ид «Формула»

www.bfi-online.ru

# Бизнес пищевых ингредиентов

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

№ 6 (51) декабрь 2015 – январь 2016

Тренды-2016: лидирует «чистая этикетка» — ТРЕНД — стр. 14

Российский рынок какао-продуктов: негативный сценарий 2015 года — ПРАКТИКУМ — стр. 16

«Агропродмаш-2015»: реализация программы импортозамещения — ВЫСТАВКИ И КОНФЕРЕНЦИИ — стр. 22

Официальное издание Союза Производителей Пищевых Ингредиентов

## Завод по глубокой переработке сои получил статус первого резидента ТОР «Белогорск»

МЭЗ «Амурский» строит в Амурской области на территории опережающего развития «Белогорск» завод по глубокой переработке сои мощностью 165 тыс. тонн в год. На будущем производстве будут выпускать белый соевый лепесток для пищевой промышленности и соевое масло. Также предприятие будет получать кормовой шрот. Запуск первой очереди запланирован на 2016 год. Штатная численность персонала завода в следующем году составит 260 человек. В качестве сырья в производстве будет использоваться соя, выращенная в Амурской области.

Теперь на ТОП «Белогорск» появился первый официальный резидент. Соответствующее соглашение с маслоэкстракционным заводом «Амурский» подписала Корпорация развития Дальнего Востока, сообщает «Амурская правда». «Соглашение уже вступило в силу. Объем инвестиций резидента в производство пищевых продуктов на территории ТОР «Белогорск» составит 1,1 млрд руб., – пояснила начальник отдела развития ТОР и инвестиций белогорской мэрии Лариса Лазарева. – В настоящее время ведется активное строительство завода по глубокой переработке сои, приобретается оборудование, формируется штат сотрудников. Уже с 1 декабря резидент получает все преференции, которые подразумеваются приобретенным статусом. К примеру, размер страховых взносов сокращается почти в 4 раза, с 30,2 до 7,6%».

## ОСТРО!

**Михаил Богомолов,**
врач психоэндокринолог, диабетолог, президент МОО «Российская диабетическая ассоциация»

*Введение ограничений на оборот безалкогольных тонизирующих напитков в розничной торговле без учета мнения делового сообщества, экспертов и ученых не будет способствовать решению задач, провозглашаемых его инициаторами, а только ухудшит условия ведения бизнеса для производителей, предприятий торговли и т.п.*

стр. 32

### В Новосибирской области откроется производство чипсов

Завод по выпуску чипсов мощностью 3 млн тонн в год будет построен в Новосибирской области. Предприятие займет 4 тыс. кв. м площади, объем инвестиций в проект составит 350 млн руб., запланированный срок окупаемости проекта – 3 года. Производство позволит обеспечить необходимым количеством продукции локальный рынок на все 100%.

### КОМПАНИИ, УПОМИНАЕМЫЕ В НОМЕРЕ:

Агрокомплекс ... 6
АгроСиб-Раздолье ... 6
АКМЭ ... 22
Актива ... 22
Амурский МЭЗ ... 1
Аромарос-М ... 22
АуСПАЙС ... 22
Березники ... 6
Биолайн ... 22
Благо ... 21
Валетек Продимпэкс ... 24
ВБД напитки ... 31

Продолжение на стр. 28

## В НОМЕРЕ:

Зарубежные новости ... 4
Российские новости ... 6
Новости компаний ... 8
Тренд ... 14
Выставки и конференции ... 22
Новый ассортимент ... 28
Бизнес индустрии напитков и молочных продуктов ... 31
Тренд ... 32
Практикум ... 35
Инновации ... 39
Новый ассортимент ... 45
В помощь технологу ... 46

ид «Формула» СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ

Бизнес индустрии напитков и молочных продуктов

стр. 31

Журнал для тех, кто применяет, продает и производит ингредиенты для производства напитков и молочных продуктов

# ЧИТАЙТЕ В НОМЕРЕ

## ОТ РЕДАКТОРА

### Молочные реки в кризисные времена

Изменение экономической ситуации в стране и введение продовольственных санкций повлияли на условия жизни россиян – снизились реальные доходы на фоне значительного роста цен многие товары, в том числе на продукты питания. Это привело к снижению продаж многих видов продукции, так, продажи безалкогольных напитков за 1-е полугодие 2015 года сократились на 3%, шоколадных изделий за 8 месяцев – более чем на 8% и т.д. Но эта тенденция не коснулась молочных изделий. По данным Nielsen, несмотря на рост цен, продажи молочной продукции в России с августа 2014-го по август 2015 года увеличились на 15%. Отчасти это объясняется тем, что в кризисные времена потребители предпочитают питаться дома, а молочные продукты являются важным компонентом домашней кухни в нашей стране.

Но ситуация с разными категориями молочных продуктов сильно различается. Потребление категории молока и молочных напитков, в которую входят традиционные кисломолочные напитки (кефир, ряженка, простокваша, топленое молоко, варенец и др.), питьевые йогурты и сливки увеличилось почти на 2%, потребление творога и творожных продуктов также выросло, а сыра – сократилось на 15% (по оценке Petrova 5 Consulting). При этом за девять месяцев текущего года производство сыров в стране выросло более чем на 23%.

При изготовлении молочных продуктов, как правило, применяются пищевые добавки. В этом номере публикуется много материалов на эту тему. О нормировании пищевых ингредиентов при производстве молочной продукции читайте в рубрике «В помощь технологу» (стр. 46–47). Также представлены инновационные ингредиенты для молочной индустрии – стабилизационные системы (стр. 28, 36), заквасочные культуры (стр. 39), эмульгаторы (стр. 40), препараты трансглутаминазы (стр. 30, 45), комплексные пищевые добавки (стр. 42) и др.

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

**ТРЕНД**

Тренды мирового пищевого рынка: лидирует «чистая этикетка» . . . . . 14

Екатерина Татаринова. Российский рынок какао-продуктов: негативный сценарий 2015 года. . . 16

**ВЫСТАВКИ И КОНФЕРЕНЦИИ**

«Агропродмаш-2015»: эффективная реализация программы импортозамещения . . . . . 22

Vitafoods Россия и СНГ – московский дебют . . . . . 24

Результаты импортозамещения под призмой «Продэкспо-2016» . . . . . 26

**НОВЫЙ АССОРТИМЕНТ** . . . . . 28

**СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ**

**Бизнес индустрии напитков и молочных продуктов . . . . . 31**

**ТРЕНД**

Михаил Богомолов. Чай, кофе и безалкогольные энергетики . . . . . 32

**ПРАКТИКУМ**

Безалкогольные тонизирующие напитки: сбалансированный состав . . . . . 35

**ИННОВАЦИИ**

Ольга Аброськина, Юлия Павлова. Стабилизаторы для молочных продуктов: инновационные решения . . . . . 36

Заквасочные культуры AiBi® Golden Time для быстрого и безопасного производства кисломолочных продуктов . . . . . 39

Ольга Лепилкина, Игорь Смыков, Ирина Логинова. О роли эмульгаторов в формировании качества сырных продуктов с заменителями молочного жира . 40

Марина Памшева. Коллекция комплексных пищевых добавок «ОМЕГА» для увеличения выхода творожных продуктов . . . . . 42

**НОВЫЙ АССОРТИМЕНТ** . . . . . 45

**В ПОМОЩЬ ТЕХНОЛОГУ**

Нормирование пищевых ингредиентов при производстве молочной продукции . . . . . 46

## Contents

**TREND**

Trends in world food markets: leading clean label . . . . . 14

Ekaterina Tatarinova. The Russian market of cocoa products: negative scenario 2015

**EXHIBITIONS & CONFERENCES**

«Agroprodmash-2015»: the effective implementation of import substitution program . . . . . 22

Vitafoods Russia & CIS – Moscow debut. . . . . 24

The results of import substitution in «Prodexpo-2016» . . . . . 26

**NEW PRODUCTS**. . . . . 28

**SPECIAL SUPPLEMENT**

**Business industry drinks and dairy products . . . . . 31**

**TREND**

Mikhail Bogomolov. Tea, coffee and non-alcoholic energy drinks . . . . . 32

**CASE STUDY**

Non-alcoholic energy drinks: balanced composition . . . . 35

**INNOVATIONS**

Olga Abroskina, Yulia Pavlova. Stabilizers for dairy products: innovative solutions . . . . . 36

Starter cultures AiBi® Golden Time for fast and safe production of fermented milk products. . . . . 39

Olga Lepilkina, Igor Smykov, Irina Loginova. The role of emulsifiers in the formation of quality cheese products with milk fat substitutes . . . . . 40

Marina Pamsheva. Collection of complex food supplements «OMEGA» for increase the yield of curd products . . . . . 42

**NEW PRODUCTS**. . . . . 45

**FOR THE TECHNOLOGIST**

Rationing of food ingredients in the manufacture of dairy products . . . . . .46

# AIPU предлагает высококачественный карамельный колер

Карамельный колер – один из наиболее широко используемых красителей в мире. Компания «Пищевая промышленность AIPU» уже более 20 лет разрабатывает и производит карамельный колер и имеет репутацию авторитетного высокопрофессионального надежного поставщика.

ООО «Пищевая промышленность AIPU», основанное в 1993 году, является ведущим производителем пищевых ингредиентов в Китае и в настоящее время расширяет свою деятельность за рубежом. AIPU предлагает партнерам разнообразные комплексные решения с учетом индивидуальных запросов клиентов. AIPU особое внимание уделяет пищевой безопасности и гарантирует своим клиентам стабильные поставки ингредиентов высшего качества.

AIPU–стабильная и надежная компания!

AIPU стремится сделать Ваш продукт наиболее натуральным и вкусным! Главная идея компании AIPU: «Сделать именно Ваш продукт таким, каким его полюбят миллионы!»

## Супер предложение

AIPU предлагает высококачественный карамельный колер в жидком и порошкообразном виде.
Кроме того, в ассортименте AIPU есть следующие ингредиенты, которые сделают Ваши продукты вкуснее:

- ✓ Порошок соевого соуса
- ✓ Гидролизованный растительный белок
- ✓ Динатрия сукцинат
- ✓ Этилмальтол

SYSTEM CERTIFICATION ISO 22000 SGS

MAJELIS ULAMA INDONESIA HALAL

HACCP Intertek

BRC FOOD Intertek

KOF-K PARVE Kosher Certified K#1671

**Пищевая промышленность AIPU, ООО**

Китай, г. Шанхай, р-н. Баошань, ул. Лосинь
Тел.: +86-21-56869511, 56869551 | E-mail: sales@aipufood.com | www.aipufood.com
Звоните, пишите - мы говорим по-русски.

**Учредитель:**
ИД «Формула»
тел.: +7 (496) 522-40-45,
+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

ЦИФРЫ И ФАКТЫ

## В Западной Европе по-прежнему растет интерес к сладкому

Интерес потребителей к разнообразным натуральным подслащивающим веществам и сиропам продолжает расти во всем мире. По данным компании Innova Market Insights, в странах Западной Европы в 2014 году при создании новых продуктов использование натуральных сладких веществ выросло на 14% по сравнению с данными 2013 года. Применение рисового сиропа в рецептурах новых продуктов выросло на 101%. При этом использование других веществ увеличилось не так значительно: кукурузного сиропа – на 20%, лактозы – на 5%, сахарозы – на 11%, мальтодекстрина – на 18%, глюкозного сиропа – на 15%.

## ЕС перейдет на 100%-ное потребление пальмового масла стандарта RSPO к 2020 году

Спрос на пальмовое масло, произведенное в соответствии с экологическими стандартами RSPO, существенно увеличится, прогнозирует Rabobank. По оценкам банка, к 2020 году мировой спрос на этот вид масла может вырасти до 11 млн тонн в год (15–16% от спроса на все виды пальмового масла) по сравнению с текущим спросом в 5 млн тонн.

В настоящее время главными покупателями пальмового масла RSPO стандарта являются страны Европейского союза и США, которые закупают 80–90% его мирового производства.

Есть и другие виды стандартов производства пальмового масла, однако продукт RSPO стандарта сейчас пользуется самой большой популярностью среди покупателей благодаря возможности отследить всю цепочку производства и поставок.

Интерес к сертифицированным видам пальмового масла растет на фоне опасений потребителей относительно вреда, наносимого окружающей среде в связи с экстенсивными методами производства пальмы.

В настоящее время организация RSPO (Круглый стол по вопросам экологически устойчивого производства пальмового масла) завершает переговоры касательно «поднятия планки» своих экологических стандартов, требуемых для производства пальмового масла, сообщает Oilworld.ru. К ним будут относиться более серьезные запреты на вырубку лесов, сжигание пальмовых деревьев и посадку пальм на торфяных почвах.

Также требования будут более жесткими к количеству производственных выбросов углекислого газа и прозрачности самого процесса производства пальмового масла.

В ходе переговоров представители ЕС сообщили, что к 2020 году страны перейдут на 100%-ное потребление пальмового масла, произведенного по стандартам RSPO, а такая страна, как Великобритания, возможно, и раньше. Малайзия и Индонезия планируют увеличить потребление сертифицированного масла на 50% к 2020 году, а Китай – на 10%.

Организация RSPO оценивает, что по состоянию на 12 октября 2015 года 20% мирового производства пальмового масла получило сертификацию RSPO. 50% сертифицированной продукции было произведено в Индонезии.

## У мирового рынка стевии замечательные перспективы

В мире активно увеличивается потребление низкокалорийных подсластителей. По данным РБК.Research, в 2012 году объем мирового рынка заменителей сахара (как искусственных, так и натуральных) оценивался в 10,54 млрд долл. По прогнозам экспертов, этот рынок достигнет 13,76 млрд долл. к 2018 году. Особенным спросом сегодня пользуются подсластители из природного сырья, в первую очередь из стевии. На мировом рынке использование стевии в производстве продуктов и напитков за последние десять лет значительно выросло.

По данным Zenith International, в 2013 году мировой объем продаж стевии достиг 4100 тонн. Общая стоимость рынка стевии превысила 300 млн долл. Согласно прогнозу Zenith, у мирового рынка стевии замечательные перспективы. Он достигнет 6250 тонн к 2016 году, что эквивалентно 490 млн долл.

## Пищевые красители: натуральные наступают

Мировой рынок натуральных красителей в 2012 году впервые превысил 600 тыс. тонн. Это наглядно показало, что в глобальном масштабе доля натуральных красителей растет, а синтетических – сокращается. По прогнозам экспертов, мировой сегмент натуральных красителей продолжит свой рост, в основном за счет усиления развивающихся рынков. По оценке Euromonitor International, в 2015 году сегмент натуральных красителей на мировом рынке достигнет 63,1 тыс. тонн, в 2016 году – 64,05 тыс. тонн, в 2017 году – 65,2 тыс. тонн, в 2018 году – 66,5 тыс. тонн.

ЦИФРЫ И ФАКТЫ

## Глобальный рынок пробиотиков будет расти на 6,8% в год до 2018 года

По данным, представленным FoodNavigator.com, мировой рынок пробиотиков будет расти на 6,8% в год в ближайшие три года. Это в основном обусловлено активным развитием рынка в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Вторым доминирующим регионом станет рынок Европы, несмотря на то что в ЕС продажи пробиотиков сталкиваются с серьезными проблемами в области законодательства. Прогноз роста рынка пробиотиков в европейском регионе (6,7%) лишь незначительно ниже, чем глобальный прогноз.

В 2011 году рынок оценивался в 27,9 млрд долл. (20,9 млрд евро), в 2018 году он достигнет 44,9 млрд долл. (33,6 млрд евро).

Пробиотики для молочных продуктов – крупнейший сегмент рынка. Спрос на пробиотические молочные изделия, по прогнозу экспертов, достигнет 32,2 млрд долл. (24,1 млрд евро) в 2018 году.

## Мировой рынок пребиотиков достигнет 4,8 млрд долл. к 2018 году

Мировой рынок пребиотиков растет в геометрической прогрессии, многие компании – ведущие игроки рынка пользуются такой положительной динамикой и, успешно работая, получают хорошую прибыль.

Согласно исследованию Global Industry Analysts (GIA), спрос на пребиотики (непереваримые пищевые ингредиенты, которые способствуют росту полезных микроорганизмов в кишечнике) растет очень интенсивно. Мировые продажи пребиотиков в 2011 году составили около 1 млрд долл., Global Industry Analysts прогнозирует, что этот показатель увеличится почти в пять раз к 2018 году.

## Прогноз производства пальмового масла в Индонезии снижен

Оценка производства пальмового масла в Индонезии в 2016 году была снижена до 33 млн тонн, что на 500 тыс. тонн ниже предыдущего прогноза, сообщил Глава Индонезийского совета по пальмовому маслу. Об этом информирует Ukragroconsult. Производство пальмового масла в текущем году ожидается на уровне 31,5 млн тонн.

Причиной снижения прогноза является возможность развития негативного погодного сценария – дефицита осадков во время созревания плодов, спровоцированного климатическим явлением Эль-Ниньо.

## Повышенный спрос на органические продукты способствует росту популярности натуральных пищевых красителей

Рост популярности органических продуктов сопровождается увеличением спроса на натуральные пищевые красители. Согласно отчету Grand View Research, Европа является самым быстрорастущим рынком для натуральных пищевых красителей. Тем не менее на мировом рынке синтетические красители все еще обгоняют естественные пигменты, поскольку в развивающихся странах люди меньше уделяют внимания органическим продуктам.

По прогнозу, в течение следующих пяти лет рост осведомленности потребителей о натуральных ингредиентах приведет к повышению спроса на естественные красители, и к 2020 году мировой рынок может достигнуть 1,95 млрд евро. Повышенный потребительский спрос на натуральные пищевые продукты и напитки является ключевым фактором, ответственным за рост регионального рынка.

Самый большой рынок для красителей – молочные десерты и безалкогольные напитки. Производители подкрашивают продукты, чтобы сделать их визуально более привлекательными. В газированные безалкогольные напитки добавляются яркие и необычные цвета.


# Омиа Алгол Рус – Ваш надежный поставщик пищевых ингредиентов

Натуральный карбонат кальция • Усилители вкуса • Натуральные пищевые красители • Каротиноиды • Аминокислоты и витамины • Кислоты и их соли • Консерванты • Антислеживатели • Камеди • Подсластители • Растительные волокна Фосфаты и их смеси • Пеногасители • Ингредиенты для водоочистки и водообработки.

Омиа Алгол Рус предлагает универсальные решения по поставкам пищевых ингредиентов. Помимо натурального карбоната кальция собственного производства, Омиа Алгол Рус является дистрибьютором ведущих производителей сырья для пищевой промышленности. Наша глобальная сеть дистрибьюции позволяет осуществлять доставку нужного Вам сырья практически из любой страны мира. Наши преимущества — в большом опыте и всесторонней технологической поддержке наших клиентов, а наша ориентированность на инновации направлена на удовлетворение Ваших потребностей.

в Москве: +7 495 786 63 30
в Санкт-Петербурге: +7 921 956 34 31
www.omyaalgol.com

ОМИА ALGOL

## НОВЫЕ ПРОИЗВОДСТВА

- **PepsiCo** инвестировала 770 млн руб. в новое производство детского питания на молкомбинате «Нижегородский». С запуском новых линий производственная мощность увеличится на 40%, закупка сырья – со 150 до 280 тонн в сутки.
- **«Березники»**, кондитерская фабрика в Мордовии, запустила цех по производству бисквитных изделий, что позволит увеличить мощность предприятия на 190% – до 6500–6800 тонн в год. Объем инвестиций в проект составил 157 млн руб.
- **«Мишкино»**, новая кондитерская фабрика, начнет работать до конца года в Аксайском районе Ростовской обл. Проектная мощность фабрики – 165 тонн продукции в сутки. Инвестиции в проект – 2,5 млрд руб.
- **«Туймаады Агроснаб»** – новый молочный завод открылся в Якутске. Предприятие сможет выпускать 10 тонн молока, 3 тонны кефира и йогурта, а также 1 тонну творога в сутки.
- **«Агрокомплекс»** им. Н.И. Ткачева к 2017 году построит сырзавод в станице Выселки Краснодарского края, который может стать одним из крупнейших производителей сыра в России. Производственная мощность предприятия – 1,4 тыс. тонн в месяц, т.е. около 17 тыс. тонн в год. Инвестиции в проект – около 8 млрд руб.
- **Fazer** инвестирует 14,4 млрд руб. в строительство хлебозавода в Санкт-Петербурге. Проект будет реализован в два этапа. Первую очередь по строительству завода замороженных изделий стоимостью 6 млрд руб. должны запустить в 2016–2018 годах, а на втором этапе (2023–2025 годы) построить завод по производству свежих хлебобулочных изделий стоимостью 8,4 млрд руб. Мощность первой очереди составит 35 тыс. тонн в год, второй – 100 тыс. тонн в год.

ЦИФРЫ И ФАКТЫ

## Первый в Сибири лецитин произведут на Алтае в 2016 году

Компания «Юг Сибири» (управляет тремя маслоэкстракционными заводами в Алтайском крае и Омской области) на базе предприятия «АгроСиб-Раздолье» (Барнаул) в феврале 2016 года планирует получить первую партию жидкого лецитина, сообщил Interfax-Russia.ru генеральный директор завода Владимир Анипченко.

«В феврале 2016 года мы должны выйти на производственную мощность – это 1,8 тонн в сутки жидкого лецитина на основе растительного масла и 3,6 тонн – на основе рапсового», – сказал В.Анипченко.

По словам руководителя управления пищевой, перерабатывающей, фармацевтической промышленности и биотехнологиям Алтайского края Татьяны Зелениной, лецитин сегодня «широко используется в пищевой промышленности, в кондитерском производстве, в фармацевтике. Без него, к примеру, не сделаешь шоколад». «Этот продукт в Сибири не вырабатывается, да и в России вырабатывается мало где. Это сплошное импортозамещение. Мы подходим на данном предприятии к более глубокой переработке масличного сырья и получению дополнительных высокомаржинальных продуктов», – отметила руководитель управления.

«Пищевой фосфатидный концентрат (лецитин) пользуется огромным спросом как в России, так и в Китае. Китайские компании уже сейчас стоят к нам в очередь – хотят купить наш жидкий лецитин», – добавил В.Антипченко.

Для того чтобы начать производство жидкого лецитина, предприятие установило на заводе в Барнауле линию водной гидратации. Теперь нерафинированное прессовое масло не сразу будет идти на рафинацию, а проходить гидратацию, которая позволит выделить фосфатидный концентрат. Мощность новой линии составит 210 тонн масла в сутки.

