мучных кондитерских изделий, а именно использование комплексных улучшителей, например таких, как «Акти-Фреш» компании «Пуратос»,



позволило производителям по всему миру соответствовать высшим стандартам качества на конкурентном быстроразвивающемся рынке.

Ингредиенты ГК «Инфорум» для кондитерской промышленности представил участникам конференции Марат Сулейманов, заместитель начальника технологического отдела ООО «Инфорум Какао». Он подробно рассказал об эмульгаторах и улучшителях «ЭГХ Ингредиенты», которые успешно применяются при производстве различных кондитерских изделий (печенья, вафель, пряников, кексов и бисквитов, глазури и начинок).

Доклад Елены Моисеевой, начальника лаборатории применения ароматизаторов ООО «Комбинат химико-пищевой ароматики», был посвящен роли ароматизаторов при производстве кондитерской продукции. Современный рынок ароматизаторов характеризуется постоянным расширением ассортимента и стремлением к разнообразию, в том числе ароматизаторов, наполняющих изделия вкусом и ароматом традиционных молочных продуктов (молоко, сливки, масло, сметана и др.); популярных десертов, домашних пирогов (например, паннакоты, панеттоне, тирамису, чизкейк и др.); ароматизаторов, придающих изделиям аромат экзотических плодов (гуава, ацерола, годжи); цветов (роза, жасмин, лаванда и др.) или сочетающих в себе новые необычные композиции вкусов (апельсин-розмарин, киви-карамель и др.); ароматизаторов с охлаждающим эффектом (без оттенков ментола или мяты) и, напротив, с согревающим эффектом. К нестаршей классике ароматов, безусловно, относятся ароматы ванильного направления, широко применяемые в производстве и сахарных, и мучных кондитерских изделий, при выпечке сдобных хлебобулочных изделий. Комбинат предлагает коллекцию из 26 жидких и порошкообразных ванильных ароматизаторов, которые содержат композиции веществ, обуславливающих не только индивидуальный вкусоароматический профиль каждого ароматизатора, но и создающих образ натуральной ванили различного происхождения. Не

менее популярны и классические фруктовые ароматы – цитрусовые, садовые ягоды и фрукты. Комбинат регулярно дополняет ассортимент своей продукции актуальными новинками.

Инновации и функциональность – вот залог успеха в современной кондитерской индустрии, эта идея была основой доклада Ильи Трубоча, директора центра инноваций ТД «НМЖК», посвященного продукции компании. Ассортимент маргаринов продукции ГК НМЖК включает в себя все виды как неспециализированных, так и специализированных маргаринов. Внутри каждого из классов специализированных маргаринов существуют целые линейки маргаринов, выпускаемые под разными марками, отличающиеся либо по физико-химическим свойствам, либо более узконаправленным функционалом. При этом постоянно дорабатываются и разрабатываются новые виды маргаринов, что предоставляет потребителям большие возможности для развития собственного ассортимента



или оптимизации существующих технологических процессов.

Виталий Письменный, директор НПО «Промавтоматика», представил продукцию, выпускаемую предприятием, – сухие пищевые смеси, предназначенные для простого и быстрого приготовления отделочных полуфабрикатов тортов, пирожных, рулетов и других кондитерских изделий (мармелада, зефира, пастилы, лукума), а также пектиновые смеси, улучшающие функциональные свойства вафель, печенья, пряников.

Использованию функциональных ингредиентов в кондитерских изделиях было посвящено выступление Натальи Шестопаловой, технолога компании «Джорджия», которая пред-



ставляет на российском рынке ассортимент ингредиентов для хлебобулочной, кондитерской и других отраслей. Каждый из ингредиентов, предлагаемых компанией, выполняет свою функцию: «Баттер Грейнс» – натуральные вкусоароматические высококонцентрированные ингредиенты молочного и гастрономического направления, «Цитри-Фай» – серия натуральных апельсиновых волокон, «Мит Лайн» – гидролизат растительного белка в высококонцентрированном виде с ярко выраженным вкусом и ароматом гастрономического направления.