«Для реализации второй очереди проекта была приобретена площадка, примыкающая к территории завода. На ней будет также дополнительно проложена железнодорожная ветка, чтобы вагоны поступали регулярно и чтобы не задерживалась отгрузка продукции», – сказала Т.Зеленина.

На реализацию первой очереди проекта предприятие направило 3,1 млрд руб. При этом «АгроСиб-Раздолье» ежегодно пользуется различными мерами поддержки. Так, в этом году предприятие получило 600 млн руб. федеральных и краевых субсидий.

## На Ставрополье запустят производство плодоовощного пюре

Компания СХПК «Сады Ставрополья» планирует запустить производство плодоовощного и ягодного пюре через четыре года. По словам Сергея Тюльпанова, генерального директора компании, работами по возведению предприятия займутся специалисты из местного ООО «Интеринвест». Завод, который будет специализироваться на выпуске пюре из ягод, фруктов и овощей, начнет работать в Ставрополье в конце 2019 года, сообщает Fruitnews.ru. Таким способом «Сады Ставрополья» надеются решить проблему наличия некондиционных плодов, которые отправят в переработку. Часть сырья компания планирует закупать у населения края. Это яблоки, груши, черешня, абрикосы, земляника, томаты и тыква.

## Отмечается сокращение российского рынка орехов

По данным маркетингового агентства Discovery Research Group, объем российского рынка орехов в 2014 году составил 60 071 тонн или 368 526 тыс. долл. В ходе анализа динамики рынка отмечается снижение его объема как в натуральном, так и в стоимостном выражении. Эксперты отмечают на рынке орехов снижение объемов импорта в результате конфронтации с Западом, введения эмбарго на поставки из США, девальвации рубля. Кроме того, цены на орехи значительно выросли. При этом эксперты прогнозируют ежегодное увеличение потребления орехов на 8–10%.

## В Саратовской области открыт цех по производству сухого молока

В Саратовской области введен в эксплуатацию крупный цех по производству сухого молока проектной мощностью 3 тыс. тонн молока в сутки, сообщает Dairynews.ru.

Проект реализован компанией ООО «Пугачевские молочные продукты». Общая сумма инвестиций составила 60 млн руб., из которых 30 млн руб. – кредит Россельхозбанка. Производство оснащено самым современным оборудованием по производству пара для сушки молока, а также распылительной сушильной установкой. Сухое молоко будет поставляться во многие регионы России: в Саратовскую, Самарскую, Московскую, Курскую, Белгородскую, Новосибирскую, Ростовскую, Воронежскую, Ленинградскую и другие области. «Поддержка высокотехнологичных предприятий, ориентированных на производство экологически чистой продукции и способствующих росту импортозамещения на продовольственном рынке, является одним из приоритетных направлений деятельности Россельхозбанка. Мы готовы всегда поддержать наших клиентов в реализации их планов, особенно если целью является выпуск качественной и доступной сельхозпродукции», – подчеркнул директор саратовского регионального филиала АО «Россельхозбанк» Олег Коргунов.

ЦИФРЫ И ФАКТЫ

## Европейские компании – основные поставщики пищевых ароматизаторов в Россию

По оценкам компании I-Marketing, объем импорта ароматизаторов в Россию в 2014 году составил 18 тыс. тонн. В первом квартале 2015 года в Россию было ввезено около 4 тыс. тонн, что соответствует уровню аналогичного периода 2014 года. В стоимостном выражении в 2014 году объем импорта составил 435 млн долл. В первом квартале 2015 года импорт ароматизаторов эксперты I-Marketing оценивают в 65 млн долл.

В 2014 году основной объем импортных поставок ароматизаторов в Россию был из Германии (6,2 тыс. тонн, или 34% импорта) и Франции (4,3 тыс. тонн, или 23%). Далее следуют Великобритания (1,6 тыс. тонн, или 9%), Ирландия (1 тыс. тонн, или 6%), Швейцария (0,9 тыс. тонн, или 5%) и Венгрия (0,9 тыс. тонн, или 5%). В стоимостном выражении среди стран-импортеров лидируют Франция (139 млн долл., или 32% импорта) и Ирландия (102 млн долл., или 23%). Далее следуют Германия (84 млн долл., или 19%), Швейцария (25 млн долл., или 6%), Великобритания (18 млн долл., или 4%) и США (18 млн долл., или 4%).

## Поставки пальмового масла в Россию за 9 месяцев 2015 года увеличились почти на треть

Региональный представитель Малайзийского совета производителей пальмового масла в Европе Ютая Кумар на пресс-конференции на тему «Трансжиры как угроза здоровью и один из ключевых факторов возникновения сердечно-сосудистых заболеваний в России» сообщил, что Россия в 2014 году импортировала почти 750 тыс. тонн пальмового масла, передает The DairyNews со ссылкой на пресс-центр.

Выступающие на пресс-конференции спикеры отметили, что во многих развитых странах население совсем отказалось от потребления продуктов с содержанием трансжиров (например, в США), а в ряде европейских стран содержание их ограничено до 2% (по отношению к жирам, содержащимся в продукте). Мировое сообщество врачей-диетологов признает, что здоровая альтернатива вредным трансжирам – твердые масла, к примеру пальмовое. Поэтому импорт пальмового масла в Европе растет год от года. В результате отказа от трансжиров и применения твердых масел при производстве продуктов питания улучшается качество жизни и растет ее продолжительность.

В России ситуация с жирами плачевная, так как норма содержания трансжиров в продукте в нашей стране в 10 раз выше европейского стандарта и составляет 20% к жирам в продукте. По российскому законодательству это является нормой. При этом импорт пальмового масла в России в 10–12 раз меньше, чем в Европе.

«Согласно статистическим данным, Россия в 2014 году приобрела 748 тыс. тонн пальмового масла, при этом общий объем импортированной масложировой продукции составил более 1 млн тонн. Общий объем потребления масложировой продукции в России достиг 4,4 млн тонн, а объем потребления пальмового масла – почти 730 тыс. тонн», – сообщил Ютая Кумар. Он также отметил, что самым крупным поставщиком пальмового масла в Россию является Индонезия, второе место занимает Малайзия.

«В то же время страны ЕС в 2014 году приобрели почти 7,4 млн тонн пальмового масла. При этом общий объем приобретенных растительных масел и жиров составил почти 11 млн тонн. Ожидается, что в 2015 году объем импорта пальмового масла в ЕС достигнет 8 млн тонн», – добавил он. Т.е. импорт пальмового масла в Европе почти в 10 раз превышает импорт в России.

По данным Росстата, поставки пальмового масла в Россию за 9 месяцев 2015 года увеличились на 31,7% по сравнению с аналогичным прошлогодним показателем и оцениваются в 614 тыс. тонн. В сентябре 2015 года импорт пальмового масла составил 84,7 тыс. тонн, что на 49,7% превышает показатель сентября 2014 года.

## В Астраханской области увеличится выпуск томатной пасты

В Астраханской области в скором времени начнут работать несколько предприятий по выпуску томатной пасты, сообщает Ast.volpromtex.ru. По словам Константина Маркелова, вице-губернатора Астраханской области, перерабатывающее томаты предприятие в Черноярском районе начнет функционировать через три года.

Еще одно производство томатной пасты расположится в Харабалинском районе, начало его работы намечено на лето 2016-го. Его мощность составит 27 тыс. тонн готовой продукции в год, из которых 10 тыс. тонн будут получены при запуске 1-й очереди предприятия. Выход на максимальную мощность произойдет только в 2018 году. Инициатором проекта в Черноярском районе является московская компания ЗАО «Мономах» и два ее партнера – компании «Волжские зори» и «Пищевой комбинат». ООО «Волжские зори», производящее до 600 тыс. тонн томатов ежегодно, станет поставщиком сырья. Ожидается, что начало работы только этого предприятия позволит заместить до 30% имеющегося на российском рынке импорта, поступающего из Китая, Ирана, Турции и других государств.

## НОВЫЕ ПРОИЗВОДСТВА

- **ГК «Лосево»** планирует построить в г. Светогорске Ленинградской области сырзавод мощностью по переработке молока 40 тонн в сутки. Пуск завода запланирован на осень 2016 года. Сумма вложений составит 3,5 млн евро.
- **АПК «ПромАгро»**, г. Белгород, в первом полугодии 2016 года запустит в Старом Осколе мясокомбинат стоимостью 2,5 млрд руб. После запуска второй очереди предприятия компания сможет перерабатывать весь объем производимой свинины – до 60 тыс. тонн в год.
- **ООО «Лебедяньмолоко»** собирается возвести в Липецкой области новый завод по выпуску различных видов творога, сыра и детских молочных продуктов производительностью свыше 150 тонн в сутки.
- **ООО «Приморский кондитер»** в Надеждинском районе Приморского края построит кондитерскую фабрику. Инвестиции в проект составят не менее 3 млрд руб. На новом предприятии будут работать не менее тысячи человек.
- **ООО «Консул-Кейтирин»** планирует до конца 2015 года построить в Вольском районе Саратовской области предприятие по производству и розливу натурального восстановленного сока. На предприятии будут установлены линии «Тетра Пак» по розливу в пакеты по 0,2, 1 и 2 литра. Общий объем инвестиций составит 173 млн руб.
- **КФХ «Оюн»** в Туве, в поселке Сукпаке, в 26 км от столицы республики, приступило к строительству мясокомбината. Общая стоимость проекта – 105 млн руб. Предприятие будет выпускать полуфабрикаты, пельмени и колбасы, перерабатывая 2 тыс. тонн мяса в год.

■ **ГК «Союзоптторг»**, один из ведущих российских дистрибьюторов пищевых ингредиентов, открыла свой филиал в Минске. Он стал тринадцатым в обширной филиальной сети, которую компания планомерно развивает уже более 16 лет.

■ **Barry Callebaut** объявила рекордные финансовые результаты прошедшего года.

В 2014/15 финансовом году (закончился 31 августа 2015 года) компания увеличила объем продаж на 4,5% до 1 794 782 тонны, с сильным ускорением в последнем квартале.

Выручка выросла на 12,1% в местной валюте (6,4% в швейцарских франках) до 5,7 млрд евро в результате роста объема производства и более высоких цен на какао-бобы в течение всего финансового года.

Несмотря на падение европейского рынка шоколадных кондитерских изделий (-2,6%), Barry Callebaut удалось увеличить свой объем продаж в Европе на 3,9% до 763 646 тонн, с сильным ускорением в последнем квартале.

В целом, выручка от реализации в европейском регионе значительно выросла (на 11,0%) до 2563,7 млн швейцарских франков в результате более высоких цен на какао-бобы и увеличения продаж продукции с более высокой стоимостью. Операционная прибыль (EBIT) выросла на 19,7% до 289,7 млн швейцарских франков.

■ **Archer Daniels Midland Company (ADM)** запустила в Китае, в г. Тяньцзинянь, новый завод по производству растворимых пищевых волокон Fibersol. Плановая мощность нового предприятия – 15 тыс. метрических тонн в год.

Мировой рынок растворимых пищевых волокон – перспективный и быстрорастущий, в последние годы он увеличивается в среднем на 13% в год.

Fibersol используется для обогащения продуктов питания и напитков пищевыми волокнами, что придает им свойства, полезные для здоровья, без ущерба для вкуса, цвета или вязкости.

ADM продает Fibersol через совместное предприятие ADM / Matsutani.

■ **Naturex**, мировой лидер в области производства специальных натуральных ингредиентов на растительной основе, объявил финансовые результаты первых девяти месяцев 2015 года – консолидированные продажи достигли 297 млн евро.

В 3-м квартале 2015 года рост наблюдался на всех предприятиях во всех регионах благодаря двум факторам: оптимизации продуктового портфеля и укреплению позиций в сегменте рынка продуктов с добавленной стоимостью. Выручка за квартал выросла до 94,3 млн евро, что на 17,9% больше по сравнению с показателями 3-го квартала 2014 года.

«Стабильный органический рост на 6,1% в третьем квартале 2015 года подтверждает положительный эффект постепенного и устойчивого перехода к бизнес-модели оптимизации роста и создания стоимости продукта, – прокомментировал итоги Оливье Риго, главный исполнительный директор Naturex. – Проводя во всех регионах нашу стратегию развития бизнеса и оптимизации ассортимента продукции, мы добились успеха в попадании в нужное русло с устойчивым ростом в течение первых девяти месяцев, несмотря на продолжающуюся нестабильность на отдельных рынках. Мы уверены, что этот импульс приведет к росту показателей по итогам полного года и будет сопровождаться улучшением рентабельности во второй половине года. Это позволит нам ускорить наш рост в ближайшие месяцы на развивающихся рынках и укрепить наши позиции в Северной Америке и Европе в соответствии с целями роста и прибыльности нашего стратегического плана BRIGHT2020».

■ **Bunge Limited** и **Solazyme, Inc.** расширили совместное предприятие для строительства завода по производству масел и большего фокусирования на производстве пищевых ингредиентов.

В 2010 году Bunge, лидер в сфере семян масличных культур, инвестировала в акции Solazyme, которая использует микроводоросли для создания масел и других компонентов. В апреле 2012 года компании сформировали совместное предприятие, чтобы построить, владеть и управлять специализированным предприятием по производству масел в промышленном масштабе, смежным с заводом по переработке сахарного тростника Bunge в Сан-Паулу, в Бразилии. Новый завод запустил коммерческое производство в мае 2014 года.

Теперь команда Bunge по глобальным продажам и применению продовольственных масел представит на рынке три продукта Solazyme AlgaWise, произведенные на производственном предприятии в Бразилии.

Solazyme усилила разработку пищевых ингредиентов из микроводорослей. Расширенное совместное предприятие с крупной солидной компанией ингредиентов открывает огромную возможность сбыта для масел AlgaWise.

Расширенное совместное предприятие будет опираться на платформу Solazyme по переработке микроводорослей и на позиции Bunge на рынке пищевых ингредиентов, в том числе растительных масел. В рамках расширения СП партнеры также заключили соглашение по увеличению совместного финансирования научно-исследовательских программ, чтобы включить в них новые уникальные пищевые продукты и специальные жиры.

■ **Glanbia** приобретает компанию thinkThin за 217 млн долл. thinkThin занимает лидирующие позиции в сегменте высокобелковых питательных батончиков на рынке США, которые широко используются в качестве полезных, удобных и вкусных снеков.

Объем продаж thinkThin за двенадцать месяцев до конца сентября 2015 года составил 84 млн долл., в среднем за последние три года продажи росли на 31%.

После закрытия сделки присутствие Glanbia Performance Nutrition's значительно увеличится в сегменте питательных батончиков, который в настоящее время оценивается приблизительно в 2,8 млрд долл.

Кроме того, присоединение thinkThin обеспечит Glanbia Performance Nutrition's усиленную платформу для входа в сегмент снеков категории «лучше для вас», а также увеличит портфель брендов Glanbia в существующих каналах продаж.

Предполагается, что сделка будет завершена до конца 2015-го финансового года.

ЦИФРЫ И ФАКТЫ

**ГК НМЖК** начала массовое производство фасованного пищевого кокосового масла под собственным брендом, пишет «Интерфакс-Поволжье» со ссылкой на предприятие. Сырье для продукта поставляется из Юго-Восточной Азии. «Первые продажи масла стартовали в сентябре, и сейчас мы активно наращиваем дистрибуцию. Мы начали с небольших объемов производства, но в перспективе существующие мощности позволят производить до 100 тонн фасованного кокосового масла в месяц», – пояснили в НМЖК.

**Archer Daniels Midland Co** увеличила долю в сингапурской компании Wilmar International Ltd. в очередной попытке расширения в Азии, пишет Thomson Reuters. Покупка ADM включает приблизительно 22% акций Wilmar, сообщила Wilmar.

В феврале в собственности ADM находилось 17,3% акций Wilmar, согласно данным регуляторов США. Покупка была незапланированной и зависела от курса акций и курсов иностранных валют, заявил представитель ADM.

ADM сфокусировалась на расширении деловых отношений с Азией, чтобы использовать в своих интересах рост среднего класса в регионе.

**Givaudan Flavors,** один из ведущих мировых производителей ароматизаторов, заложил строительство нового предприятия в г. Ranjangaon, Пуне, Индия. Строительство нового завода подтверждает важность Индии для компании Givaudan в качестве одного из ключевых рынков с высокими темпами роста. Согласно своей стратегии роста, Givaudan инвестирует 51 млн евро в это новое предприятие мирового класса. Это крупнейший инвестиционный проект Givaudan в Индии с 1998 года. Новый завод, который планируется открыть в 2018 году, будет дополнять существующее производство компании в Дамане.

Генеральный директор Givaudan Жиль Андриер отметил: «Этот крупный инвестиционный проект отражает важность Индии для Givaudan. Он соответствует нашей стратегии инвестиций на быстрорастущих рынках и демонстрирует наше стремление продолжать тесное сотрудничество с клиентами в Азиатско-Тихоокеанском регионе, обеспечить их дифференцированными решениями для нужд местного рынка».

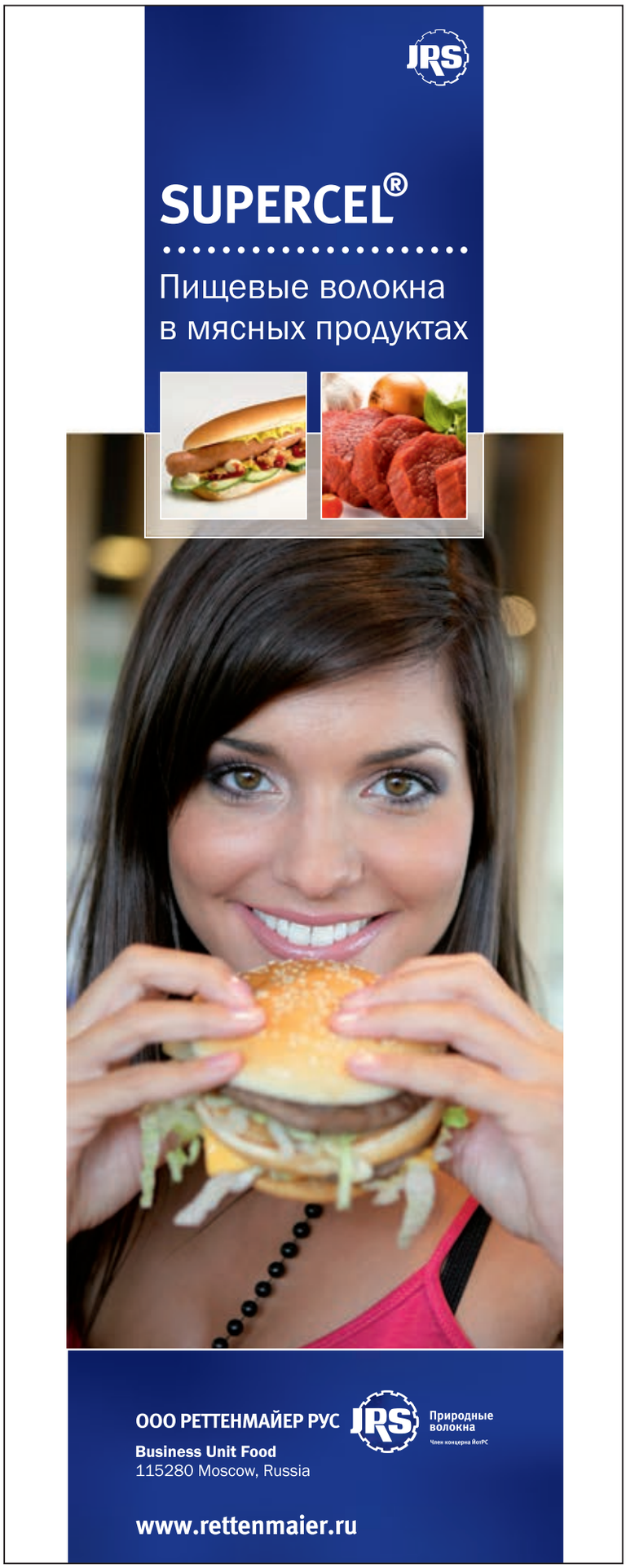
**Corbion** увеличил продажи почти на 20% за год. По итогам 3-го квартала 2015 года продажи компании составили 235,6 млн евро, что на 18,6% больше по сравнению с аналогичным показателем 2014 года. Органический рост продаж составил 4,6%, что в основном вызвано ростом цены на улучшители. EBITDA без учета разовых статей в 3-м квартале 2015 года увеличился на 44,2% до 39,8 млн евро. За год продажи выросли с 560,8 млн евро до 687,9 млн евро, EBITDA – с 77,5 млн евро до 118 млн евро.

«Это был еще один сильный квартал для Corbion, как с точки зрения увеличения продаж, так и роста прибыли, – сказал Tjerk de Ruiter, генеральный директор компании. – Эти достижения были обусловлены постоянным усовершенствованием ассортимента продукции, изменением курса валюты и успешной реализацией нашей программы повышения производительности».

**Barry Callebaut,** ведущий мировой производитель высококачественных шоколадных и какаопродуктов, приобрела Nyonkopa Cocoa Buying Company Limited в Гане.

Nyonkopa Cocoa является одной из десяти крупнейших частных компаний в Гане. Компания была основана в 2012 году и начала функционировать в сезоне 2013/14. Компания имеет развитую закупочную сеть и покупает какао у более чем 10 тыс. фермеров, разбросанных по 34 округам в основных регионах Ганы.

**Arla,** один из крупнейших мировых производителей молочных продуктов и ингредиентов, продает последнюю из своих компаний по выпуску немолочных продуктов – компанию Rynkeby Foods, крупнейшего производителя сока в скандинавском регионе. Доход компании в прошлом году составил 150 млн евро (по данным Arla).



**ГК «ЭФКО»** и Воронежский государственный университет разработали инновационный проект по импортозамещению в области производства эмульгаторов. Совместный проект «Разработка ресурсосберегающих технологий производства эмульгаторов, а также эмульгирующих систем для пищевой и непищевой промышленности на основе растительного сырья и продуктов его переработки» вошел в число победителей конкурса проектов на проведение прикладных научных исследований и экспериментальных разработок по приоритетным направлениям развития науки, технологий и техники в рамках федеральной целевой программы «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технического комплекса России на 2014–2020 годы». На сегодняшний день 85% всех потребляемых в России эмульгаторов импортируются из Европы, по некоторым позициям эта цифра составляет 100%. Из-за роста курса иностранных валют стоимость импортируемого сырья значительно выросла, что, в том числе, привело к увеличению стоимости широкой линейки продуктов питания и средств личной гигиены на полках российских магазинов. По словам Татьяны Саниной, директора по бизнес-администрированию Департамента олеохимического бизнеса ГК «ЭФКО», проект направлен на создание ресурсосберегающей технологии производства эмульгаторов, в том числе с применением ферментов, т.е. экологически чистых биокатализаторов, а само производство будет требовать меньше энергоресурсов, чем уже существующие в мире. Общий объем финансирования проекта из федерального бюджета на 2015–2017 годы составит 34 млн руб.

**Frutarom Industries Ltd. (Frutarom)**, одна из 10 крупнейших мировых компаний в области вкусоароматических и специальных ингредиентов, продолжает серию приобретений в рамках реализации своей стратегии быстрого и прибыльного роста. Frutarom подписала соглашение о покупке 75% уставного капитала польской компании AMCO Sp. z o.o. (AMCO) за 20,7 млн долл. Это 11-е приобретение компании в 2015 году.

AMCO, основанная в 1998 году, имеет подразделения R&D, продаж, маркетинговый центр и эффективное современное предприятие в Варшаве, которое имеет большую производственную мощность и значительный потенциал для ее расширения.

Основная деятельность AMCO – разработка, производство и сбыт уникальных инновационных решений в области вкусоароматики несладкого спектра, которые включают смеси, приправы, маринады и функциональные ингредиенты для пищевой промышленности.

Объем продаж AMCO за 12-месячный период, закончившийся в сентябре 2015, достиг примерно 19,5 млн долл. (приблизительно 71 млн злотых).

**Symrise AG** за девять месяцев 2015 года увеличила свои продажи и значительно повысила доходы. Группа воспользовалась высоким спросом во всех сегментах своих продуктов во всех регионах. Symrise увеличила свои продажи на 29% до 1,977 млн евро (за 9 месяцев 2014 года – 1,53 млн евро) и свои доходы до вычета процентов, налогов, износа и амортизации (EBITDA) на 30% до 448,5 млн евро (за 9 месяцев 2014 года – 343,8 млн евро). По таким показателям Symrise является одной из самых прибыльных компаний в отрасли.

Д-р Хайнц-Юрген Бертрам, генеральный директор Symrise AG, сказал: «Наши результаты говорят сами за себя. Есть очень мало компаний в нашей отрасли, которые могут соответствовать росту и прибыльности Symrise. Мы воспользовались высоким спросом в обоих сегментах и во всех регионах, что еще больше укрепило наше положение на рынке. Мы по-прежнему ожидаем хороших результатов за полный 2015 год. Мы начали четвертый квартал в сильном темпе, и я считаю, что мы наилучшим образом используем оставшиеся до конца года недели».

**AAK** приобретет активы и бизнес компании TLC – бельгийского производителя фосфолипидов из яичного желтка. Эти фосфолипиды поставляются на рынок под торговой маркой OvoLife.

Фосфолипиды, полученные из яичного желтка, при включении в формулу продукта привносят в него дополнительные преимущества: позволяют улучшить функции мозга, глаз и иммунной системы на всех этапах жизни.

Совместное применение этих фосфолипидов и специализированного жира Akonino® в технологических решениях для производства продуктов для детского питания позволит компании AAK значительно расширить ассортимент ингредиентов, используемых в производстве питания для младенцев. Новые продукты, содержащие фосфолипиды, извлеченные из яичного желтка, имеют торговую марку Akonino® PL.

«Яичные фосфолипиды являются важной составляющей в формулах пищевых продуктов. Данная инвестиция поможет нам расширить ассортиментный портфель решений для детского питания, – говорит Реналд Макинтош, руководитель отдела детского питания AAK. – Сегодня Akonino® PL продается только в Европе, но наша цель заключается в расширении наших продаж за пределами Европы в ближайшие годы, с акцентом на Азию».

**FrieslandCampina** открыла новое производство галактоолигосахаридов (Vivinal GOS) в Borculo, Нидерланды. Vivinal GOS используется в производстве продуктов для питания детей первого года жизни.

В первой половине 2015 года производство ингредиентов для детского питания компании FrieslandCampina выросло на 15,8%, и руководство компании утверждает, что она лидирует на мировом рынке в производстве галактоолигосахаридов.

Сегодня FrieslandCampina производит галактоолигосахариды в двух местах: в Borculo и в Warrnambool в Австралии. Предприятие в Borculo является частью FrieslandCampina Ingredients.

«Наше новое производство является суперсовременным. Это означает, что мы можем еще более эффективно отвечать на растущий спрос на Vivinal GOS и еще шире применять этот ингредиент, как для производства наших собственных продуктов детского питания, так и для использования его другими участниками рынка, – сказал Тине Снелс, исполнительный директор FrieslandCampina Ingredients. – Vivinal GOS был выведен на рынок в 2000 году, более ста миллионов детей во всем мире попробовали продукты, содержащие этот ингредиент».

■ **Naturex**, мировой лидер в производстве специализированных натуральных ингредиентов, и FPInnovations, мировой лидер в исследованиях в области лесного сектора, объявили о стратегическом партнерстве в исследованиях активных ингредиентов, полученных из лесной биомассы, для использования в пищевой и косметической промышленности.

FPInnovations и Naturex объединят свои ноу-хау в управлении природных ресурсов и сохранении биологического разнообразия, а также их научно-технологической экспертизы в исследовании активных молекул.

В рамках сотрудничества FPInnovations благодаря своим обширным знаниям в области лесной промышленности и смежных отраслей обеспечит доступ к исследованиям канадской лесной биомассы, что будет способствовать дополнительной экспертизе веществ, извлекаемых из древесины. Возможности Naturex позволят выявить дополнительные свойства натуральных активных ингредиентов из лесной биомассы и оценить потенциал этих веществ для использования в качестве источника специальных натуральных ингредиентов для пищевой и косметической отраслей.

■ **Chr. Hansen** прогнозирует дальнейший рост своих доходов. Компания Chr. Hansen сообщила, что в 2014/15 финансовом году доход компании составил 859 млн евро, по сравнению с 756 млн евро в 2013/14 году, что соответствует 10% органического роста.

На такие хорошие финансовые показатели положительно повлияли изменения курсов валют, в первую очередь курса доллара США.

EBIT до учета специальных статей составил 233 млн евро, по сравнению с 205 млн евро в 2013/14 году. Прибыль за год была 163 млн евро, по сравнению с 132 млн евро в 2013/14 году.

Генеральный директор компании Cees de Jong отметил, что в 2014/15 году был достигнут значительный прогресс, и органический рост на 10% – это хороший результат. «В 2015/16 году мы ожидаем, что органический рост выручки составит 8–10%», – добавил он.

■ **Kerry Group PLC**, один из ведущих мировых поставщиков пищевых ингредиентов, приобрела компанию Wellmune у Biothera Inc.

Wellmune производит натуральные ингредиенты для производства продуктов питания и напитков, обладающие клинически доказанными свойствами способствовать укреплению иммунной системы.

Альберт Маккуэйд, главный технический директор подразделения «Функциональные ингредиенты и активные вещества», сказал FoodIngredientsFirst: «Данное приобретение является частью стратегии Kerry Group. Wellmune вписывается в бренд Kerry, так как представляет инновационную технологию в создании ингредиентов, усиливающих иммунную систему и делающих организм менее восприимчивым к инфекции».

«Добавление продуктов Wellmune к нашему портфелю предоставляет Kerry Group огромные возможности роста в глобальном масштабе», – сказал Майкл О'Нил, президент подразделения Nutrition компании Kerry.

■ **Barentz International** и американская компания AmTech Ingredients объявили о стратегическом партнерстве в области производства и дистрибуции специальных ингредиентов на территории Соединенных Штатов Америки. Barentz International приобретает долю в AmTech Ingredients.

AmTech Ingredients со штаб-квартирой недалеко от Миннеаполиса, в Гудзоне, штат Висконсин, является ведущим производителем и поставщиком порошковых специальных пищевых ингредиентов. В ассортименте компании порошкообразные подсластители, уксус, приправы, пищевые ингредиенты и шортенинги, AmTech предлагает широкий спектр клиентов по всему миру. Для Barentz International стратегическое партнерство с AmTech Ingredients позволит укрепить позиции в Северной Америке.

member since 1998

member since 2001

TEREZA - INTER
1990

Компания «ТЕРЕЗА–ИНТЕР» была основана в 1990 году как совместное российско-французское предприятие. На сегодняшний день ООО «ТЕРЕЗА–ИНТЕР» является одной из ведущих компаний – производителей и поставщиков ароматизаторов, ванилинов и красителей для пищевой промышленности, а также отдушек и косметического сырья на всей территории Российской Федерации и ближнего зарубежья.

С момента основания фирма специализировалась исключительно на оптовой торговле элитной продукцией французской компании H.RENAUD & FILS.

В 1999 году сфера деятельности предприятия дополнилась также собственным сырьевым производством, и уже с 2000 года клиентам поставляются пищевые ароматизаторы, ванилины и красители, отдушки и косметическое сырье, изготовленные по оригинальным собственным рецептурам.

Компания «ТЕРЕЗА–ИНТЕР» с 1998 года является действительным членом Международной торгово-промышленной ассоциации по эфирным маслам и ароматизаторам (IFEAT) и принимает активное участие в ежегодных конференциях, проводимых ассоциацией в различных регионах мира.

Этот форум актуален и привлекателен для всех членов IFEAT (в настоящее время около 450 компаний из более чем 40 стран мира) тем, что он способствует конструктивному диалогу между производителями, дилерами и потребителями сырья для производства пищевых ароматизаторов и парфюмерных композиций. Также на конференциях компании знакомятся с самыми последними достижениями в области разработки вкусоароматических веществ и сырьевых компонентов, с традиционными методами производства и концепциями современного рынка сбыта.

В 2015 году конференция состоялась в тропическом уголке планеты – Шри-Ланке, г. Коломбо. Организаторы приняли более 1000 участников. Особый интерес всех делегатов был проявлен к российским производителям как к перспективным и быстроразвивающимся. В рамках рабочей программы состоялись семинары с выступлениями специалистов от компаний – мировых лидеров в этом сегменте. В познавательных масштабах конференции делегаты посетили плантации корицы и знаменитого цейлонского чая. Генеральный директор ООО «ТЕРЕЗА–ИНТЕР» Л.В.Харлова присутствовала на коммерческих переговорах и деловых встречах, которые проходили в благоприятной и дружеской атмосфере форума.

Сегодня ООО «ТЕРЕЗА–ИНТЕР» предлагает огромную коллекцию жидких и порошкообразных, водо- и жирорастворимых пищевых ароматизаторов, ванилинов и красителей, предназначенных для любых видов пищевой продукции. Также мы стремимся расширять свой ассортимент и готовы предложить своим Покупателям разнообразные эфирные масла из качественного сырья. Всё производство нашей продукции соответствует стандарту ХАССП / ИСО 22000/2007.

Непрерывный мониторинг мировых тенденций в области пищевой ароматики, пищевых технологий и ингредиентов позволяет постоянно и оперативно актуализировать и расширять ассортимент пищевых ингредиентов, выпускаемых предприятием ООО «ТЕРЕЗА–ИНТЕР».

Квалифицированные менеджеры компании оказывают консультационно-технологическую и практическую помощь по внедрению наших ингредиентов во всех видах пищевой продукции.

За 25 лет работы на мировом рынке ООО «ТЕРЕЗА–ИНТЕР» имеет в своем активе множество национальных и отраслевых наград как добросовестный поставщик и компания года. В 2008 году за достижения на благо России ООО «ТЕРЕЗА–ИНТЕР» награждена престижным орденом «ПРЕЗИДЕНТСКАЯ ЗВЕЗДА».

*- С нами мир ароматнее! -*

Олимпийский пр-т, 22, Москва, 129110, Россия
Тел.: **+ 7(495) 681-84-71, 688-86-59**;
E-mail:**office@tereza.ru, www.tereza.ru**

■ **«Тереза-Интер»** с 1998 года является действительным членом Международной торгово-промышленной ассоциации по эфирным маслам и ароматизаторам (IFEAT) и принимает участие в ежегодных конференциях, проводимых этой Ассоциацией в различных регионах мира.

В этом году генеральный директор компании «Тереза-Интер» Л.В. Харлова участвовала в конференции, которая состоялась в Шри Ланке, г. Коломбо, на тему «Азия – источник эфирных масел и лекарственных трав». Организаторы принимали более 1000 делегатов.

В рамках рабочей программы состоялись семинары с выступлениями специалистов от компаний – мировых лидеров. Другая актуальная тема была охвачена докладами по использованию лекарственных трав в производстве здоровых продуктов питания и косметики.

Делегатам были устроены поездки на плантации корицы и знаменитого цейлонского чая и созданы все условия для плодотворных встреч – коммерческих переговоров, в том числе и с участием представителей компании «Тереза-Интер».

■ **CP Kelco,** ведущий мировой производитель специализированных гидроколлоидных решений, планирует построить в Северной Америке новый завод по выпуску ингредиентов на основе геллановой и ксантановой камеди.

«В свете продолжающегося роста мирового спроса на геллановую и ксантановую камедь на всех региональных рынках инвестиции в новое производство демонстрируют наше стремление остаться стабильным поставщиком и ведущим новатором в области выпуска этих продуктов и в долгосрочной перспективе добиться высокой производительности», – сказал Don Rubright, президент CP Kelco. CP Kelco производит геллановую и специальную ксантановую камедь для использования в изготовлении широкого диапазона продуктов питания, напитков.

■ **Frutarom**, один из ведущих мировых производителей вкусоароматики, объявляет финан-

совые результаты 3-го квартала 2015 года. После произошедших в этом году 12 приобретений компаний, работающих в области производства вкусоароматических компонентов в различных странах мира, продажи Frutarom достигли рекордных результатов – 647,2 млн долл., валовая прибыль была на уровне 251,1 млн долл., а операционная прибыль – 99,4 млн долл. за первые девять месяцев 2015 года.

Продолжение успешной интеграции приобретений, сделанных в последний год, способствовало росту продаж компании, повышению прибыли и рентабельности. С начала 2015 года Frutarom осуществила 13 приобретений, три из них в третьем квартале: американской Scandia, которая занимается специализированными цитрусовыми решениями, испанской Nutrafur – производителя натуральных экстрактов, а также польской AMCO – производителя ароматизаторов несладкого спектра.

Руководство Frutarom считает, что последние приобретения позволяют компании в результате синергии сокращать эксплуатационные расходы, что, как ожидается, будет отражено в результатах последнего квартала. Приобретенные компании будут успешно интегрированы в мировую деятельность Frutarom, что имеет огромный потенциал положительного эффекта в улучшении финансовых результатов.

■ **DDW**, один из ведущих мировых поставщиков натуральных пищевых красителей, приобрела у компании KleurCraft ассортиментный портфель красящих продуктов и связанные с ними технологии SVZ International BV, что позволит ей расширить спектр своей продукции и усилить позиции на рынке.

Красящие компоненты извлекаются из фруктов, овощей и съедобных растений, они не имеют Е-номера по классификации, принятой в Европейском союзе. «Данное приобретение увеличивает глобальные возможности поставок DDW и расширяет спектр простых и специальных цветовых решений для клиентов, – сказал Тед Никсон, председатель и главный исполнительный директор DDW Inc. – Открытие производственной площадки в Ирландии по выпуску натуральных красителей в апреле также продолжает импульс нашего развития». Кроме того, в октябре было открыто новое производство специальных красителей в Луисвилле, США.

2015 год – юбилейный для компании, DDW отмечает свое 150-летие.

■ **Barry Callebaut Group**, ведущий мировой производитель

высококачественных шоколадных и какао-продуктов, подписала лицензионное соглашение с Naturex Group, мировым лидером по производству специальных натуральных ингредиентов на растительной основе, по продвижению экстрактов какао.

В апреле 2015 года Европейская Комиссия одобрила заявку Barry Callebaut на признание полезными для здоровья флавонолов какао из порошка какао и флавонолов какао из экстрактов какао (Правила ЕС 2015/539). Barry Callebaut получила право на использование утверждения, что «Флавонолы какао помогают сохранить эластичность кровеносных сосудов, что способствует нормальному течению крови», на упаковках пищевых добавок и продуктов, содержащих экстракты какао с высокой концентрацией флавонолов.

В рамках соглашения Barry Callebaut и Naturex объединят свои ноу-хау и опыт работы, чтобы продвигать продукты с флавонолами какао. Barry Callebaut будет поставлять какао-бобы, которые содержат большое количество полезных флавонолов. Naturex из этих бобов будет производить чистый экстракт какао.

■ **ADM** завершила покупку мельниц для мокрого размола кукурузы в Болгарии и Турции и 50%-ной доли мельницы в Венгрии. Предприятия были куплены у Eaststarch C.V., совместного предприятия с равными долями ADM и Tate & Lyle.

Предприятия имеют общую ежедневную мощность размола 200 тыс. бушелей и производят главным образом подслащивающие вещества и крахмалы.

Акции ADM понизились, отражая падение дохода в третьем квартале, а также ожидания, что результаты четвертого квартала продолжат быть негативными, сообщили аналитики Stephens Inc. Операционная прибыль переработки кукурузы упала с 341 млн долл. до 165 млн долл. Результаты дивизиона подслащивающих веществ и крахмалов снизились с 158 млн долл. до 125 млн долл.

■ **Puratos**, один из ведущих мировых производителей ингредиентов для хлебопекарной и кондитерской промышленности, приобрела Pennant Ingredients, поставщика специализированных компонентов для пекарен и кондитерских ресторанов быстрого обслуживания, других предприятий общественного питания, действующих в США.

«Это приобретение позволит нам увеличить позиции в Северной Америке, особенно в области общественного питания», – отметил Дэниел Малкопс, главный исполнительный директор компании Puratos.

Pennant Ingredients, расположенная в Рочестере, шт. Нью-Йорк, имеет более чем 70-летний опыт в производстве и поставках готовых к использованию кондитерских и хлебопекарных смесей и начинок. Продажи Pennant Ingredients оцениваются более чем в 70 млн долл.

MODERN BAKERY MOSCOW

22-ая Международная специализированная выставка
для хлебопекарного и кондитерского рынка

**14 - 17 марта 2016**
ЦВК «Экспоцентр»
Москва

www.modern-bakery.ru

messe frankfurt

O/W/P

# Тренды мирового пищевого рынка: лидирует «чистая этикетка»

Исследовательская компания Innova Market Insights представила прогноз основных трендов мирового рынка продуктов и напитков на 2016-й год. По мнению экспертов, основное направление развития рынка – курс на «чистую этикетку».

Главным трендом 2016 года остается рост производства продуктов с «чистой этикеткой». Такую тенденцию подтверждает статистика, приведенная в исследовании компании Innova Market Insights: в первом полугодии 2013 года среди новых продуктов, выпущенных на рынок, доля товаров, которые позиционировались как органические и не мсодержащие ингредиентов с Е-индексом, составляла 6,3%, в первом полугодии 2015 года этот показатель уже достиг 9,5%.

«Тенденции создания новых продуктов с «чистой этикеткой» и с маркировкой «free from» были драйверами рынка в 2015 году, и эти же тренды будут вести за собой рынок новых продуктов и в 2016 году, – отметила Лу Энн Уильямс, директор по инновациям Innova Market Insights. – В топ-10 трендов будущего года, вошли также другие направления, но эти две тенденции будут доминировать на рынке».

## Топ-10 трендов пищевого рынка 2016 года

### 1. Clear Label

Тренд Clear Label / «Чистая этикетка» – зарекомендовал себя в качестве ключевого направления развития рынка продуктов и напитков 2015 году. Потребитель все чаще предпочитает покупать продукт простого состава с минимальным количеством искусственных добавок. На этом фоне наблюдается значительный всплеск производства органических продуктов. По мнению экспертов, все указывает на то, что в краткосрочной перспективе эта тенденция останется основной и станет ключевой платформой при создании новых продуктов, хотя в долгосрочном временном периоде такая ситуация может измениться.

### 2. Free From

Продукты категории «Free From / свободные от», не содержащие в своем составе определенных компонентов, например, глютена, лактозы и т.п., стали очень популярны во всем мире, особенно в странах Европы и Северной Америки. Спрос на такие продукты растет. На самом деле, многие потребители не нуждаются в таких продуктах, у них нет непереносимости данных компонентов, но они все равно желают потреблять такие продукты, так как считают их более здоровыми и полезными. Производители, конечно, отвечают на такой всплеск роста популярности, разрабатывают новые изделия данной категории и увеличивают их производство. Особо высокий рост спроса наблюдается на безглютеновую продукцию, спрос на другие изделия из этой категории также набирает обороты. Эта тенденция продолжится в ближайшие годы.

### 3. Эффект вегетарианства

Все большее людей в мире придерживаются принципа вегетарианства или частичного вегетарианства. Многие совсем отказываются от мяса в своем рационе или сокращают его потребление, иногда по причине проблем со здоровьем, чаще – по моральным убеждениям. Для таких потребителей пищевая промышленность выпускает специализированные продукты – аналоги мяса с использованием альтернативных источников белка. Технологии получения таких продуктов постоянно развиваются и совершенствуются, объемы производства растут. Повышение спроса на заменители мяса и, следовательно, рост рынка аналогов мяса из растительного сырья – тренд следующего года.

### 4. Естественный способ изготовления

Сегодня многие продукты производятся способами, которые известны человечеству в течение многих столетий. Пищевая индустрия сохраняет такую сложившуюся практику – натуральные продукты, прошедшие минимальную обработку, приобретают широкую популярность. Потребитель все более негативно воспринимает продукты, при производстве которых природное сырье прошло значительную технологическую обработку. На этом фоне традиционное приготовление продуктов рассматривается как более натуральное. Поэтому растет популярность классических кисломолочных и ферментированных продуктов.

## 5. Зеленый свет для овощей

Потребителям хорошо известно, что в повседневном рационе питания должно быль много овощей и зелени. Однако овощи не всем по вкусу, потребитель желает видеть на прилавках магазинов больше готовых продуктов из овощей и зелени, имеющих приятный вкус. В первую очередь это относится к детям.

Как ответ на потенциально высокий спрос на такие продукты, производители в большем объеме будут выпускать продукты из овощей и зелени необычных вкусов, в том числе овощные коктейли, растительные пасты и т.п. Такие изделия будут предназначены как детям, так и взрослым.