Функциональные и технологические ингредиенты ЗАО «Академия-Т» для производства кондитерских изделий представила Екатерина Баженова, коммерческий директор компании. Особенностью современных кондитерских изделий является их многокомпонентность, усложнение состава и включение большого количества ингредиентов, которые, с одной стороны, обеспечивают необходимые органолептические свойства, а с другой – зачастую плохо совместимы друг с другом. В связи с этим возникает необходимость применения эмульгаторов и стабилизаторов с целью обеспечения и сохранения требуемых потребительских свойств. При этом наибольший интерес представляют универсальные натуральные эмульгаторы-стабилизаторы, содержащие минимальное число компонентов и

выполняющие комплекс технологических функций. Такими инновационными продуктами являются эфиры сахарозы DUB SE™. Также в настоящее время производители широко используют пищевые волокна для обогащения своих изделий, в частности, камедь акации Fibregum производства французской компании Nexira, которая представляет собой растворимое пребиотическое волокно. Перспективным является использование натурального пищевого волокна «Экасия» в технологии хлебобулочных и мучных кондитерских изделий. «Экасия» представляет собой комбинацию двух совместно переработанных натуральных пищевых волокон: растворимого волокна акации Fibregum и нерастворимого волокна пшеницы без глютена.

Елена Барина, ведущий технолог ТД «Богучарово-Маркет», рассказала о разнообразных начинках для кондитерского и хлебопекарного производства, выпускаемых предприятием.

С разработками и предложениями компании «HaDo» для кондитерских изделий – разнообразными наполнителями и продуктами для декора для кондитерских изделий познакомила слушателей конференции инженер-технолог компании Мария Егорова.

Данная конференция – это не только обсуждение актуальных вопросов на пленарных заседаниях, но и встречи старых партнеров и друзей, знакомство с новыми компаниями, а также возможность поделиться опытом и узнать много нового, в том числе и практических аспектов.

С большим интересом участники конференции восприняли мастер-классы по кондитерскому мастерству в отделке тортов и пирожных, которые провели специалисты компаний CSM, «ИРЕКС», ГК «НМЖК».

Конференция еще раз подтвердила свою репутацию прекрасной площадки для обсуждения наиболее актуальных проблем отрасли, объединяющей производителей мучных кондитерских изделий, представителей отраслевой науки, профессионального образования, а также изготовителей оборудования и ингредиентов.

Выставки: апрель – декабрь 2014 года

16–18 апреля

InterFood Astana

Казахстан, Астана

ВЦ «Корме»

Iteca

+7(727) 258-34-34, 258-34-44

contact@iteca.kz

www.iteca.kz

16–18 апреля

Пищевая индустрия. Винорус.

Винотех. InterFood Krasnodar

Краснодар

«КраснодарЭКСПО»

+7(861) 200-12-34

www.krasnodarexpo.ru

22–24 апреля

Пивовар

Москва

ВВЦ, Павильон №75

For-Expo Ltd.

+7(495) 980-95-42

www.pivoexpo.ru

23–26 апреля

Modern Bakery Moscow /

Современное хлебопечение

Москва, «Экспоцентр»

«ОВК-РУС»

+7(495) 967-04-61, 967-04-60

www.modernbakery-

moscow.com

23–26 апреля

Продуктовый мир

Нижний Новгород

ЗАО «Нижегородская

ярмарка»

+7(831) 277-56-67

www.yarmarka.ru

8–10 мая

Food Ingredients Istanbul

Турция, Стамбул

«UBM»

+31(0)20 40 99 506

www.ingredientsnetwork.

com/event

21–23 мая

Food Ingredients Vietnam

Вьетнам, Хо Ши Мин

«UBM»

+31(0)20 40 99 506

www.ingredientsnetwork.

com/event

21–24 мая

Пиво

Сочи, ГК «Жемчужина»

«СОУД-Сочинские вы-

ставки»

+7(8622) 62-26-93, 62-30-15

www.soud.ru

21–25 мая

Food & Drinks. Food Technology

Молдавия, Кишинев

«Молдэкспо»

+7(37322) 81-04-62

www.moldexpo.md

3–5 июня

Хлеб. Кондитерэкспо

Украина, Киев

«Троян»

+38(044) 258-01-23

www.bread-expo.kiev.ua,

www.trojan.kiev.ua

17–20 июня

RosUpack

Москва

МВЦ «Крокус Экспо»

МVK, в составе ITE

+7(495) 935-81-00, 935-81-01

www.rosupack.com

26–28 июня

Food, Health, Natural Ingredients

Asia-China

Китай, Шанхай

«UBM»

+31(0)20 40 99 506

www.ingredientsnetwork.

com/event

6–7 августа

Food Ingredients South America

Бразилия, Сан Пауло

«UBM»

www.ingredientsnetwork.

com/event

23–31 августа

Агрорусь

Санкт-Петербург

«Ленэкспо»

+7(812) 321-26-37

www.agrus.lenexpo.ru

www.lenexpo.ru

4–7 сентября

Рига Фуд

Латвия, Рига

«BT-1»

(371) 670-675-50

www.bt1.lv

9–11 сентября

Food Ingredients Asia

Индонезия, Джакарта

«UBM»

www.ingredientsnetwork.

com/event

9–11 сентября

Инпродмаш

Украина, Киев

«Акко интернешнл»

+380 (44) 456-38-04,

458-46-21

www.acco.ua

9–12 сентября

Хлебное и кондитерское дело

Белоруссия, Минск

«Хлебпром-Медиа»

(+37517) 292-43-35, 292-44-72

www.expo.hlebopek.by

10–12 сентября

БелгородАгро

Продовольствие. Напитки

Белгород

«Белэкспоцентр»

+7(4722) 58-29-51

www.belexpocentr.ru

15–18 сентября

World Food Moscow/

Весь мир питания

Москва, Экспоцентр

Компания ITE

+7(495) 935-73-50

www.world-food.ru

28 сентября – 2 октября

Polagra-food. Taropak

Польша, Познань

Poznan international fair ltd

+4861) 869-20-00

www.mtp.com.pl

www.polagra-tech.pl

29 сентября – 1 октября

Food Ingredients India

Индия, Мумбаи

«UBM»

www.ingredientsnetwork.

com/event

6–10 октября

Агропродмаш

Москва, «Экспоцентр»

+7(495) 255-37-35

www.agroprod mash-expo.ru

www.expocentr.ru

7–9 октября

SWEETS & BAKERY Ukraine

Украина, Киев

«Акко интернешнл»

+380(44) 456-38-04

www.acco.ua

9–11 октября

Агрокомплекс

Калининград

«Балтик-Экспо»

+7(4012) 34-10-95, 36-10-01

www.balticfair.com

9–12 октября

Российская агропромышленная

выставка «Золотая осень»

Москва, ВВЦ

«АПК ВВЦ»

+7(495) 748-37-70

www.goldenautumn.ru

21–24 октября

Агропромышленная неделя

Иркутск

«Сибэкспоцентр»

+7(3952) 35-22-39, 35-13-98

www.sibexpo.ru

21–23 октября

InterFood Siberia

Новосибирск

«Экспоцентр»

ITE Сибирская ярмарка

+7(383) 363-00-63/36

www.interfood-siberia.ru

22–24 октября

Ростов гостеприимный

Ростов-на-Дону

КВЦ «ВертолЭкспо»

+7(863) 268-77-68

www.vertolexpo.ru

29–31 октября

ВолгоградАГРО

Волгоград

«Волгоградэкспо»

+7(8442) 55-13-15

www.volgogradexpo.ru

11–13 ноября

Петерфуд

Санкт-Петербург

«Империя»

+7(495) 730-79-06,

+7(812) 327-49-18

imperiam@imperiaforum.ru

www.peterfood.