## 6. Продукты с реальной историей

Современный потребитель как можно больше хочет знать о продукте, который он выбирает, его интересует, что реально стоит брендом. Сегодня более востребованным будет продукт, который имеет свою реальную историю, выходящую за рамки простой сертификации.

Потребители хотят знать, в каком конкретном регионе продукт изготовлен, где выращено сырье, какие работники заняты на производстве. Сегодня продукт, у которого есть реальная история происхождения, имеет весомое маркетинговое преимущество.

## 7. Мелкие игроки – крупные идеи

Мировой бизнес в пищевом секторе построен так, что, как правило, крупные компании имеют несколько основных таких же крупных конкурентов. Но ситуация меняется, в современном бизнесе с крупными компаниями успешно конкурируют небольшие производства. С пищевыми гигантами теперь эффективно борются за рынок сотни маленьких компаний.

Многие из этих мелких игроков выпускают только один продукт, который достаточно успешен на рынке, так как обладает свойствами, привлекательными для современного потребителя. Небольшие компании более гибкие в процессе своего развития, их идеи гораздо быстрее внедряются в производство.

## 8. Спортивное питание не только для спортсменов

Ведущие производители спортивного питания значительно расширяют потребительскую аудиторию на развитых рынках западных стран, теперь они выпускают продукцию не только для культуристов, спортсменов и фанатов фитнеса.

Преимущества основных компонентов спортивного питания, например, таких как белок, могут быть использованы в продуктах для всех демографических групп потребителей, которые придерживаются здорового образа жизни. Ассортиментный портфель производителей спортивного питания расширяется, запускаются новые продукты, осваиваются новые категории. Теперь продукты спортивного питания выпускаются не только для спортсменов.

## 9. Алиби для нездоровой еды

Некоторые категории продуктов, например, десерты и шоколад, не могут позиционироваться как полезные для здоровья, поскольку содержат много сахара. Другие популярные брендовые продукты содержат слишком много жира или соли, что не позволяет их причислить к здоровым продуктам. Но это любимые продукты у населения, и потребитель желает их покупать и дальше. Но потребителю гораздо приятнее осознавать, что это делается не только ради удовольствия, что все-таки этот продукт приносит некоторую пользу.

В этом случае потребителю нужно оправдание, некое алиби. Например, в качестве классического алиби может быть использовано достаточно высокое содержание в продукте натуральных ингредиентов.

## 10. Вкусы для новых впечатлений

Сегодня люди много путешествуют по миру, и впечатления, привезенные из всех уголков земного шара, потом долго хранятся в душе. В том числе и приятные впечатления от вкусовых ощущений, полученных при дегустации новых продуктов. Возвращаясь домой, часто хочется повторить кулинарные эксперименты и найти продукты, похожие на те, что пробовали в дальних странах, или совсем новые и необычные. Производители, отвечая на повышенный спрос на такие продукты, при их создании используют самые современные технологии и инновационные ингредиенты.

**По материалам www.innovadatabase.com**

# Российский рынок какао-продуктов: негативный сценарий 2015 года

Какао-бобы и продукты их переработки являются едва ли не основным видом сырья в российской кондитерской промышленности. Снижающийся курс рубля и рост цен на мировом рынке делает какао и продукты его переработки крайне дорогими для отечественных производителей, что выводит за грань рентабельности почти каждое четвертое предприятие, выпускающее шоколадные изделия.

**Екатерина Татаринова,**
специально для БПИ

## Сокращение импорта какао-продуктов

В 2015 году в условиях ослабления рубля наблюдается значительное сокращение объемов поставок какао-сырья в Россию. По данным Центра исследований кондитерского рынка (ЦИКР), за январь-сентябрь текущего года импорт какао-продуктов в Россию сократился на 34% по сравнению с аналогичным периодом 2014 года и составил 27,97 тыс. тонн. Импорт какао-пасты снизился на 6,6%, до 26,2 тыс. тонн, какао-масла – на 15%, до 22,5 тыс. тонн. В первом полугодии 2015 года стоимость ввезенной в Россию какао-продукции снизилась с 91,7 млн до 52,6 млн долл.

Кроме того, в последние месяцы наблюдается существенное удорожание какао-сырья на мировых рынках, что также влияет на объемы закупок. «На 16 ноября стоимость тонны какао-бобов на Лондонской бирже достигала 2320 фунтов стерлингов. Это практически вплотную приблизило мировые цены к тридцатилетним максимумам, отмечавшимся в 2010 году, когда стоимость тонны какао-бобов составляла 2503 фунта», – говорится в сообщении ЦИКР.

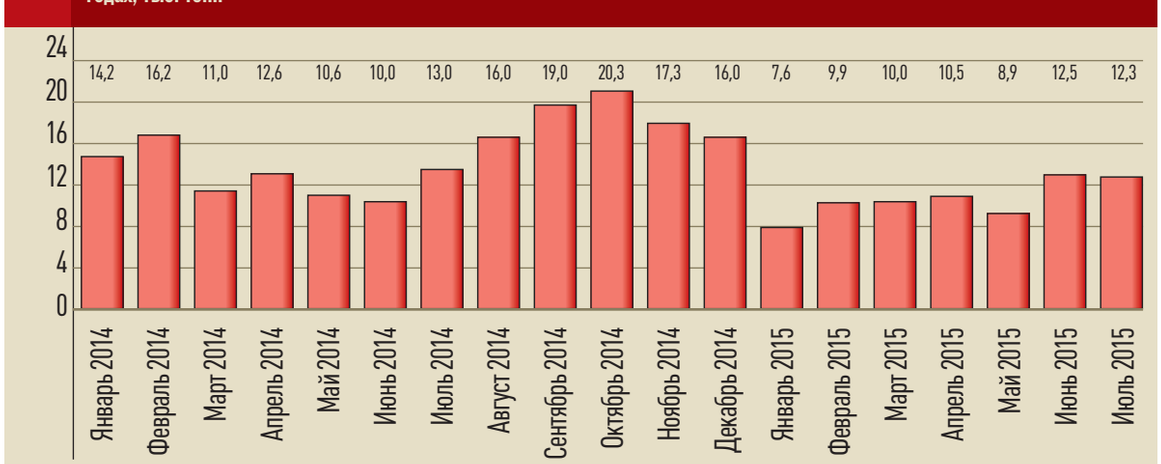
*Несмотря на падение импорта какао-сырья, Россия вышла на третье место в мире как национальный рынок потребления какао после США и Великобритании.*

Рост цен вызван опасениями инвесторов относительно дефицита поставок какао в следующем году. Из-за засухи в Западной Африке и дождей в Южной Америке дефицит мирового предложения составит до 250 тыс. тонн какао. А к 2020 году в связи с нехваткой какао на рынке может возникнуть дефицит шоколада в размере 1 млн тонн, прогнозируют эксперты.

Кроме того, подорожание какао-бобов связано с неожиданно низким урожаем в Гане, являющейся вторым производителем какао-бобов в мире после Кот-д'Ивуара. По разным оценкам, в текущем сезоне (2014/2015 сельхозгод) сбор какао-бобов может быть на 30% меньше, чем прогнозировалось ранее. Госкомпания Ганы Cocobod оценивала текущий урожай в 1 млн тонн против около 900 тыс. тонн в предыдущем сезоне. По оценкам Ecobank, производство какао-бобов в Гане может сократиться на 25% в этом году, до 700 тыс. тонн, из-за вспышки грибковых заболеваний растений в отсутствие необходимых фунгицидов.

Всего в 2014 году в Россию было импортировано какао-бобов на сумму 700 млн долл. Поставками какао-продуктов в нашей стране занимается много компаний. По данным экспертно-аналитического центра агробизнеса

Рис. 1 **Динамика суммарных объемов импорта какао-сырья (какао-бобы, какао-порошок, какао-паста, какао-масло) в 2014-2015 годах, тыс. тонн**




Источник ▸ **Авторское исследование Экспертно-аналитического центра агробизнеса «АБ-Центр»**

«АБ-Центр», в январе-июле 2015 года импорт какао-бобов в Россию осуществляли 22 компании. В числе крупнейших – фирмы – лидеры по производству шоколадных изделий в России. На долю ТОП-5 крупнейших компаний – импортеров в январе-июле 2015 года пришлось 91,7% всех объемов ввоза, сообщается в исследовании «Обзор российского рынка какао-сырья и шоколада» компании «АБ-Центр».

Импорт какао-порошка в январе-июле 2015 года осуществляли 110 компаний. Рынок какао-порошка менее монополизирован, чем рынок какао-бобов. На долю ТОП-5 основных фирм-поставщиков приходится 35,6% от общих объемов поставок. Ввоз какао-пасты в январе-июле 2015 года осуществляли 32 компании. На долю ТОП-5 фирм-импортеров пришлось 75,3% всех объемов. Доля ТОП-5 поставщиков какао-масла в РФ составляет 91,4% от общих объемов ввоза. Все компании, вошедшие в ТОП, – российские производители шоколада.

## Госдума ратифицировала Международное соглашение по какао

Несмотря на падение импорта какао-сырья, Россия вышла на третье место в мире как национальный рынок потребления какао после США и Великобритании. Об этом заявил первый заместитель министра экономического развития РФ Алексей Лихачев, представляя депутатам Госдумы для ратификации проект международного соглашения по какао, сообщает REGNUM.

Госдума ратифицировала Международное соглашение по какао от 2010 года. Россия подписала соглашение еще 1 октября 2014 года, и оно является седьмым по счету за всю историю организации.

По мнению экспертов, инновации данного соглашения в том, что оно более точно структурирует ряд комитетов, в том числе экономический и административно-финансовый, и предусматривает проведение межправительственных консультаций с привлечением частного сектора для достижения долгосрочного баланса между спросом и предложением на рынке какао, что положительно влияет на устойчивое состояние отрасли. Механизмы, регулирующие цены на какао-бобы, в соглашении не предусмотрены, при этом документ помогает на уровне дискуссии прийти к консенсусу между импортерами и экспортерами какао. 18 стран-экспортеров и 30 стран – импортеров какао осуществляют баланс, спрос и предложение на мировом рынке какао-бобов, и благодаря этому балансу цены держатся в разумных пределах.

По мнению Алексея Лихачева, документ содержит ряд нововведений по сравнению с Соглашением 2001 года. Создается новая организационная структура для повышения эффективности деятельности Международной организации по какао (МОКК), в том числе за счет надзора за реализацией Соглашения, усилены полномочия Международного совета по какао. Также подтверждена значимость Консультативного совета по мировой экономике какао, целью деятельности которого стало содействие активному привлечению экспертов из частного сектора к работе МОКК и поощрение диалога между представителями государственного и частного секторов. Кроме того, признана необходимость формирования разумных цен на какао, которые обеспечивают справедливую экономическую отдачу и для производителей, и для потребителей какао.

*В 2014 году из общего объема произведенной шоколадной продукции (1,2 млн тонн) около 400 тыс. тонн выработано на предприятиях, которые частично обеспечивают свою потребность в какао-продуктах за счет собственного производства, и порядка 800 тыс. тонн (65%) шоколадных изделий произведено из какао-продуктов, закупленных по импорту.*

Присоединение к соглашению позволяет России вносить в повестку международного сообщества производителей и потребителей какао вопросы, имеющие экономическое значение для кондитерской отрасли страны, прежде всего связанные с обеспечением качественным сырьем.

Международная организация по какао была создана в 1973 году. МОКК – межправительственная организация, основной целью которой является содействие развитию и укреплению международного сотрудничества во всех областях мировой экономики какао между экспортирующими и импортирующими странами. Она призвана реализовывать цели и задачи Международного соглашения по какао (развитие сотрудничества в отрасли, укрепление экономик стран – участниц объединения, формирование разумной ценовой политики и т.д.), подписанного в 1927 году. В настоящее время членами МОКК являются 48 государств. Среди основных экспортеров 18 государств, в частности, Венесуэла, Индонезия, Колумбия, Перу, Эквадор, Ямайка. Главные импортеры – страны Европейского союза, Российская Федерация и Швейцария. Российская Федерация вошла в данную структуру в 1993 году.

Бюджет МОКК формируется за счет взносов его участников. Российская Федерация своевременно выполняла свои обязательства по уплате членских взносов в МОКК. Последний членский взнос за 2014/15 сельскохозяйственный год был пере-

числен в бюджет МОКК 24 декабря 2014 года в размере 66 056 английских фунтов стерлингов. Участие в соглашении налагает на Россию обязательства по уплате ежегодного членского взноса в размере 68 649 фунтов стерлингов (около 104 тыс. долл.). Данные ассигнования предусмотрены и в действующем бюджете, и в проекте бюджета на 2016 год.

## Российские кондитеры просят отменить ввозные пошлины на какао-продукты

В связи с непростой ситуацией, сложившейся в российской кондитерской отрасли из-за удорожания какао-продуктов, Ассоциация предприятий кондитерской промышленности (АСКОНД) в июне направила в Минэкономразвития РФ письмо, в котором обосновывается необходимость отмены ввозных пошлин на какао-продукты – какао-масло, какао-пасту, какао-порошок.

В письме отмечается, что в 2014 году кондитерская промышленность произвела 3422,4 тыс. тонн кондитерских изделий, из которых 35% (1,2 млн тонн) пришлось на шоколад и кондитерские изделия с какао. «Основным сырьем для производства шоколада и кондитерских изделий с какао являются какао-продукты: какао-масло, какао-паста (какао тертое) и какао-порошок, которые получают путем переработки бобов какао, – поясняется в письме. – Имеющиеся на российских предприятиях мощности по переработке какао-бобов не в состоянии обеспечивать отрасль в полной мере какао-продуктами собственного производства».

В 2014 году из общего объема произведенной шоколадной продукции (1,2 млн тонн) около 400 тыс. тонн выработано на предприятиях, которые частично обеспечивают свою потребность в какао-продуктах за счет собственного производства, и порядка 800 тыс. тонн (65%) шоколадных изделий произведено из какао-продуктов, закупленных по импорту. В 2014 году кондитерская отрасль России импортировала более 116 тыс. тонн какао-продуктов. Кроме того, было ввезено 60,89 тыс. тонн какао-бобов для переработки. «Таким образом, при общей потребности отрасли в закупках какао-продуктов в пересчете на какао-бобы в объеме 206,15 тыс. тонн только 29,5% (60,89 тыс. тонн) было ввезено в виде какао-бобов, остальные 70,5% – в виде какао-продуктов», – поясняется в письме.

*В первом полугодии 2015 года, по данным ЦИКР, производство упакованного шоколада и содержащих какао продуктов в Российской Федерации снизилось на 18,4% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года – до 44,4 тыс. тонн.*

Импорт какао-продуктов облагается пошлиной в 3–5%.

По мнению экспертов АСКОНД, девальвация рубля, ограниченное предложение ряда ингредиентов, рост инфляции существенно ухудшили положение кондитерских предприятий. Большинство из них прогнозирует в этом году снижение продаж более чем на 15% и высокую вероятность получения убытков.

Совокупный отраслевой показатель прибыли до налогообложения может упасть более чем на 20 млрд руб., подсчитали в ассоциации.

В связи с этим АСКОНД просит рассмотреть возможность отмены ввозных таможенных пошлин на какао-продукты, что снизит затраты на производство, позволит предприятиям находиться в пределах положительной рентабельности, укрепить позиции на экспортных рынках и расширить долю на рынке отечественной продукции.

## Несладкая жизнь кондитерских предприятий

Сокращение рынка шоколадных изделий в 2015 году подтверждают и в ЦИКР. По данным ЦИКР, в первом полугодии 2015 года наиболее серьезное снижение объемов производства отмечается в категории упакованного шоколада и конфет, содержащих алкоголь. Производство шоколада и пищевых продуктов, содержащих какао (кроме подслащенного какао-порошка), в упакованном виде в первом полугодии 2015 года снизилось на 18,4% по сравнению с аналогичным периодом 2014 года и составило 44,4 тыс. тонн.

В пресс-службе Минэкономразвития сообщили, что министерство серьезно отнеслось к письму АСКОНД с просьбой отменить ввозные таможенные пошлины на какао-продукты. «Вопрос сейчас рассматривается с заинтересованными ведомствами. Как только определятся все позиции, ситуация будет рассмотрена на таможенно-тарифной подкомиссии», – заявил представитель Минэкономразвития корреспонденту РБК, отметив, что «с учетом отсутствия произрастания какао на территории нашей страны вопрос заслуживает внимания и рассмотрения».

Но сегодня производители шоколадной продукции находятся в сложной ситуации. Как сообщается в пресс-релизе ЦИКР со ссылкой на информацию участников рынка, у многих региональных производителей заканчиваются средства на закупку сырья. При этом запасы такие предприятия почти не формируют, а это значит, что уже в ближайшее время они будут вынуждены все больше использовать заменители какао-продуктов и заметно сокращать объемы выпуска продукции.

По мнению экспертов ЦИКР, для более чем половины российских производителей шоколада и конфет 2015 год может стать убыточным. Это связано с девальвацией рубля, ограничениями импорта и падающей покупательной способностью россиян. Из-за перечисленных факторов себестоимость готового шоколада и конфет выросла на 50% с начала 2015 года, а розничные цены увеличились на 37% с января по сентябрь 2015 года. В результате часть производителей будут или уже вынуждены использовать дешевые аналоги или работать в убыток. На грани рентабельности оказались примерно 60% российских компаний.

«Цены на сырье с большой долей вероятности и дальше будут сохраняться на очень высоких уровнях, а потребление и продажи шоколадной продукции – снижаться. Так что рост издержек для отечественных производителей, скорее всего, продолжится», – заявила исполнительный директор ЦИКР Елизавета Никитина. Она добавила, что Минсельхоз ранее говорил о необходимости поддержки российских кондитеров, однако до сих пор не принял для этого никаких мер. «Отрасль, находящаяся в таких условиях, экстренно нуждается в мерах поддержки, пока российский шоколад не стал достоянием истории», – резюмировала эксперт.

**По материалам www.candynet.ru, www.konditerprom.ru, www.ab-centre.ru**

Термостабильные начинки с фруктовой частью

Термостабильные начинки без фруктовой части

Варенье

Кондитерские гели для тортов

# ГЕЛЛАНОВАЯ КАМЕДЬ

## Наша идея - Ваш продукт!

Полисахарид с уникальными свойствами: является универсальным гелеобразователем. Фактически, текстура геля, сделанного на основе геллановой камеди, может быть от мягкой и эластичной до твердой и хрупкой. Благодаря этому геллановую камедь можно применять в самых разных продуктах.

Напитки безалкогольные с кусочками фруктов, алоэ

Алкогольные коктейли и ликёры

Водка с золотом

Жевательные конфеты

СОЮЗОПТТОРГ

www.soyuzopttorg.com • 8-800-333-00-89

# ГЛАВНАЯ РОССИЙСКАЯ ВЫСТАВКА ПИЩЕВОГО ОБОРУДОВАНИЯ И ИНГРЕДИЕНТОВ

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

www.agroprodmash-expo.ru

ТПП РФ · ufi Approved Event · МИНПРОМТОРГ РОССИИ · Expo Rating

# АГРО ПРОД МАШ

## 10–14 октября 2016

**САЛОН «ИНГРЕДИЕНТЫ. ДОБАВКИ. СПЕЦИИ»**

**КРУПНЕЙШАЯ ЭКСПОЗИЦИЯ В РОССИИ**
Около 100 компаний из 21 страны Европы, Америки и Азии

**ВЫСОКИЙ СПРОС**
Стабильно входит в ТОП-тройку лидирующих тематик по посетительскому интересу

**ПРИЗНАНИЕ ОТРАСЛИ**
88% посетителей отмечают широкий ассортимент экспонируемых ингредиентов и высокий уровень организации салона

**Выставка №1 в России***

12+

## 20 650 ПОСЕТИТЕЛЕЙ ИЗ 59 СТРАН И 1006 ГОРОДОВ РОССИИ

Организатор:
ЭКСПОЦЕНТР МОСКВА

При поддержке:
- Министерства сельского хозяйства РФ
- Министерства промышленности и торговли РФ

Под патронатом Торгово-промышленной палаты РФ

Генеральный информационный партнер: ПРОДиндустрия

Информационный партнер: Издательство ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

Официальный интернет-партнер: oborud.info

*Согласно Общероссийскому рейтингу выставок. Подробнее – www.exporating.ru

**благо**

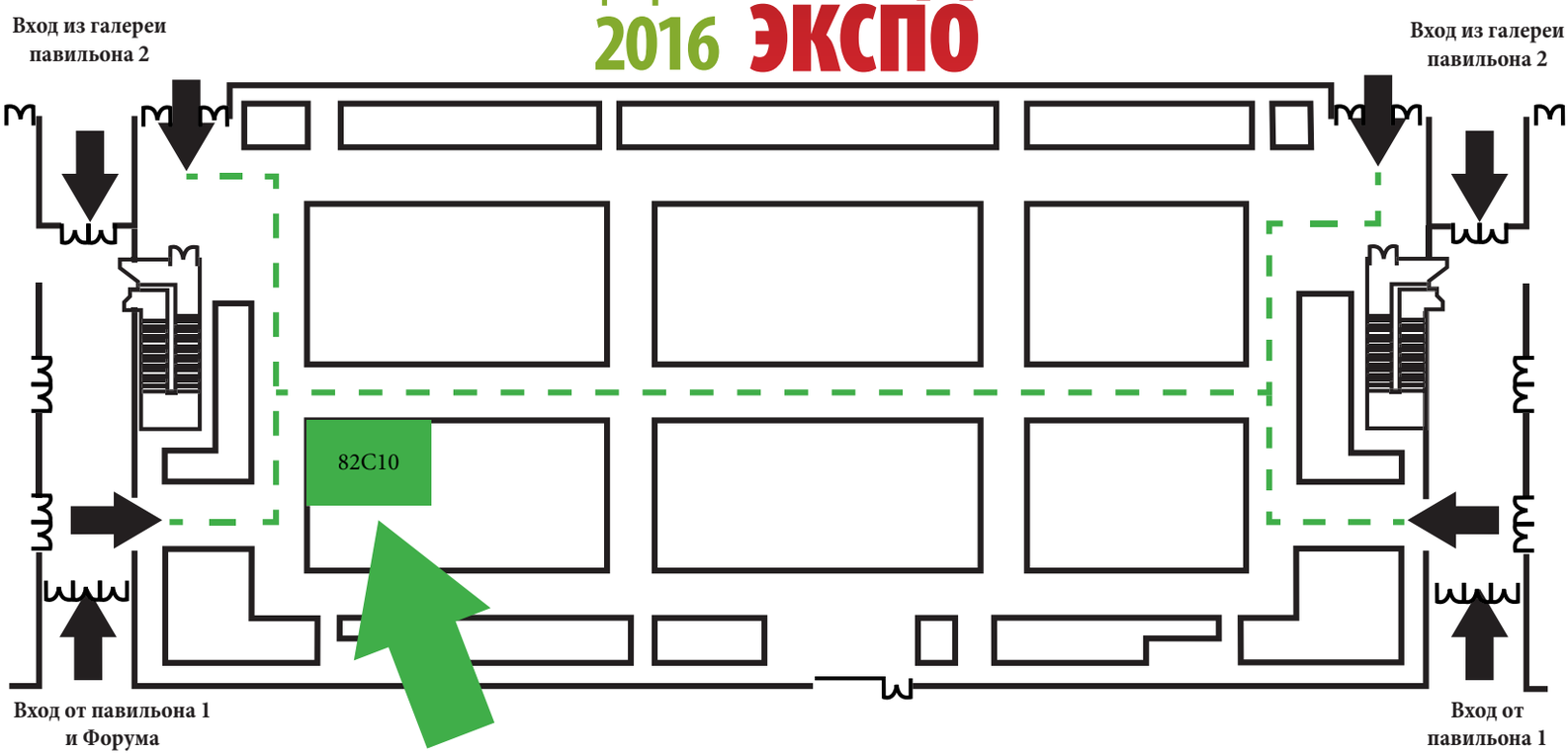
*природа роста и развития*

+7 (812)332 37 60

# Производство специализированных жиров и маргаринов для пищевой промышленности

www.blago-spb.ru
www.evdakovo.com

8–12 февраля 2016 ПРОД ЭКСПО




**благо**

*природа роста и развития*

ПАВИЛЬОН 8 ЗАЛ 2
СТЕНД 82С10

# «Агропродмаш-2015»: эффективная реализация программы импортозамещения

В октябре 2015 года в Москве в ЦВК «Экспоцентр» прошла юбилейная 20-я международная выставка оборудования, машин и ингредиентов для пищевой и перерабатывающей промышленности «Агропродмаш-2015».

В свой юбилейный год выставка подтвердила признание специалистов как главной бизнес-площадки отрасли и продемонстрировала ключевые тенденции развития российской пищевой промышленности.

В адрес юбилейной выставки «Агропродмаш-2015» поступили многочисленные приветствия от представителей государственной власти, научных организаций, бизнес-структур. Председатель Правительства РФ Дмитрий Медведев в своем приветствии отметил, что выставка «Агропродмаш» способствует эффективной реализации программы импортозамещения.

В этом году в выставке приняли участие все ключевые игроки рынка – экспоненты «Агропродмаш» предыдущих лет. Были премьеры, появились участники из новых регионов. Некоторые зарубежные компании в 2015 году занимали стенды большей площади по сравнению с предыдущим годом. 16 тематических салонов представили оборудование и ингредиенты для 30 отраслей пищевой промышленности и для всех этапов производства: от технологий, ингредиентов, машин, контроля качества до упаковки, охлаждения и хранения продуктов и напитков.

В этом году общая площадь выставки составила 57 213 кв. м брутто. Ее участниками стали 713 компаний из 34 стран Европы, Азии и Америки. В рамках национальных экспозиций были представлены компании из Германии, Дании, Индии, Китая. Выставку посетило более 20,6 тыс. человек из практически всех регионов нашей страны, ближнего и дальнего зарубежья.

Российская часть экспозиции была представлена новыми перспективными проектами, 392 компании наглядно продемонстрировали современные достижения в области отечественного пищевого машиностроения и технологий.

Ингредиенты, добавки и специи – одно из наиболее динамично развивающихся направлений выставки. На «Агропродмаш-2015» свои технологические новинки в области ингредиентов для различных пищевых отраслей представили лидеры отрасли из 22 стран. В этом году расширилась география экспонентов Салона ингредиентов. Помимо обширной российской экспозиции свою продукцию демонстрировали компании из Европы, Азии, Америки. На выставке экспоненты предлагали широкий ассортимент разнообразных ингредиентов для мясной, молочной, хлебопекарной, кондитерской промышленности, производства напитков. Натуральные ингредиенты, представленные на выставке, вызывали особый интерес, который обусловлен ростом спроса на натуральные продукты.

Салон ингредиентов в течение нескольких лет удерживает позиции в ТОП-тройке лидирующих тематик по посетительскому интересу и на протяжении ряда лет демонстрирует устойчивую положительную динамику. Ежегодно экспозицию пополняют новые участники, так как выставка является лучшим стартом для выхода на российский рынок.

В числе премьер выставки этого года – Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry (Индия), компании Imbarex (Перу), Swiss Flavours (Латвия), Progust (Словения), Rial (Болгария), Onion specialties (Нидерланды), а также российские фирмы «АКМЭ», «Вистерра», «Ингредико», «Промфуд», «Ярмарка ППИ», «Микобор», «Лофинк Спайс Р».

Расширили свое присутствие и составили костяк экспозиции наряду с Almi, Zaltech, Frutarom, Regis, Profood, Moguntia, Hydrosol, «Колви», «Аромарос-М», «Крист», «Омега Фуд», компании Wiberg и Holkoff. Возвратились на выставку компании Kerry, Bang&Bonsomer, A.Spice, «Мясные ингредиенты», «Колбасы и специи».

Традиционно большим вниманием у посетителей выставки пользовались стенды компаний Barentz, Chimab, Ecos, Essentia, Matimex, Slava, Texpro, Star-Mix, Revada, Sojaprotein, Stern Ingredients, «Биолайн», «Кон-

сул», «Нордик Фуд», «Технология Plus», «МВ вискотекс», «Аромарос-М», «Орегана», «Партнер-М», РНТ, «Спайсфуд-Продукт», «ПТИ», «Химфуд», «МилкиПро», «Норд Плас», «Актива». Экспозиция салона отразила ключевые тренды рынка ингредиентов.

Интересная и многоплановая деловая программа выставки была сформирована в соответствии со сложившейся ситуацией в отечественной пищевой промышленности, на внутреннем и мировом продовольственных рынках. Большое внимание на деловых мероприятиях уделялось вопросам импортозамещения.

Крупнейшей деловой встречей производителей молока, молочной продукции и поставщиков оборудования стал Всероссийский форум «Инновационные технологии и оборудование в молочной промышленности». Организатором выступила КВК «Империя», генеральным партнером – ЗАО «Экспоцентр». Форум прошел при поддержке Национального Союза производителей молока. Более 100 топ-менеджеров отрасли из 25 городов России, стран СНГ, Европы и Азии приняли участие в этом мероприятии. Центральными темами обсуждения стали проблемы отечественной молочной промышленности в условиях системного кризиса и пути их решения; современные технологии переработки, хранения и транспортировки молочной продукции; инновации в составе и ингредиентах.

Премьерным событием деловой программы стала конференция «Как построить завод», организованная информационным агентством The Dairynews. Своим опытом поделились руководители таких известных компаний, как «Частная сыроварня Марии Коваль», «Умалат», молкомбината «Ставропольский», «ПиР продукт», Ermolaev Bureau, «Европейская технологическая группа», Gea, «Кизельманн Рус», «Хр.Хансен», «МегаПрофи Лайн», France Process.

Особого внимания заслуживают мероприятия, посвященные технологиям переработки мяса. Одним из ключевых мероприятий стал V Международный мясной конгресс «Импортозамещение в мясной отрасли. Выбор посткризисного пространства», организованный ВНИИ мясной промышленности им. В.М. Горбатова и ЗАО «Экспоцентр».

В рамках деловой программы выставки состоялось II Всероссийское совещание руководителей мясоперерабатывающих предприятий «Кризис. Есть способ «дышать под водой». Организатор мероприятия – НП СРО «Национальный союз мясопереработчиков». Совещание было призвано определить направления и методы действия отраслевого сообщества, которые позволят пережить наиболее трудные времена.

«Экспоцентр» организовал и провел Вторую ежегодную конференцию «Современные технологии и оборудование для переработки овощей и фруктов». Участники конференции обсудили проблемы рынка переработки плодоовощной продукции в России, познакомились с новыми направлениями в технологиях переработки овощей и фруктов, а также коснулись других острых аспектов отрасли. Модератор конференции генеральный директор ИА «FruitNews» Ирина Козий рассказала о сегодняшнем положении дел в отрасли, проанализировала ситуацию на рынке переработки плодоовощной продукции и перспективы его развития. Были рассмотрены профессиональные вопросы отрасли – современные методы контроля качества и безопасности сырья; использование эффективных технологий, инновационных решений в обработке, хранении, охлаждении сырья для получения продукции с длительными сроками годности; новинки перерабатывающего оборудования для производства плодоовощной консервированной продукции и др. С докладами выступали ведущие специалисты отрасли.

На «Агропродмаш-2015» прошли многочисленные представительные конференции, семинары, презентации компаний-участниц. Вопросы применения различных ингредиентов при производстве продуктов питания рассматривались в деловой программе выставки среди других актуальных тем. Компании – поставщики пищевых ингредиентов не только принимали участие в ведущих форумах выставки, но и сами были инициаторами организации практических мастер-классов и презентаций.

Прошедшая выставка еще раз доказала, что «Агропродмаш» по своим масштабам входит в десятку ведущих европейских смотров в сфере индустрии продовольствия и отражает ключевые тенденции развития мирового агропромышленного комплекса. Участники и посетители выставки отметили, что смотр дал им богатую пищу для новых идей и бизнес-решений.

***Следующая 21-я международная выставка «Агропродмаш-2016» пройдет в ЦВК «Экспоцентр» с 10 по 14 октября 2016 года.***

# Vitafoods Россия и СНГ – московский дебют

Впервые в России в Москве в конце октября прошел форум Vitafoods, имеющий большой авторитет среди специалистов индустрии функционального питания, ингредиентов, технологий и оборудования для его производства и дистрибуции во всех странах мира.

Мероприятия под брендом Vitafoods в настоящее время проходят на четырех континентах – Vitafoods Europe, Vitafoods Asia, Vitafoods Africa, Vitafoods South America. Реализация стратегии развития бизнеса Vitafoods в мире направлена на максимальное распространение информации о здоровом и функциональном питании, возможностях развития производства и дистрибуции в этой индустрии. Vitafoods занимает лидирующие позиции в мировом рынке выставочных услуг в области функционального питания. Теперь этот форум пришел в нашу страну. Задача «Vitafoods Россия и СНГ» – стать в нашей стране ключевым мероприятием в области демонстрации новых продуктов и ингредиенов, услуг и технологий в области функционального и здорового питания, диетических и биологически активных добавок.

В соответствии с мировыми тенденциями в России возрастает потребность в повышении уровня образования населения в вопросах здорового питания, а также растет необходимость увеличения уровня доступности таких знаний. По оценкам экспертов, рынок функционального питания, витаминов и биологически активных добавок в РФ в 2016 году возрастет на 30%. Одним из катализаторов роста данного рынка стало Распоряжение Правительства РФ от 25 октября 2010 года «Основы государственной политики РФ в области здорового питания населения на период до 2020 года».

В рамках «Vitafoods Россия и СНГ» в течение трех дней проходила выставка, где на экспозиционной площади 1300 кв. м более 60 ведущих мировых компаний, среди которых были поставщики сырья и ингредиентов, оборудования, представители услуг контрактного производства, консалтинговых и логистических услуг, демонстрировали свои новейшие достижения. Выставку посетили около 1200 специалистов из 34 стран Европы, Азии, Америки и Африки.

Выставка сопровождалась насыщенной деловой программой – с успехом прошли научные конференции и семинары, консультации по нормативно-правовому регулированию. На форуме состоялось более 40 сессий, на которых выступили 45 докладчиков, представляющих ведущие общественные и некоммерческие организации, отраслевые союзы и ассоциации, научные институты, маркетинговые исследовательские компании, российские и зарубежные компании, работающие в области здорового питания.

Сессию форума на тему «Регулирование рынка функционального питания и биологически активных веществ» открыл директор ФГБНУ «НИИ питания», академик РАН, д.м.н., проф. **Виктор Тутельян** с докладом «Оптимальное питание как важнейший фактор обеспечения здоровья и профилактики неинфекционных заболеваний». Профессор **Диана Банати**, исполнительный и научный директор International Life Sciences Institute, Europe (ILSI Europe) продолжила тему с докладом «Сбалансированное питание как часть здорового образа жизни». **Александр Калинин**, к.э.н., генеральный директор Национального фонда защиты потребителей, рассказал о развитии рынка специализированных и функциональных продуктов с точки зрения потребителей.

На сессии, посвященной аналитическим данным о рынке функционального питания и БАД, были представлены экспертные мнения исследовательских компаний по этому вопросу. Так, аналитик Euromonitor International **Лидия Шуктомова** представила современные тенденции рынка здоровых продуктов питания в России и мире.

На сессии, посвященной отдельным функциональным ингредиентам, выступили ведущие российские и зарубежные эксперты: **Питер Замбетти**, директор по развитию международного бизнеса компании Capsugel; **Софи Лагон**, управляющая направлением бизнес нутрицевтики, руководитель проекта «Инновационный продукт» компании NOVASTELL; **Стефани Крам-**

**мер-Лукас**, специалист по инновационным проектам в области питания и здоровья человека компании DSM Nutritional Products (Швейцария) и др.

Огромный интерес на форуме вызвала тема оценки эффективности специализированной пищевой продукции в нашей стране и в ЕС. С большим вниманием были выслушаны доклады специалистов ФГБНУ «НИИ питания»: директора, академика РАН, д.м.н., проф. **Виктора Тутельяна**; зам.директора по научной работе **Сергея Хотимченко**, д.т.н., проф., зав. лабораторией пищевых биотехнологий и специализированных продуктов **Аллы Кочетковой**, д.м.н., проф., ведущего научного сотрудника лаборатории эпидемиологии питания и генодиагностики алиментарно-зависимых заболеваний **Аллы Погожевой** и др. В дискуссии на эту тему также выступили зарубежные эксперты – проф. **Дэвид П. Ричардсон** из Университета Рединг (Великобритания); д-р **Манфред Эггерсдорфер**, University Medical Center Groningen (UMCG) и др.

На сессии «Практические примеры лучших практик производства продуктов здорового питания» выступили ведущие специалисты основных отраслевых НИИ, отраслевых союзов и производителей ингредиентов для здорового питания и готовых продуктов. **Сергей Симоненко**, д.т.н., проф., директор НИИ детского питания рассказал о продуктах детского питания в свете стратегий на инновации и импортозамещение. **Татьяна Савенкова**, д.т.н., проф., заместитель директора по научной работе ФГБНУ «НИИ кондитерской промышленности» выступила с докладом «Роль технологии производства в обеспечении соответствия фактических свойств специализированных кондитерских изделий заявленным при их маркировании». **Полина Семенова**, исполнительный директор Союза производителей пищевых ингредиентов, рассказала о жировых продуктах для здорового питания. С сообщениями об инновационных подходах при разработке продуктов для здорового питания выступили представители компаний PepsiCo, «Прогресс», Mondelēz International, Корпорации «СОЮЗ», «Валетек Продимпэкс», «МТК Айсберг», « Сэвэн Груп» и др.

Темы, которые волнуют всех специалистов продовольственного сектора и которым была посвящена большая часть докладов, – это безопасность пищевой продукции, оздоровление нации в долгосрочной перспективе, создание новых, функциональных продуктов питания, запрет использования трансжиров.

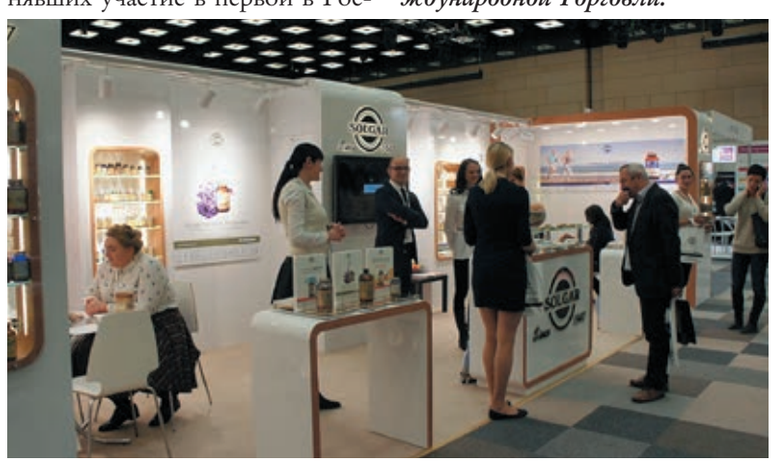
Полноценный обмен мнениями и опытом по основным вопросам отрасли позволил говорить об эффективном сотрудничестве на этом поле всех участников рынка – от представителей власти и научного сообщества до производителей и потребителей. Деловая программа выставки продемонстрировала весь пул проблем индустрии и помогла наметить пути их решения.

Специалисты Корпорации «СОЮЗ» традиционно приняли живое участие в тематических дискуссиях. Экспертное положение компании на рынке помогает активно отстаивать свои принципы в вопросах здорового питания, в частности – жесткую позицию относительно запрета опасных трансжиров в России.

По мнению компаний, принявших участие в первой в России Vitafoods, премьера выставки прошла неплохо. Особенно активными были первые два дня работы, в чем немалая заслуга форума. Актуальные и интересные доклады привлекли большое количество посетителей. Несмотря на то что выставка была очень скромной (по сравнению с другими экспозициями), в целом результаты получены хорошие, состоялось большое количество интересных встреч, появились новые потенциальные партнеры. Надеемся, что «Vitafoods Россия и СНГ» станет эффективной платформой для установления новых деловых контактов с производителями и дистрибьюторами.

Следующий форум «Vitafoods Россия и СНГ» пройдет в октябре 2016 года, его тематика будет расширена – помимо основных разделов будут представлены такие сегменты рынка, как сырье для изготовления косметических средств, ветеринарных препаратов и кормопроизводства.

***До встречи на «Vitafoods Россия и СНГ 2016» 17–18 октября 2016 года в Москве в Центре Международной Торговли.***



# Результаты импортозамещения под призмой «Продэкспо-2016»

Ждать главную продовольственную выставку России – «Продэкспо-2016» осталось недолго, и уже сейчас с уверенностью можно сказать, что выставка будет масштабной, как всегда активной и откроет новые восходящие бренды для российского продовольственного рынка.

Экспозиция «Продэкспо», прочно зарекомендовавшая себя как главная бизнес-площадка России и стран ближнего зарубежья, традиционно отражает динамику рынка и его тенденции. Именно поэтому интерес к ней год от года возрастает, что подтверждают данные общероссийского рейтинга.

О ходе комплектования рассказывает руководитель Дирекции выставок пищевой промышленности «Экспоцентра» Татьяна Пискарева: «На конец ноября около двух тысяч компаний из 60 стран уже получили стенды. И заявки на участие продолжают активно поступать. Новинки ожидаются в салонах молочных продуктов и сыров, мясных и замороженных продуктов, рыбы и морепродуктов, чая и кофе, вина и крепкого алкоголя. Традиционно широко на «Продэкспо-2016» будут представлены бакалейная группа, консервы, кондитерская продукция, напитки».

В этом году значительно активизировались российские производители. Что немаловажно, «Продэкспо-2016» продемонстрирует реальные результаты работы всей страны в рамках курса на импортозамещение. В этом смысле особенно яркое и зримое развитие российского производства будет представлено в сегментах молочной, мясной продукции, рыбы и морепродуктов, бакалеи, овощей и фруктов. К слову, растет и число региональных коллективных участников. Наряду с уже хорошо известными посетителям экспозициями Кировской, Пензенской, Томской и Тульской обл. впервые в рамках коллективных экспозиций будут представлены компании из Ставропольского и Красноярского края.

Несомненно, большой интерес вызовет экспозиция отечественных производителей «Вино из России», направленная на поддержку российского виноградарства и виноделия.

В целом же экспозиция спиртных и безалкогольных напитков, всегда сильная на «Продэкспо», в этом году в соответствии с запросами отрасли вышла на качественно новый виток развития и серьезно расширила тематику, дополнившись разделами «Стеклотара», «Укупорка. Дизайн. Розлив. Производство напитков». Отныне специалисты сферы производства напитков найдут максимально полное и широкое предложение, новейшие разработки и свежие идеи для развития своего бизнеса на «Продэкспо», в павильонах № 3, 5, 2 (залы 1, 3), 7 (залы 1, 2), 8 (зал 1) и павильоне «Центральный». Экспозицию дополнит деловая программа с традиционным Всероссийским АлкоКОНГРЕСС-Сом и новыми Стекольным и Винным форумами.

Зарубежные поставщики, признающие выставку «Продэкспо» самым прямым и коротким путем на российский продовольственный рынок, стремятся не снижать активности. В их числе как постоянные, хорошо знакомые посетителям участники – компании из Европы и Америки, так и новые, занимающие все более активные позиции производители азиатского и латиноамериканского регионов.

В этом году «Продэкспо» порадует целым рядом новых компаний и презентует новинки продовольственного рынка – пищевые продукты и напитки. Премьерой выставки станет участие компании из Фиджи – совершенно нового для российского продовольственного рынка региона, который предложит потребителю рыбу и морепродукты. В числе новых участников также производители из Бангладеш, которые представят мясо, рыбу и фрукты. Свежие предложения ожидаются в линейке чая и кофе: на российский рынок выходят новые компании из Индонезии и Непала. Список премьер дополнит вино из Доминиканской Республики и Мальты. С национальной экспозицией впервые будет представлен Пакистан. В целом ожидается много новинок, открытий, премьер.

По словам Татьяны Пискаревой, интерес к выставке неизменно высок, и организаторы стремятся создать максимально эффективную бизнес-среду для российского продовольственного рынка. «Перед «Продэкспо» стоят глобальные задачи – наполнение российского рынка качественным продовольствием, поэтому при формировании экспозиции мы стремимся учесть интересы всех производителей продуктов питания и напитков», – говорит Татьяна Пискарева.

Памятуя предыдущую выставку «Продэкспо-2015», участники продовольственного рынка ожидают новых решений и точек роста для себя и отрасли в целом.

## Рекорды 2015 года

В прошлом году выставка «Продэкспо-2015», несмотря на сложную экономическую ситуацию, прошла успешно и выросла по целому ряду показателей.