imperiaforum.ru

13–14 ноября

Пищевая индустрия

Воронеж

«Вета»

+7 (473) 251-20-12, 277-48-36,

veta@veta.ru

www.veta.ru

19–21 ноября

Агропромышленный форум

Сибири

Красноярск

МВДЦ «Сибирь»

Красноярская ярмарка

+7(391) 22-88-611

www.krasfair.ru

19–21 ноября

Воронежагро

Воронеж

«Агробизнес

Черноземья»

+7(473) 253-85-50

admin@expo.vsau.ru

www.expocentr.vrn.ru

25–27 ноября

БашПродЭкспо

Уфа, «Башэкспо»

+7(347) 256-51-80,

256-58-23, 256-51-86

www.basheexpo.ru

25–28 ноября

Юагро

Краснодар

«КраснодарЭкспо»

+7 (861) 200-12-34

www.yugagro.org

www.krasnodarexpo.ru

2–4 декабря

Hi Europe, Ni & Nuw

Париж, Франция

«UBM»

www.ingredientsnetwork.

com/event

Журнал «Бизнес пищевых ингредиентов» запустил Интернет-портал

«Бизнес пищевых ингредиентов *online*»

bfi-online.ru

это территория профессионального общения для всех, кто применяет, продает и производит пищевые ингредиенты



Итак, теперь Вам
доступны в режиме
ONLINE:

- российские и зарубежные новости рынка пищевых ингредиентов
- актуальные аналитические обзоры рынка
- мнения экспертов рынка и возможность задать им вопрос
- календарь российских и зарубежных выставок, семинаров, конференций
- размещение объявлений о продаже или покупке сырья и ингредиентов
- поиск работы для профессионалов рынка

А теперь главное: мы сближаем партнеров!

Ваши контакты и контакты Ваших коллег здесь: **bfi-online.ru**

В **бесплатном** доступе обновляемая в режиме **on line** информация о поставщиках и производителях ингредиентов всех регионов России из наших каталогов

«Весь российский рынок пищевых ингредиентов»

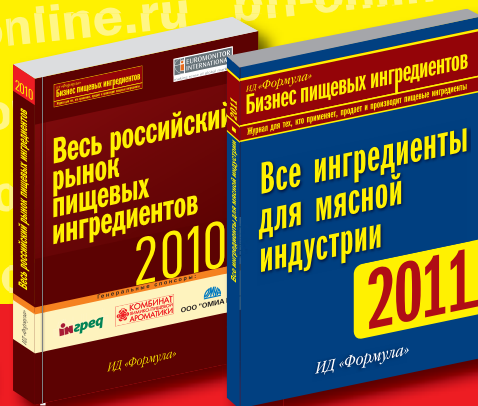
«Все ингредиенты для мясной индустрии».

В каталогах более 1000 компаний о поставщиках и производителях ингредиентов во всех регионах России.

**Информация в каталогах доступна для
ONLINE бесплатного обновления**

Авторизируйтесь:

- посетите страницу Вашей компании в каталоге. Обновите и / или добавьте информацию
- бесплатно размещайте свои объявления, вакансии и резюме в разделах «Объявления» и «Работа»!



OMEGA

МЫ СОЗДАЕМ ВКУС®



**СМЕСИ СПЕЦИЙ И КОМПЛЕКСНЫЕ ПИЩЕВЫЕ ДОБАВКИ
«ОМЕГА» ДЛЯ ВСЕХ ВИДОВ МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ**

**ГРУППА КОМПАНИЙ «ОМЕГА»:
ТЕЛ. +7 (495) 777- 42 -98, E-MAIL: INFO@OMEGA-TECH.RU**



**ОМЕГА - НЕВА - Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
ОМЕГА - ЮГ - Г. КРАСНОДАР
ОМЕГА - СИБИРЬ - Г. НОВОСИБИРСК**



WWW. OMEGA-TECH.RU

WWW.OMEGA-RUS.COM