**Первый рекорд** – рост посетительской активности на 4,2% по сравнению с прошлым годом. В 2015 году выставку посетили 54932 специалиста из 97 регионов всех федеральных округов России. Причем, по данным ВЦИОМ, 81% посетителей – лица, принимающие решения о закупках продукции, заказе услуг или влияющие на них.

Бурный рост деловой активности обусловлен глобальными изменениями продовольственного рынка России. Фактически идет формирование актуальной карты поставщиков: ритейл ищет новых партнеров, а производители получили уникальный шанс занять освободившиеся ниши.

В 2015 году заметно активизировались производители стран Азиатского и Латиноамериканского региона. **Второй рекордный показатель** «Продэкспо-2015» – в выставке участвовали компании из 65 стран мира – обусловлен тем, что европейские поставщики стараются сохранить свое присутствие на «Продэкспо».

**Третий рекорд** – рост числа российских региональных коллективных экспозиций: коллективными стендами были представлены Астраханская, Кировская, Новосибирская, Пензенская, Смоленская, Томская, Тульская области.

**Четвертый рекорд** – активизация ритейла. В 2015 году в Центре закупок сетей «Продэкспо» переговоры о закупках с поставщиками и производителями вели представители 124 федеральных и региональных сетей, что на 9,3% больше, чем год назад.

**Пятый рекорд** – успех экспонентов. По данным исследования ВЦИОМ, 84% экспонентов «Продэкспо-2015» отметили, что выставка повиляла на достижение бизнес-целей, а 83% еще до окончания «Продэкспо-2015» приняли решение участвовать в выставке 2016 года.

*Подробнее о выставке*
*http://prod-expo.ru/ru/*

*Подать заявку на участие*
*http://prod-expo.ru/ru/registration/application/*

*Получить билет на выставку*
*http://www.prod-expo.ru/visitors/tickets/*

***До встречи на выставке «ПРОДЭКСПО-2016»***
***8–12 февраля в Москве,***
***в ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»***

# ПРОД ЭКСПО

## 8–12 февраля 2016

23-я международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства

Организатор:

ЭКСПОЦЕНТР МОСКВА

При поддержке Министерства сельского хозяйства РФ

Под патронатом Торгово-промышленной палаты РФ

18+

реклама

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

www.prod-expo.ru

**Проверенные рецепты для успешного бизнеса**

## Tate & Lyle Food Systems

**Новая линейка в ассортименте стабилизационных систем ХАМУЛЬСИОН®** – для производства напитков на основе молока и кисломолочных продуктов, в том числе с использованием фруктово-ягодных соков. Такие напитки сегодня являются одним из ярких трендов на рынке молочных продуктов.

Такие продукты, как молочные коктейли, йогуртовые шейки, питьевой пудинг или творог, освежающие фруктово-сывороточные напитки выделяются на полках удобной и инновационной упаковкой. А благодаря натуральности, полезным свойствам, часто низкой калорийности и насыщенному вкусу отвечают требованиям самых искушенных потребителей.

Следуя современным трендам, «Тейт & Лайл Фуд Системс» разработала целый ряд стабилизационных систем под брендом ХАМУЛЬСИОН® для данной группы продуктов. Их использование придает напитку нежную консистенцию и наполненный сливочный вкус, позволяет создать «тело» продукта строго в соответствии с поставленной задачей. Например, можно получить питьевой пудинг, который во взбитом состоянии превращается в молочный коктейль.

Данная группа продуктов представляет несомненный интерес для производителей молочной продукции, поскольку их выпуск не требует дополнительных инвестиций в оборудование, а создаваемые напитки обладают высокой маржинальностью.

## Компания Ingredion

**PRECISA® 655S** – функциональный модифицированный тапиоковый крахмал, который может использоваться в качестве основного компонента блочных плавленых сыров и сырных продуктов. Испытания перед выпуском на рынок продемонстрировали, что этот крахмал повышает эластичность сырной нарезки для бутербродов и сэндвичей. Этот крахмал разработан для использования в плавленых сырах и сырных продуктах с целью снижения себестоимости рецептуры без ущерба для качества текстуры, а также может применяться при создании высококачественных вегетарианских сыров, обладающих структурой, близкой к структуре традиционного сыра.

PRECISA® 655S может заменить дорогостоящие ингредиенты в блочных плавленых сырах / нарезке сырных продуктов, обеспечивая высокое качество и требуемую эластичность структуры, что позволяет использовать эти продукты и в вегетарианской кухне. Этот функциональный крахмал позволил повысить эластичность тертого сыра для пиццы, а также сократить количество отходов при нарезке.

## Компания Cargill

**EverSweet** – новый подсластитель следующего поколения из листьев стевии, обладает хорошим вкусом и низким содержанием калорий, не влияет на уровень глюкозы в крови. Компания Cargill усовершенствовала процесс производства EverSweet, добившись хороших результатов и высоких показателей качества ингредиента.

Этот подсластитель можно применять в качестве альтернативы сахара при производстве широкого спектра низкокалорийной продукции – напитков, молочных продуктов, коктейлей и множества других изделий.

# ИНДЕКС

## КОМПАНИИ, УПОМИНАЕМЫЕ В НОМЕРЕ


Вистерра ... 22
Волжские зори ... 7
Вымпел ... 22
Гучетль ... 7
ГФК-Русь ... 31
Ингредико ... 22
Интеринвест ... 6
Колбасы и специи ... 22
Колви ... 22
Консул ... 22
Консул-Кейтирин ... 7
Крист ... 22
Лебедянский ... 31
Лебедяньмолоко ... 7
Лосево ... 7
Лофинк Спайс Р ... 22
МВ вискотекс ... 22
Микобор ... 22
МилкПро ... 22, 45
Милорада ... 30
Мишкино ... 6
Мономах ... 7
МТК Айсберг ... 24
Мултон ... 31
Мясные ингредиенты ... 22
Нижегородский молкомбинат ... 6
НМЖК ... 9
Норд Плас ... 22
Нордик Фуд ... 22
Омега ... 22, 42, 43
Омия-Алгол Рус ... 5
Орегана ... 22
Оюн ... 7
Партнер-М ... 22
Пищевой комбинат ... 7
Приморский кондитер ... 7
Прогресс ... 24
ПромАгро ... 7
ПроМиксТек ... 30
Промфуд ... 22
ПТИ ... 22
Пугачевские молочные продукты ... 6
Реттенмайер Рус ... 9
РНТ ... 22
Сады Придонья ... 31
Сады Ставрополья ... 6
Союз ... 24
Союзоптторг ... 3, 8
Союзснаб ... 39
Спайсфуд-Продукт ... 22
Сэвэн Груп ... 24
Тейт & Лайл Фуд Системс ... 28
Текспро ... 30
Тереза-Интер ... 11, 12
Технология Plus ... 22
Туймаады Агроснаб ... 6
Фрутаром ... 31
Фудсистемс ... 45
Химфуд ... 22
ЭФКО ... 10
Юг Сибири ... 6
Ярмарка ППИ ... 22

AAK ... 10
Abercade ... 7
ADM ... 8, 9, 12
AIPU ... 19, 30
Algol ... 5
Almi ... 22
AMCO ... 10, 12
AmTech Ingredients ... 11
Arla ... 9
Bang&Bonsomer ... 22
Barentz ... 11, 22
Barry Callebaut ... 8, 9, 12
Biothera ... 11
Bunge ... 8
Capsuge ... 24
Cargill ... 28
Chimab ... 22
Chr. Hansen ... 11
Corbion ... 9
CP Kelco ... 12
DDW ... 12
Discovery Research Group ... 6
DSM Nutritional Products ... 24, 30
Eaststarch C.V. ... 12
Ecos ... 22
Essentia ... 22
Euromonitor ... 5, 24
Fazer ... 6
FMC Health and Nutrititon ... 38
FPInnovations ... 11
FrieslandCampina ... 10
Frutarom ... 10, 12, 22, 31
Givaudan ... 9
Glanbia ... 8
Global Industry Analysts ... 4
Grand View Research ... 4
Holkoff ... 22
Hydrosol ... 22
ID-Marketing ... 31
ILSI Europe ... 24
I-Marketing ... 7
Imbarex ... 22
Ingredion ... 28
Innova Market Insights ... 5, 14
JRS ... 9
Kerry ... 11, 22
KleurCraft ... 12
Matimex ... 22
Matsutani ... 8
Moguntia ... 22
Mondelēz ... 24
Naturex ... 8, 11, 12
Nielsen ... 31
Novastell ... 24
Nutrafur ... 12
Nyonkopa Cocoa ... 9
Onion specialties ... 22
PepsiCo ... 6, 24
Profood ... 22
Progust ... 22
Regis ... 22
Revada ... 22
Rial ... 22
Rynkeby Foods ... 9
Scandia ... 12
Slava ... 22
SojaProtein ... 22
Solazyme ... 8
Sonac ... 22
Star-Mix ... 22
Stephens ... 12
Stern Ingredients ... 22
SVZ ... 12
Swiss Flavours ... 22
Symrise ... 10
Tate & Lyle ... 12, 28
Texpro ... 22
thinkThin ... 8
TLC ... 10
Wellmune ... 11
Wiberg ... 22
Wilmar ... 9
Zaltech ... 22
Zenith International ... 5

# WorldFood Moscow

ufi Approved Event

25-я Международная выставка продуктов питания

**12-15 сентября 2016**

Москва, ЦВК «Экспоцентр»

ITE Организатор выставки

**www.world-food.ru**

## Компания «ТЕКСПРО»

**INNOLACT FERMENTUM 100** – ферментный препарат трансглутаминазы высокой степени очистки, создан технологами-разработчиками предприятия ООО «ПроМиксТек» (г. Санкт-Петербург).

Это эффективный ингредиент для улучшения структурно-механических свойств молочных продуктов, увеличения их выхода и повышения биологической ценности. Увеличивает выход творога, творожного продукта, мягких и твердых сыров на 15–20%. Устраняет синерезис в процессе хранения, улучшает реологические свойства молочно-белкового сгустка. Не требует изменений технологического процесса и маркировки на этикетке.

Применение ферментного препарата трансглутаминазы как технологического вспомогательного средства позволит предприятию увеличить объем выпускаемой продукции, снизить затраты, а также создать конкурентоспособный продукт, отвечающий строгим требованиям со стороны потребителя к безопасности продукта, его консистенции и органолептическим свойствам.

## Компания «AIPU Пищевая промышленность»

**Карамельный колер CAL-010** – натуральный высокоинтенсивный краситель I класса. Разработан компанией AIPU в ответ на растущий спрос на минимально обработанные пищевые ингредиенты со стороны потребителей и производителей. Производство нового красителя проходит через строгий контроль. Краситель CAL-010 приблизительно на 15% темнее обычного карамельного колера I класса. Более высокая интенсивность цвета делает CAL-010 уникальным по сравнению с другими существующими продуктами класса I, что позволяет эффективно его применять при изготовлении таких продуктов, как уксус, хлебобулочные изделия, вино и т.д.

AIPU всегда стремится предоставить лучшие пищевые ингредиенты для клиентов во всем мире с 1993 года.

## ООО КПФ МИЛОРАДА

**Ronoxan®** – линейка хелатирующих агентов или синергических смесей производства компании DSM Nutritional Products Ltd. (Швейцария). Одним из важных факторов стабилизации жиров является применение антиоксидантов. В естественных условиях в маслах содержатся токоферолы. Смеси токоферолов и другие антиоксиданты компании DSM добавляют к маслам для увеличения срока годности и для улучшения качества конечного продукта, в состав которого эти масла будут входить. Также антиоксиданты можно вносить в рецептуру конечного изделия. Жирные смеси токоферолов DSM можно сочетать с другими компонентами продукта, а сухие смеси токоферолов DSM смешиваются с сухими или водно-дисперсионными ингредиентами. Наибольшую степень защиты дает использование хелатирующих агентов или синергических смесей DSM в линейке DSM Ronoxan®.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ-ВЫСТАВКА

29 ФЕВРАЛЯ - 2 МАРТА 2016
ГОСТИНЫЙ ДВОР

Экспозиция ведущих российских и зарубежных предприятий
Конференции Молочного Союза России
Семинары компаний
Конкурсная программа
Центр Закупок Сетей™

**По вопросам участия в Форуме обращайтесь:**
+7 (495) 980-45-66, business@mir-forum.ru, forum@mir-forum.ru
www.dairymeat-expo.ru

**Организаторы и поддержка:**

Государственная Дума
Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Российский Союз предприятий молочной отрасли
МегаЭкспо
ВДНХ

ид «Формула»

специальное приложение

# Бизнес индустрии напитков и молочных продуктов

Журнал для тех, кто применяет, продает и производит ингредиенты для производства напитков и молочных продуктов

Чай, кофе и безалкогольные энергетики
ТРЕНД стр. 32

Безалкогольные тонизирующие напитки: сбалансированный состав
ПРАКТИКУМ стр. 35

## В России падают продажи безалкогольных напитков

Продажи безалкогольных напитков в России по итогам второго квартала 2015 года сократились на 3% (в натуральном выражении) по сравнению с аналогичным периодом 2014 года, что стало первым случаем снижения квартальных продаж с 2013 года, сообщает компания Nielsen.

«На протяжении последних двух лет рынок рос в среднем на 5-6% каждый квартал, а в третьем квартале 2014 года продажи и вовсе прибавили 8% к прошлому году», – отмечается в исследовании.

Самое сильное снижение продаж произошло в категории фруктовых соков – на 7% ко второму кварталу 2014 года в натуральном выражении. Сокращение продаж также отмечается в категории газированных напитков, куда включен и квас, – минус 2% в годовом выражении. Наиболее благоприятная динамика наблюдается в категории энергетических напитков, продажи которых показали рост на 7%.

Также, согласно данным Nielsen, по итогам первого полугодия самую большую долю на рынке безалкогольных напитков в натуральном выражении занимают минеральные воды – 40,9%. На втором месте – газированные напитки с долей в 26,9%, на третьем – соки (21,5%). Остальные напитки менее популярны: квас занимает 5,7% рынка, холодный чай – 3,4%, энергетические напитки – 1,4%.

## Производство соков сокращается

По данным компании ID-Marketing, в начале 2015 года динамика производства сока в России существенно изменилась. В первом квартале текущего года на фоне снижения покупательской способности населения и ухудшения общих экономических условий ведения бизнеса в стране – это и нестабильность на валютном рынке, и высокий уровень стоимости заимствования – объемы производства фруктовых и овощных соков в сравнении с январем-мартом 2014-го упали на 18,1% до уровня 513 муб. Крупные производители для изготовления соков в основном используют импортные концентраты, и колебания на валютном рынке в конце 2014-го – начале 2015 года оказывали значительное влияние на стабильность работы российских компаний.

Наибольший объем российского производства приходится на яблочный, томатный и апельсиновый соки, а также на соки тропических и субтропических плодов. В частности, в 2014 году доля яблочного сока составила более 38% совокупного объема производства соков в стране, доли томатного и апельсинового соков, соответственно, – 13,9 и 8,3%. В 2014 году, в сравнении с 2013-м, отмечалось увеличение объемов производства яблочного сока на 3,9%, а томатного – на 8%. В настоящее время на рынке соков около 70% всего объема производства приходится на долю четырех крупных производителей: ЗАО «Мултон» (Москва, Санкт-Петербург), ОАО «ВБД напитки» (Московская обл.), ОАО «Сады Придонья» (Волгоградская обл.) и ООО «Лебедянский» (Липецкая обл.).

## Потребление молока и молочных напитков увеличивается несмотря на рост цен

Сегмент молока и молочных напитков, в который входят традиционные кисломолочные напитки (кефир, ряженка, простокваша, топленое молоко, варенец и др.), питьевые йогурты и сливки, по данным компании «ГФК-Русь», растет по объемам (+2%), несмотря на рост цен (+10% в первом полугодии 2015 года). Устойчивость категории объясняется тем, что в кризисные времена потребители предпочитают питаться дома, а молоко и молочные напитки являются важным компонентом домашней кухни в России.

При этом различна динамика отдельных товарных категорий сегмента. Если категории традиционных кисломолочных продуктов выросли, то питьевые йогурты потеряли в объеме – их доля «перетекла» в молоко.

В этой связи интересно посмотреть на рост продаж в относительно новой и небольшой категории ароматизированного молока. Россияне начинают включать эту продукцию в свой рацион, постепенно растет потребление. Отчасти ароматизированное молоко играет роль питьевого йогурта.

Компания **Frutarom** – ведущий поставщик сырья для производства различных видов напитков.

Наши заводы расположены в Израиле, Англии, Швейцарии, Словении, США.

**Мы предлагаем:**

- **натуральные ароматообразующие вещества** для соков и нектаров;
- **растительные экстракты** для функциональных, энергетических и других напитков;
- **соковые компаунды** (базы) фруктового, ягодного и фантазийного направлений;
- **натуральные ароматизаторы** для безалкогольных, слабоалкогольных, энергетических и сокосодержащих напитков;
- **натуральные красители** для напитков.

Москва **+7 (495) 781-31-13**
Санкт-Петербург **+7 (812) 633-04-21**
Екатеринбург **+7 (343) 379-36-64**
Краснодар **+7 (861) 219-53-75**
Саратов **+7 (8452) 57-44-08**

# Чай, кофе и безалкогольные энергетики

Дебаты вокруг безалкогольных тонизирующих напитков на всех уровнях вызывали циркуляцию в традиционных средствах массовой информации и в Интернете большого объема неточной или искаженной информации по их составу и обросли различного родами мифами и слухами, не имеющими ничего общего с реальностью.

*Продолжение. Начало в №3, стр. 39–40.*

**Михаил Богомолов,**
врач психоэндокринолог, диабетолог,
президент МОО
«Российская диабетическая ассоциация»

**Миф 4. Регулярное потребление безалкогольных тонизирующих напитков приводит к появлению зависимости сродни наркотической.**

**Миф 5. Употребление безалкогольных тонизирующих напитков – первый шаг к употреблению алкоголя и наркотиков (алкоголизация населения).**

Это позиция, не имеющая почвы. Статистика потребления алкоголя, наркотиков и безалкогольных тонизирующих напитков никак не соотносится – ни количественно, ни качественно. Мнение экспертов в области диетологии, наркологии и токсикологии таково, что такая причинно-следственная связь отсутствует. Реальной статистики из солидных источников, авторитетно подтверждающих стойкую зависимость от безалкогольных тонизирующих напитков, а уж тем более того, что употребление безалкогольных тонизирующих напитков – первый шаг к наркотикам и алкоголизации населения, нет.

В ходе исследования «Структура потребления населением РФ продуктов, содержащих кофеин», подготовленного ВЦИОМ в 2013 году, из кофеиносодержащих продуктов (чай, кофе, шоколад, лекарства, напитки категории «кола» и т.д.), меньше всего населением России потреблялись тонизирующие напитки: 19,5% среди взрослого населения и 23,1% среди подростков. Исследования показали, что основными потребителями энергетиков являются люди в возрасте от 22 до 34 лет, зачастую употребляющие их в вечернее и дневное время вместо кофе.

В основном у российских потребителей энергетических напитков уровень потребления низкий или очень низкий. Среди взрослого населения таких 11,9%, среди подростков – 14,2%. Средний уровень потребления энергетиков имеют лишь 6,2% взрослых и 7,6% подростков. Взрослых жителей России с очень высоким уровнем потребления энергетиков (более 1 банки 250 мл ежедневно) ничтожно мало – 0,7%, а среди подростков – 0,6%.

Из этого же исследования ВЦИОМ следует, что наиболее частые потребители безалкогольных тонизирующих напитков употребляют 3–10 банок 250 мл в месяц, что никак не может быть серьезной проблемой. Утверждения о больших объемах и масштабах потребления в России безалкогольных тонизирующих напитков сильно раздуты. Некоторые российские СМИ ради сенсации или скандала склонны сильно преувеличивать данные, чтобы продать негативную информацию. К сожалению, позитивная информация среди массового читателя находит меньший спрос.

Согласно этому же исследованию ВЦИОМ, 77% подростков в РФ ни разу не пробовали безалкогольные тонизирующие напитки. Оставшиеся 23% подростков потребляют примерно 25 банок (емкостью 250 мл) безалкогольных тонизирующих напитков в год, или 1 банку (250 мл) в 2 недели. В то же время исследование показало, что средний подросток потребляет 236 чашек кофе в год. Иными словами, поступление кофеина в организм подростков от потребления чая (62%) и кофе (25%) в разы выше, чем от потребления безалкогольных тонизирующих напитков, а потребление безалкогольных тонизирующих напитков невелико как в абсолютных, так и относительных цифрах. Риск причинения вреда здоровью при потреблении безалкогольных тонизирующих напитков не превышает риска от кофе. При этом причинение вреда здоровью возможно только при очень больших объемах потребления, так же как и при неумеренном употреблении многих других пищевых продуктов.

Примерно такая же картина в Европе. Здесь можно сослаться на благополучную Австрию. Как показали исследования, проведенные в этой стране, для взрослого населения главным источником нагрузки кофеином является кофе (66–75% для разных половозрастных групп), далее следуют «энергетические напитки» (порядка 9–20% в общей квоте кофеина). Вклад остальных источников незначителен за исключением лекарств, потребление которых трудно поддается учету.

В Соединенных Штатах, во многих европейских странах, в частности в Финляндии, Дании и Швейцарии, употребление кофе весьма распространено, и большинство взрослых получает свою суточную дозу кофеина именно с кофе, в то время как в Великобритании наиболее широко употребляемым напитком является чай. Кроме того, США характеризуется максимальным потреблением безалкогольных напитков типа «кола» на душу населения – здесь потребляется более 20% их общего мирового объема. В Соединенных Штатах

основным источником кофеина для детей и подростков являются безалкогольные газированные напитки, в то время как для взрослых основным источником кофеина является кофе. Согласно отчетам Министерства здравоохранения Канады, около 90% потребляемого канадцами кофеина приходится на кофе, чай и прочие продукты питания.

Согласно последним исследованиям европейских и американских медиков, регулярное употребление обычного кофе, содержащего кофеин, вопреки устоявшемуся мнению, не приводит к росту сердечных заболеваний. Наоборот, кофе помогает предотвратить развитие сахарного диабета второго типа. Еще в 2012 году немецкие исследователи опубликовали в «Американском журнале клинического питания» итоги своего исследования, согласно которым при употреблении не менее 4 чашек в день благодаря содержащимся в кофе ингредиентам риск заболеть диабетом второго типа снижается на 23–30% по сравнению с теми, кто пил менее 1 чашки в день. По данным ВОЗ, сейчас в мире насчитывается более 220 млн человек, страдающих диабетом, ежегодно из-за высокого содержания сахара в крови умирает 3,4 млн человек. Специалисты Всемирной Организации Здравоохранения предсказывают, что к 2030 году эта цифра удвоится (American Journal of Clinical Nutrition 2012, V. 95, P. 901–908).

Приведенные выше данные ученых показывают, что общественный резонанс, связанный с потреблением населением кофеина через энергетические напитки является, в целом, преувеличенным. Кофе и чай попрежнему остаются основным источником кофеина в питании населения Западной Европы и Америки.

Ранее в журнале «Сайнтифик Америкэн» (№ 15, May 8, 2001) на основе исследований, проведенных Майклом Шварцчайлдом из Массачусетского госпиталя общего профиля, делается вывод, что кофеин может способствовать профилактике болезни Паркинсона.

Карен Ритчер из Национального Института по проблемам

здоровья и медицины Франции пришел на основе своих исследований к выводу, что женщины в 65 лет и старше, которые регулярно выпивали 3 и более чашек кофе, обладали лучшими когнитивными способностями, чем те, которые ежедневно употребляли одну или менее чашек. По мнению французского ученого, кофеин, являясь психостимулянтом, замедляет процесс угасания памяти человека. Этот вывод был сделан на основе тестирования 7000 человек в течение 4 лет. Причем закономерность наиболее четко проявлялась с увеличением возраста: любители кофе в возрасте 65 лет на 30% реже страдали потерей памяти, а в возрасте старше 80 лет провалов памяти было на 70% меньше (Scientific Amercian, August 6, 2007).

Есть и другие солидные научные исследования по безопасности безалкогольных тонизирующих напитков, содержащих кофеин, но они малоизвестны широкой публике в России. В силу недостаточной информированности населения и получили в нашей стране распространение различные мифы и стереотипы вокруг безалкогольных тонизирующих напитков. Все эти мифы и голословные утверждения не основаны на серьезных научных исследованиях и носят популистский характер. Отсутствие широкой и своевременной научной оценки мифов и стереотипов, окружающих безалкогольные тонизирующие напитки, сформировало у части российской общественности искаженное представление о данной продукции.

Вместе с тем, по мнению отечественных медицинских экспертов, опирающихся на данные стратегии развития здравоохранения Российской Федерации на долгосрочный период 2015–2030 годов, главными угрозами здоровью россиян являются злоупотребление алкоголем, табакокурение и употребление наркотиков. В этом перечне нет упоминания про безалкогольные тонизирующие напитки как серьезного фактора, массово влияющего на здоровье населения страны.

По данным Всемирной Организации Здравоохранения, в 2014 году Россия находилась на 4-м месте в мире по уровню потребления алкоголя (чистого этилового спирта) на душу населения (15,76 л на 1 человека в год). По данным комитета Госдумы РФ по охране здоровья, количество смертельных случаев от алкоголя по-прежнему остается высоким – около 75200 человек в год, а по данным Росстата, 33% юношей и 20% девушек регулярно употребляют алкоголь.

*В силу недостаточной информированности населения и получили в нашей стране распространение различные мифы и стереотипы вокруг безалкогольных тонизирующих напитков. Все эти мифы и голословные утверждения не основаны на серьезных научных исследованиях и носят популистский характер.*

## Эффект и компоненты

Безалкогольные тонизирующие напитки обеспечивают кратковременную стимуляцию нервной системы, так же как чай, кофе и прочие напитки, содержащие кофеин.

Компоненты безалкогольных тонизирующих напитков во многом сходны, сами напитки могут отличаться за счет вкусовых добавок, но свои функциональные преимущества каждый напиток, как правило, получает за счет комбинации нескольких основных ингредиентов-стимуляторов, таких как кофеин, таурин, витамины группы В, сахароза, глюкоза и другие вещества.

В настоящее время в СМИ, на экспертных советах и в общественных дискуссиях предлагают безалкогольные тонизирующие напитки (типа «Байкал», «Саяны», «Ред Булл», «Кола», «Хинин тоник» и т.д.) приравнивать к алкоголю, порядок их продажи предлагают регулировать так же, как и алкогольную продукцию (например, их продажа лицам, не достигшим 18 лет, запрещается).

Ни одним федеральным законом не предусмотрено каких-либо ограничений на производство и оборот безалкогольных тонизирующих напитков. Более того, на федеральном уровне законопроект «Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) безалкогольных тонизирующих напитков» не был поддержан Правительством Российской Федерации, поскольку установление региональным законодательством каких-либо правоограничений для несовершеннолетних просто неконституционно и не соответствует современной международной законодательной практике. Действующее законодательство РФ

и технический регламент Таможенного союза обеспечивают необходимый уровень безопасного потребления безалкогольных тонизирующих напитков всеми категориями населения, в том числе и подростками.

Предлагаемые в ряде регионов РФ ограничительные меры не имеют под собой научного обоснования – на сегодняшний день не существует ни одного исследования, подтверждающего наличие в составе безалкогольных тонизирующих напитков небезопасных для потребления ингредиентов. В то же время данные различных научных исследований, в том числе в нашей стране, свидетельствуют, что при умеренном потреблении (как и любой пищевой продукт) безалкогольные тонизирующие напитки являются безопасными для здоровья.

Поспешное введение различных ограничений на оборот безалкогольных тонизирующих напитков в розничной торговле без учета мнения делового сообщества, экспертов и ученых не будет способствовать решению задач, провозглашаемых его инициаторами, а только ухудшит условия ведения бизнеса для производителей безалкогольных тонизирующих напитков, предприятий торговли, индустрии гостеприимства и общественного питания. Запрет на безалкогольные тонизирующие напитки будет стимулировать развитие «теневой» торговли, спровоцирует отток потребителей от цивилизованной и контролируемой системы общественного питания и быстрого обслуживания (кафе, ресторанов, столовых, гостиниц, развлекательных центров).

Введение запретительных или ограничительных мер на продажу безалкогольных тонизирующих напитков негативно скажется на производителях данной продукции и российской экономике в целом, вызовет падение общего товарооборота и налоговых сборов региона и, следовательно, сократит финансовую базу для выполнения местных социальных программ (зарплаты учителей, врачей, работников культуры и т.д.).

Генеральный директор Национального фонда защиты потребителей академик РАЕН Александр Калинин считает, что призывы к ограничению или запрету продажи тех или иных продуктов есть не что иное, как попытка ограничения свободы потребительского выбора. «Прямые запреты на производство и продажу отдельных товаров оправданы и необходимы только тогда, когда потребительские свойства товара сопровождаются вредными для здоровья эффектами, о которых потребитель даже не подозревает. Но этот вред должен быть доказан и научно обоснован, иначе любой подобный запрет будет выглядеть как инструмент конкурентной борьбы. В то же время история таких запретов во многих странах очень поучительна, поскольку показывает, что они малоэффективны, а порой приводят к результатам, прямо противоположным ожидавшимся», – утверждает он.

Запреты и ограничения на развитие торговли и предпринимательства идут вразрез с буквой и духом Послания Президента России В.В. Путина Федеральному Собранию РФ 04 декабря 2014 года, в котором содержится призыв максимально снять ограничения с бизнеса, избавить его от навязчивого надзора и контроля, обеспечить свободу для развития экономики.

Эти факты указывают на необоснованность позиции части законодателей, выступающих за жесткое ограничение продаж безалкогольных тонизирующих напитков. В этом вопросе имеет смысл учесть многолетний опыт ведущих зарубежных стран, например Европы и Северной Америки, где законодательные акты по ограничению каких-либо продуктов принимают на основе устойчивой многолетней статистики.

Большая часть российских экспертов сходятся во мнении, что шумиха вокруг безалкогольных тонизирующих напитков носит надуманный характер, реальный масштаб их негативного воздействия на молодежь сильно преувеличен. Они рекомендуют больше внимания уделять борьбе с растущим потреблением алкогольной продукции и наркотиков.


УЧАСТНИКИ САЛОНА ШОКОЛАДА В МОСКВЕ

- крупные фабрики и небольшие производства шоколада, кондитерских изделий и мороженого;
- российские и зарубежные шоколатье, кондитеры и все, кто работает с шоколадом;
- производители и поставщики сырья, оборудования и материалов для кондитерского дела;
- страны, организации и специалисты, занимающиеся выращиванием и обработкой какао-бобов;
- создатели органического шоколада и торговые фирмы, работающие с продукцией био;
- разработчики косметики на основе какао и шоколада и компании, представляющие косметические услуги с ее использованием.

ЗНАМЕНИТОЕ НА ВЕСЬ МИР ДЕФИЛЕ ШОКОЛАДНЫХ ПЛАТЬЕВ

ВЫСТУПЛЕНИЯ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ШОКОЛАТЬЕ

ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЕ АТЕЛЬЕ ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ И ДЕТЕЙ

СПЕЦИАЛЬНАЯ ПРОГРАММА МАСТЕР-КЛАССОВ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ

**Отдел продаж, Москва**
+7 495 724-00-21
www.salon-du-chocolat.ru
sdcm@salon-du-chocolat.ru

ГЛАВНЫЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ПРАЗДНИК ШОКОЛАДА СНОВА В МОСКВЕ!

SALON DU CHOCOLAT
САЛОН ШОКОЛАДА
МОСКВА

5–8 МАРТА 2016

4 МАРТА 2016
ТОРЖЕСТВЕННОЕ ОТКРЫТИЕ

ЭКСПОЦЕНТР

www.salon-du-chocolat.ru

# Безалкогольные тонизирующие напитки: сбалансированный состав

Безалкогольные тонизирующие (энергетические) напитки – разновидность напитков, в состав которых входят природные тонизирующие вещества. Их основной задачей является повышение работоспособности организма.

В отличие от традиционных кофе или чая безалкогольные тонизирующие напитки кроме кофеина могут содержать экстракты лекарственных растений гуараны и женьшеня, а также витамины, таурин, L-карнитин и сахара. Натуральные антиоксиданты, танины, ксантины, а также витамины и минералы в сочетании с натуральным кофеином обеспечивают синергическое воздействие на здоровье, на общее состояние и энергетический запас организма.

Безалкогольным тонизирующим напиткам отдают предпочтение люди, жизнь которых связана с серьезными физическими, эмоциональными и умственными нагрузками. Подобные напитки помогают сохранить концентрацию внимания при длительных автомобильных поездках.

При умеренном потреблении тонизирующий напиток является отличным средством для того, чтобы прийти в форму, победить усталость и зарядиться энергией для важных дел.

В состав безалкогольных тонизирующих напитков чаще всего входят кофеин, таурин, D-глюкуронолактон и углеводы. Среди прочих ингредиентов этих напитков могут быть инозитол, витамины группы В, экстракты гуараны, женьшеня, матэ, зеленого чая и других растений.

***Кофеин*** в определенных дозах стимулирует работу головного мозга, помогает бороться с сонливостью, бодрит, помогает повысить физическую и умственную активность.

***Таурин*** – это аминокислота, которая в больших количествах присутствует в мозге, сердце и скелетных мышцах. Таурин входит в состав сухих молочных смесей для детей, так как он также присутствует в грудном молоке.

Функции таурина в организме:

- регуляция стресса;
- стабилизация клеточных мембран;
- предотвращение сердечной аритмии;
- терморегуляция тела;
- снабжение тканей организма кислородом;
- детоксикация организма.

Таурин химически связывает потенциально токсичные соединения, образующиеся в организме (особенно во время повышенных физических нагрузок), в водорастворимые соединения и ускоряет их выведение из организма.

***Глюкуронолактон*** – природный компонент, который содержится в большом количестве, например, в красном вине. В организме человека он образуется в печени в ходе метаболизма глюкозы.

***Витамины группы В*** играют важную роль в обмене веществ. Без витаминов группы В не может нормально функционировать ни один орган человека. Витамины группы В вносят вклад в снижение усталости и утомляемости, необходимы для поддержания умственной деятельности.

***Женьшень*** – издавна известное лекарственное многолетнее растение. В китайской традиционной медицине его еще называют «корнем жизни», приписывая способность помогать вернуть молодость и продлить жизнь. Женьшень – это адаптогенное растение; помогает снижать уровень кортизола (гормона стресса) в организме, тем самым противодействует физиологическим эффектам стресса, оказывая на организм возбуждающее и стимулирующее действие; улучшает работу мозга, повышает физическую работоспособность.

***Экстракт мате*** – натуральный источник стимулирующих веществ (кофеин, теобромин, теофиллин); он также содержит хлорофилл, полифенол, антиоксиданты и витамины А, В1, В2.

***Экстракт зеленого кофе*** – природный источник кофеина; содержит антиоксидант – хлорогеновую кислоту.

***Экстракт куркумы*** – куркумин является активным ингредиентом куркумы. Он обладает антиоксидантными и противовоспалительными свойствами. Куркумин действует на уровень BDNF (нейротропный фактор мозга), который вызывает рост нейронов и защищает мозг от различных дегенеративных процессов.

***Экстракт гуараны.*** Отличительной чертой плодов гуараны является высокое содержание кофеина. Также в природе в них присутствуют дубильные вещества, смолы, теобромин, теофиллин, таннин и гуаранин.

***Углеводы*** – основной и важнейший источник энергии для жизнедеятельности и работы организма.

***Инозитол*** относится к углеводам, но не является классическим «сахаром». Он синтезируется организмом и входит в состав клеточных мембран. Инозитол также играет роль в определении того, как клетка будет реагировать на гормоны или сигнальные молекулы, приходящие от мозга.

Таким образом, безалкогольный тонизирующий напиток – это современный, «умный» напиток, в котором все компоненты соединены в точной пропорции, дополняя и поддерживая друг друга, обеспечивая тот самый эффект придания дополнительной энергии организму в периоды повышенной физической или умственной нагрузки.

**По материалам drinkenergy.ru**

# Стабилизаторы для молочных продуктов: инновационные решения

Для большинства потребителей важнейшими критериями при выборе молочных продуктов являются внешний вид и консистенция. Именно внешний вид позволяет составить первое впечатление об органолептических характеристиках продукта в целом.

**Ольга Аброськина,**
маркетолог по молочному направлению,
**Юлия Павлова,**
технолог по молочному направлению,
компания «Балтийская Группа»

Неоднородная структура продукта может стать причиной отказа от покупки. Расслоившийся молочный продукт вряд ли вызовет желание попробовать его, даже если срок годности не подошел к концу.

Потребители хотят приобретать продукт, внешне привлекательный, обладающий соответствующими вкусовыми характеристиками и консистенцией, которые остаются стабильными в процессе хранения.

В современных условиях, используя стабилизаторы, мы имеем возможность получать продукты промышленного производства, соответствующие ожиданиям потребителей.

Использование гидроколлоидов обеспечивает не только желаемую консистенцию, но и вкусовые ощущения. В молочной промышленности введение стабилизаторов в рецептуру дает возможность снизить себестоимость путем замещения ими более дорогостоящего сырья.

На сегодняшний день известен широкий список гидроколлоидов, научные исследования которых непрерывно продолжаются. Рассмотрим продукты, которые активно используются в создании стабилизаторов, и их особенности в применении для молочных продуктов.

## Микрокристаллическая целлюлоза

Микрокристаллическая целлюлоза (МКЦ) – высокофункциональная пищевая добавка, полученная особым способом из целлюлозы. Целлюлоза является основным структурирующим агентом всех растений, фруктов и овощей и самым распространенным полисахаридом натурального происхождения. МКЦ получают из специального типа древесины (альфа целлюлозы) методом гидролиза, влажной механической дезинтеграции и сушки. В ходе процесса производства есть возможность соединять молекулы МКЦ с функциональными ингредиентами и другими видами гидроколлоидов для придания МКЦ дополнительных свойств и получения инновационных стабилизаторов.

Стабилизаторы на основе МКЦ находят все более широкое применение на российском рынке. Такие продукты, как кулинарные сливки, «сливки для кофе», сметанный продукт, приобретают преимущества по сравнению с традиционными сливками и сметаной.

Низкое содержание жира в рецептуре с использованием стабилизатора на основе МКЦ позволяет позиционировать продукт как низкокалорийный и более доступный. Стабильность в течение всего срока годности в широком диапазоне температур, отсутствие расслоения или отделения молочной сыворотки в продукте – все это делает конечный продукт привлекательным для потребителей.

Кулинарные сливки часто используют для приготовления соусов, крем-супов и др., поэтому к их стабильности и однородности в готовом блюде предъявляются особые требования.

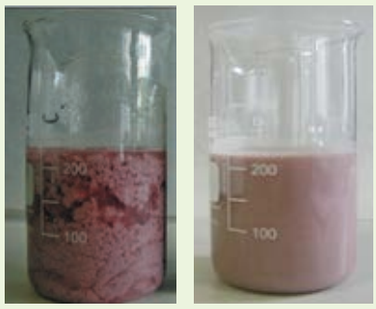
Важно, что стабилизаторы способны улучшить органолептические показатели соусов даже в жестких условиях приготовления (продукты, в которых используются томаты, вино и т.д.).

Свойства стабилизаторов наглядно демонстрируются в ходе лабораторных испытаний таких сложных продуктов, как сливочный соус с вином (рис. 1) или сливочный соус с мясным бульоном (рис. 2).

В ходе теста соусы нагревались до 60–70°С после добавления кулинарных сливок.

Полученные результаты (рис. 1 и 2) подтверждают вышеизложенные преимущества использования.

В сметанных продуктах стабилизатор также улучшает ряд показателей, а именно – в течение всего срока годности предотвращает расслоение продукта, гарантирует отсутствие синерезиса, улучшает стабильность во время хранения и транспортировки в экстремальных условиях.



Контроль | С использованием стабилизатора на основе МКЦ

**Рис. 1. Стабильность при нагревании винного соуса – кулинарные сливки 5%-ной жирности**

Контроль | С использованием стабилизатора на основе МКЦ

**Рис. 2. Стабильность при нагревании мясного соуса – кулинарные сливки 20%-ной жирности**

Происходит положительное влияние и на вкус продукта, он становится более сливочным и насыщенным (даже при пониженном содержании молочного жира).

Справедливо это и в отношении производства УВТ «сливок для кофе». Стабилизатор придает продукту необходимую плотность и предотвращает отслоение жировой фазы. К тому же производителю предоставляется возможность создать интересный и востребованный на рынке продукт – «ароматизированные сливки для кофе» с различными вкусами: карамель, мокко, ваниль, корица, шоколад и др.

Еще один большой сегмент, в котором активно используется уникальные свойства микрокристаллической целлюлозы, – напитки на основе молока.

При производстве напитков стабилизаторы выполняют важнейшую задачу – помогают конечному продукту отвечать современным тенденциям рынка.

Высокотехнологичные стабилизаторы позволяют экспериментировать с различными ингредиентами. Есть возможность создавать традиционные продукты – шоколадное молоко, ароматизированные молочные коктейли, а также возможность расширять ассортимент новыми напитками, в которых сочетаются молочные продукты (молоко, молочная сыворотка, йогурт) и немолочные компоненты – концентраты фруктово-ягодных соков и пюре, на-

туральный шоколад, ореховая паста и т.д.

Благодаря МКЦ органолептические характеристики напитков на основе молока становятся наиболее привлекательными для потребителей за счет создания гладкой однородной структуры и придания дополнительной сливочности вкусу.

Еще одна актуальная тенденция отрасли, подразумевающая использование стабилизаторов, – молочная продукция, обогащенная кальцием. Введение в напитки минеральных компонентов приводит к необходимости тщательно подбирать стабилизатор. За счет создания прочной трехмерной структуры МКЦ позволяет равномерно по всему объему удерживать минеральные частицы. В результате получается стабильный при хранении продукт с вязкостью традиционного молока.

Существующие рецептуры становятся отправной точкой для сотрудничества, в ходе которого выбор ингредиентов, их дозировки, рекомендации по ведению технологического процесса корректируются в зависимости от целей и задач конкретного производителя, а также с учетом особенностей сырья и оборудования.

Сегодня, в сложной экономической ситуации, производители особое внимание уделяют задаче снижения себестоимости продуктов при сохранении потребительских характеристик не только на момент окончания технологического процесса, но и в течение всего срока годности.

Успешно помогают решить эту задачу правильно подобранные стабилизаторы. Например, многие любят кофе капучино. Очень важно для этого напитка получить хорошую устойчивую молочную пену. Существует мнение, что сложно подобрать молоко для этих целей, так как на количество и густоту молочной пены влияет состав молока. Введение стабилизатора в молоко с низким содержанием белка и жира позволяет получить экономичное «молоко для капучино». При этом низкое содержание белка и жира не влияет на плотность пены при взбивании, а вкус остается насыщенным, сливочным. Такой продукт, востребованный в сегменте HoReCa, предоставляет производителям новые перспективы и возможности.

Преимущества использования стабилизаторов в «молоке для капучино» наглядно демонстрирует тест на устойчивость пены.

## Альгинат натрия

Альгинат натрия – это холоднорастворимый гидроколлоид природного происхождения. Сырьем для получения служат бурые водоросли (Phaeophyceae), произрастающие в холодных северных морях. Различают три типа вязкости альгината – высокая (600–1000 сПз), средняя (400–600 сПз), низкая (менее 400сПз). На основе новейших исследований физико-химических свойств альгината натрия создаются стабилизаторы с заданными параметрами для применения в конкретных продуктах. Одним из известных свойств альгината натрия является образование геля в присутствии ионов кальция, что актуально для применения в молочных продуктах.

Производители стремятся, чтобы их продукты соответствовали последним тенденциям в пищевой индустрии. И именно новейшие разработки в области стабилизаторов позволяют достигнуть поставленных целей намного эффективнее, чем следование традиционным рецептурам. Данный факт становится очевидным на примере так называемого «греческого йогурта», популярность которого растет уже несколько лет. Он имеет более плотную консистенцию в сравнении с привычным йогуртом за счет увеличенного содержания белка, которое достигается путем фильтрования сгустка. Этот продукт имеет среднюю консистенцию между йогуртом и творогом, при этом сохраняется характерный кислый вкус йогурта.

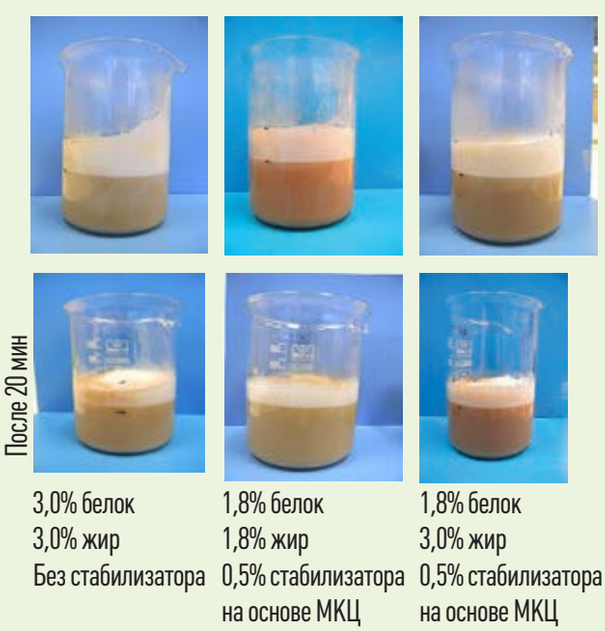



**Рис. 3. Тест на устойчивость пены**

Греческий йогурт используют в кулинарии в качестве заправок или основы для заправок, как добавку в тесто для выпечки, при создании десертов и т.д.

Традиционный способ получения греческого йогурта достаточно длительный и затратный.

Высокотехнологичные стабилизаторы на основе альгината натрия позволяют произвести продукт с плотной однородной структурой и нежным вкусом греческого йогурта.

Существуют решения и для других кисломолочных продуктов. Учитывая особенности применения альгината натрия, производитель получает возможность достигать плотной консистенции продукта за счет использования немолочных ингредиентов, что экономически обоснованно и интересно для производителя. В таких экономичных рецептурах стабилизатор обеспечивает превосходную защиту белка в процессе термообработки, а также стабильность однородной структуры в процессе хранения. Использование современных стабилизаторов не усложняет технологический процесс дополнительными этапами.

## Каррагинан

Каррагинан – натуральный гидроколлоид, получаемый из морских водорослей (класс Rhodophyceae). Каррагинан находится в клеточной стенке и внутриклеточной матрице между целлюлозными волокнами водоросли. В процессе производства каррагинан экстрагируют, очищают и высушивают. За счет комбинации различных типов каррагинана есть возможность получать стабилизаторы с заданными структурными свойствами для каждого конкретного продукта и применения. Возможность получать с помощью каррагинана различные структуры позволила ему стать универсальным ингредиентом для создания стабилизаторов для пищевой промышленности.

В сфере молочного производства высокотехнологичные стабилизаторы для плавленых сыров позволяют производить продукты, оптимальные по всем показателям.

Одно из основных преимуществ рецептур со стабилиза-

**Таблица 1. Сравнение текстурных характеристик плавленого сыра, изготовленного по стандартной рецептуре и с использованием стабилизатора на основе каррагинана**

| Текстурные характеристики | Стандартная рецептура | Стабилизатор на основе каррагинана |
|---|---|---|
| Твердость, в г | 194 | 200 |
| Плавкость, % | 100 | 95,5 |
| Характеристики при нарезке | + | ++ |
| Вязкость | Слегка вязкий | Не вязкий |
| Целостность сыра | Хорошая | Превосходная |

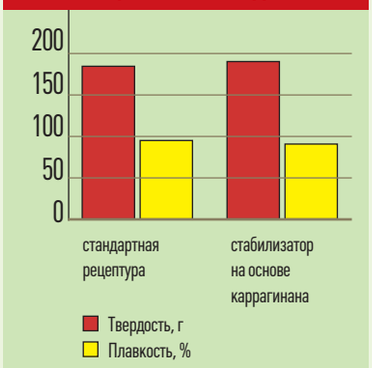
торами на основе каррагинана в том, что конечные продукты могут содержать значительно меньше сухих веществ и молочных компонентов по сравнению с традиционными рецептурами. При этом сохраняется идеальная консистенция и другие органолептические характеристики, присущие сырам премиум-качества. Значительно повышается плотность сыра, что удобно для нарезания и натирания.

Прочность измеряли при 4°С: текстурометр – пенетрация 25 мм при 0,5 мм/сек пробы А/ВС.

Плавкость измеряли путем нагревания слайса плавленого сыра при 200°С в течение 10 мин. в конвекционной печи. Растекаемость стандартной рецептуры приравнивается к 100%.

Универсальные свойства каррагинана позволяют использовать его для производства плавленых сыров любой консистенции – пастообразный сыр с кремообразной намазываемой структурой, красивой глянцевой поверхностью или ломтевой плавленый сыр (слайсы, «трианглы», колбасный сыр и т.д.) с плотной структурой и улучшенными свойствами для нарезания и натирания. Структурные характеристики продуктов остаются неизменными в течение всего срока годности. К вышеперечисленным преимуществам относится и возможность снижения себестоимости сыров за счет корректировки содержания основного молочного сырья.

**Рис. 4. Сравнение текстурных характеристик плавленого сыра, изготовленного по стандартной рецептуре и с использованием стабилизатора на основе каррагинана**




Новый для российских производителей продукт крем-сыр возможно производить с использованием специального разработанного стабилизатора на основе каррагинана. Стабилизатор обеспечивает кремообразную консистенцию и улучшенные вкусовые свойства на протяжении всего срока годности, гарантирует отсутствие синерезиса. Производитель получает привлекательный по всем показателям конкурентный продукт.

Гибкие структурные свойства каррагинана находят применение и в такой популярной категории лакомств, как молочные десерты. В зависимости от вида десерта можно получить однородный продукт с ненарушенной структурой (пудинги, фланы, основы для чизкейков) – он должен легко разламываться и при этом иметь сливочный вкус, либо кремообразный десерт с нарушенной структурой (крем, кофе по-льежски) и нежным вкусом, ощущением сливочности и таяния во рту.

Стабилизаторы также обеспечивают удобство производственного процесса – низкую вязкость при обработке и розливе, выполняют защитные функции молочного белка при УВТ-обработке.

Как видим, высокотехнологичные стабилизаторы позволяют производителям создавать продукты превосходного качества независимо от качества исходного сырья. Поэтому себестоимость продуктов теперь также возможно формировать более гибко, основываясь, прежде всего, на особенностях спроса.

*** Для всех приведенных в статье тестов использовались стабилизаторы компании FMC Health and Nutrititon марок Avicel, Gelcarin, Protanal.**

# Заквасочные культуры AiBi® Golden Time для быстрого и безопасного производства кисломолочных продуктов!

Производство кисломолочных продуктов с необходимым вкусом и структурой является длительным процессом, часто сопряженным с риском развития нежелательной микрофлоры впроцессе ферментации. Специалисты ГК «Союзснаб» предлагают решение этой проблемы.

ГК «СОЮЗСНАБ» на базе собственного производственного подразделения «Зеленые Линии» разработала новую серию заквасочных культур AiBi® Golden Time со стремительным временем сквашивания (от 3 часов), которая позволяет:

- исключить риски развития нежелательной микрофлоры;
- повысить производительность предприятия, сократив производственные издержки;
- усилить сливочную ноту во вкусоароматическом профиле кисломолочных продуктов.

**Безопасность.** Высочайшая степень безопасности (микробиологической чистоты) кисломолочной продукции достигается за счет нескольких факторов.

Во-первых, исключаются риски развития посторонней микрофлоры в начальные часы сквашивания продукта благодаря короткой лаг-фазе (адаптационной фазе) закваски и дополнительным технологическим ступеням обработки штаммов молочнокислых бактерий, входящих в состав культур AiBi® Golden Time.

Во-вторых, стабилизируется производственный цикл сквашивания продукта благодаря более быстрому преодолению заквасками буферности молочной среды при использовании солей-стабилизаторов.

**Скорость.** Производителям молочной продукции применение новой серии заквасок AiBi® Golden Time дает возможность получать кисломолочные продукты за короткое время: йогурт, мацони, ряженку – за 3-4 часа, кефир, сметану – за 4–6 часов, творог за 3–5 часов[1].

1 Время сквашивания указано среднее, зависит от вида готовой продукции. Пожалуйста, свяжитесь с нами для получения дополнительной информации.

**Сливочный вкус.** Разработанная в R&D подразделении НПО «Зеленые Линии» уникальная композиция штаммов бактерий вида Streptococcus thermophilus Bi–Effectivus™, входящая в заквасочные культуры серии AiBi® Golden Time, придает готовым продуктам выразительный кисломолочный вкус и аромат со сливочной нотой. Кроме того, Bi–Effectivus™ обеспечивает необходимую структуру и консистенцию, создает повышенную устойчивость к механическому воздействию, помогает сохранять стабильное качество продукта на протяжении всего срока годности.

**Светлана Царева, директор по развитию ГК «Союзснаб»:**
**«Я считаю, что будущее за быстрым способом сквашивания молока. Новая серия культур AiBi® Golden Time дает нашим клиентам возможность произвести больше продуктов за короткое время, а значит, более эффективно использовать мощности предприятия и сократить производственные издержки».**

**Универсальность.** Серия заквасок AiBi® Golden Time подходит для производства всех популярных кисломолочных продуктов: йогурта, кефира, ряженки, мацони, сметаны и сметанного продукта, творога и творожного продукта.

Уникальные технологические характеристики заквасочных культур AiBi® Golden Time обусловлены усовершенствованным технологическим процессом их производства. Определение КОЕ осуществляется в режиме реального времени (в течение 0,5–1 часов) флуоресцентным и спектрофотометрическим измерением бактериальной суспензии на автоматизированной станции Freedom evo (Tecan, Швейцария). Для остановки процесса ферментации штаммов в стабильной фазе роста используется экспресс-методика контроля не только живых (КОЕ) микроорганизмов, но и общей концентрации бактериальных клеток во время культивирования. Данный метод позволяет оперативно отслеживать соотношение живых и мертвых клеток и своевременно останавливать процесс культивирования биомассы, обеспечивая получение бактериальной суспензии всегда в одинаково активной фазе роста. Ускоренный процесс концентрирования позволяет снять биомассу на пике роста для получения максимально короткой лаг-фазы (от 30 минут) при последующем сквашивании культур.

**Мария Белкова, руководитель разработчиков R&D центра НПО «Зеленые линии»:**
**«Мы считаем, что AiBi® Golden Time с композицией штаммов Bi-Effectivus™ поможет нашим клиентам расширить свой ассортимент и привлечь новые группы потребителей за счет формирования премиального органолептического профиля кисломолочных продуктов.**
**Мы искали этот профиль в течение нескольких лет, изучали потребности и вкусовые предпочтения прежде, чем нашли уникальную композицию Bi-Effectivus™. Композиция штаммов Bi-Effectivus™ подана на получение патента по составу и способу ее получения. Обобщенный технологический результат заключается в увеличении срока хранения закваски, в высоком содержании активных живых клеток, сокращении времени ферментирования молока, в стабильности сквашивающей функции».**

Основанная в 1991 году торгово-промышленная группа компаний «СОЮЗСНАБ» является крупнейшей российской организацией на рынке поставок и производства ингредиентов для предприятий России и стран ближнего зарубежья в следующих отраслях пищевой промышленности: производство кондитерских, мясных, хлебопекарных, масложировых изделий, молочной продукции, а также мороженого, напитков и быстрозамороженных продуктов (полуфабрикатов).

В ГК «СОЮЗСНАБ» входит научно-производственное подразделение «Зеленые Линии», основанное в 1999 году. Подразделение занимается исследовательской и научной деятельностью, производством сырья и ингредиентов для пищевой промышленности. В области микробиологии НПО «Зеленые Линии» имеет собственный R&D центр. ГК «СОЮЗСНАБ» запатентовано и подано на получение патента более 100 инновационных микробиологических разработок. НПО «Зеленые Линии» обладает собственной коллекцией (более 3000) эксклюзивных штаммов молочнокислых микроорганизмов, выделенных из целевых природных источников. Основные производственные мощности НПО «Зеленые Линии» расположены в г. Красногорске (Московская область), а также в Калужской области и г. Фергане (Узбекистан).

Ассортимент пищевых ингредиентов ГК «СОЮЗСНАБ» насчитывает 6000 наименований, филиальная сеть – 17 подразделений в России и странах ближнего зарубежья, представительства в США, Китае, Индии. Общее количество сотрудников компании – более 500. Годовой оборот – более 250 млн долл.

**ГК «СОЮЗСНАБ», Россия, МО, Красногорск, Ильинский тупик, д. 6. Тел.: +7(495)937-87-34, 937-87-37 (многоканальный), info@ssnab.ru**

# О роли эмульгаторов в формировании качества сырных продуктов с заменителями молочного жира

В настоящее время в Российской Федерации получило развитие промышленное производство заменителей молочного жира (ЗМЖ), представляющих собой композиции из различных растительных жиров, подобранных с учетом максимально возможного приближения по физико-химическим свойствам к молочному жиру.

**Ольга Лепилкина, Игорь Смыков, Ирина Логинова,**
ФГБНУ ВНИИ маслоделия и сыроделия, г. Углич

Использование ЗМЖ широко распространено при производстве сырных продуктов, технология которых предполагает предварительное эмульгирование ЗМЖ в обезжиренном молоке с последующим внесением полученной эмульсии в смесь из обезжиренного и цельного молока.

В отличие от натурального молока, в котором жир находится в мелкодиспергированном состоянии в виде жировых шариков, покрытых оболочкой сложного состава из природных поверхностно-активных веществ, синтезируемых в вымени коровы, при эмульгировании ЗМЖ в обезжиренном молоке роль эмульгаторов выполняют белки молока. При этом образующаяся на поверхности жировых глобул оболочка имеет иной состав и свойства, что, несомненно, отражается на дальнейшем процессе формирования структуры и качестве сырных продуктов. Это, а также иная природа жира является причиной того, что полутвердые сырные продукты зачастую отличаются от сыров из молочного сырья менее выраженным вкусом, менее пластичной и эластичной консистенцией, т.е. несколько худшими органолептическими показателями.

Возвращаясь к процессу получения эмульсии, следует особо отметить, что в настоящее время практически все ЗМЖ содержат в своем составе низкомолекулярные эмульгаторы. Как правило, это дистиллированные моно- и диглицериды жирных кислот, специально добавляемые в ЗМЖ с целью облегчения процесса эмульгирования и получения устойчивой эмульсии. Именно на эту (а точнее, только на эту) стадию производства сырных продуктов изначально была нацелена идея использования эмульгаторов в составе ЗМЖ. При этом не учитывались возможные взаимодействия белков обезжиренного молока и эмульгаторов при их адсорбции на границе «жир-вода». Не было известно, что дальше происходит с заэмульгированным на первой стадии производства заменителем молочного жира под воздействием различных физико-химических, механических и биохимических факторов при пастеризации, сепарировании, прессовании, созревании и других биотехнологических приемах производства сырных продуктов. И, наконец, как влияет присутствие моно- и диглицеридов на структуру жировой фазы и в целом на качество готовых продуктов.

Исследованиями, проведенными во ВНИИ маслоделия и сыроделия, показано, что в процессе изготовления сырного продукта физико-химическое состояние его жировой фазы существенно изменяется и эти изменения во многом зависят от присутствия эмульгатора.

Влияние эмульгатора проявляется уже на стадии приготовления жировой эмульсии. Так, в смесях с эмульсиями ЗМЖ, содержащих в своем составе моно- и диглицериды жирных кислот, наблюдалась тенденция к увеличению количества свободного (дестабилизированного) жира в среднем на 3% по сравнению с эмульсией без эмульгатора. Причиной этого, по-видимому, является десорбция белков обезжиренного молока с поверхности глобул жира, которую вызывает низкомолекулярный эмульгатор в результате конкурентной адсорбции.

Электронно-микроскопические исследования жировой фазы сырных продуктов показали, что наибольшее количество жира в их структуре нахо-

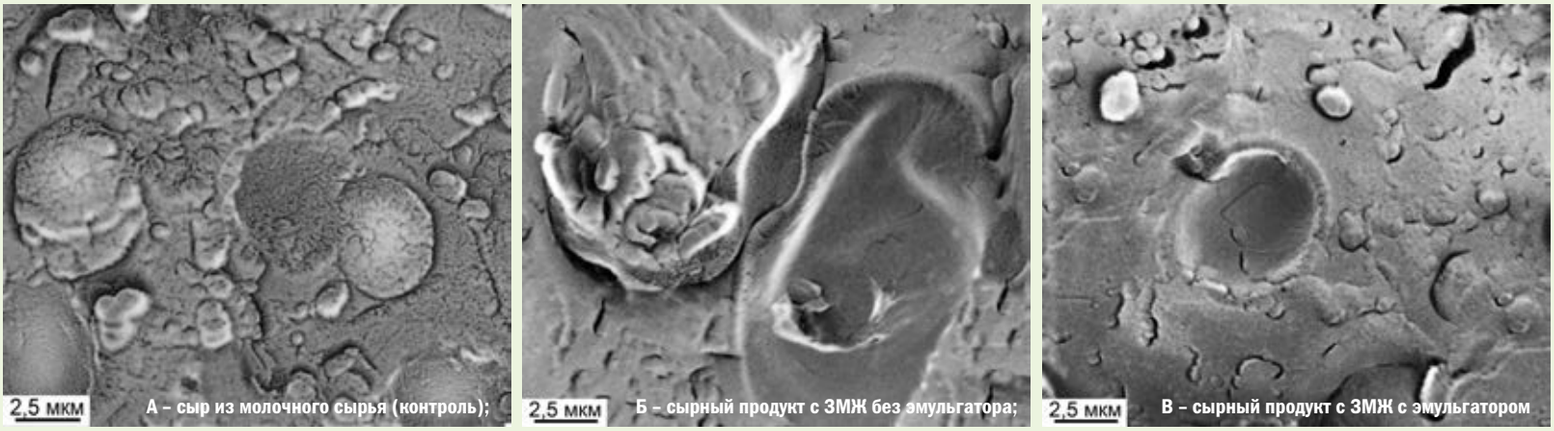



**Рис. 1. Электронно-микроскопические фотографии микроструктуры жировой фазы сырных продуктов в начале созревания (после прессования)**

дится в свободном состоянии. Кроме того, имеется жир в виде глобул, покрытых оболочкой, а также жир, находящийся в замкнутых областях белковой структуры. Именно свободный (доступный) жир играет важную роль в формировании необходимых органолептических показателей продукта, так как он в первую очередь подвержен гидролизу во время созревания сырных продуктов с образованием различных веществ, участвующих в формировании вкуса и запаха. По сравнению с сырами из молочного сырья в сырных продуктах отмечается меньше жира, доступного для гидролитических ферментов, в результате чего процесс накопления летучих вкусоароматических веществ идет медленнее.

Влияние эмульгатора на микроструктуру жировой фазы сырных продуктов было выявлено путем сравнительных электронно-микроскопических исследований полутвердых сыров из молочного сырья, сырных продуктов с ЗМЖ без эмульгатора и сырных продуктов с ЗМЖ с эмульгатором. Анализ полученных результатов показал следующее.

В начале созревания в сырном продукте с ЗМЖ без эмульгатора (рис. 1 Б) жировая фаза была представлена в виде крупных жировых глобул неправильной формы, окруженных оболочкой, которая выглядит более гомогенной и плотной по сравнению с хорошо выраженной зернистостью оболочек жировых шариков в контрольном сыре из молочного сырья (рис. 1 А). Присутствие эмульгатора существенно повлияло, как на форму жировых глобул, так и на их оболочки. В отличие от сырного продукта с ЗМЖ без эмульгатора они имеют сферическую форму и оболочку, близкую по микроструктуре к контролю (рис. 1 В).

После созревания в готовых продуктах было отмечено, что в контрольном сыре из молочного сырья жировые включения стали крупнее (результат слияния жировых капель), их оболочки приобрели большую выраженность, толщину и зернистость (рис. 2 А). Аналогичная картина наблюдалась и в жировой фазе сырного продукта с эмульгатором (рис. 2 В). В отличие от них в жировой фазе сырного продукта без эмульгатора после созревания белковые оболочки жировых глобул были более плотными, гладкими и гомогенными (рис. 2 Б).

Тщательный анализ микроструктуры показал, что зернистые оболочки жировых глобул сыра из молочного сырья (рис. 2 А) и сырного продукта с эмульгатором (рис. 2 В) пронизаны радиальными каналами, по которым возможен доступ к жиру ферментов и других взаимодействующих с ним веществ. В отличие от них оболочки жировых глобул сырного продукта без эмульгатора (рис.2 Б) не имеют выраженных каналов транспорта, в результате чего жир, заключенный внутри, более изолирован от внешней среды.

Это подтверждается результатами измерений массовой доли доступного жира: в контрольном сыре из молочного сырья жир был доступным на 98–100%, в сырном продукте с эмульгатором доступного жира было порядка 90–97%, в сырном продукте с жиром без эмульгатора этот показатель находился на уровне 80–85%.

Результаты исследований органолептических показателей сырных продуктов в сравнении с сыром из молочного сырья показали, что присутствие эмульгатора в составе ЗМЖ оказывает на них положительное влияние, а именно: формирование сырного вкуса во время созревания происходит быстрее, а консистенция становится более мягкой и эластичной. Вкус, запах и консистенция сырных продуктов с ЗМЖ с эмульгатором были близки по органолептическим ощущениям к вкусу и консистенции полутвердого сыра из натурального молочного сырья.

Таким образом, проведенными исследованиями подтверждена положительная роль эмульгатора (моно- и диглицеридов жирных кислот) в формировании качества сырных продуктов с заменителями молочного жира.

**Рис. 2. Электронно-микроскопические фотографии микроструктуры жировой фазы сырных продуктов после созревания**

# Коллекция комплексных пищевых добавок «ОМЕГА» для увеличения выхода творожных продуктов

В начале 2015 года, войдя на молочный рынок, ГК «ОМЕГА» к концу года закрепила свои позиции, став одним из самых востребованных поставщиков комплексных пищевых добавок на территории России и стран СНГ.

**Марина Памшева,**
руководитель отдела развития ГК «ОМЕГА»

Успех компании был предсказуем, ведь коллекция комплексных пищевых добавок создавалась, учитывая все проблемы производителей, с одной стороны, и желания потребителей, с другой. Соединив эти две важные тенденции в одну задачу, появилась инновационная разработка – коллекция комплексных пищевых добавок для увеличения выхода творожных продуктов, причем творожные продукты в зависимости от выбора комплексной пищевой добавки могут иметь разную структуру: от крупинчатой – рассыпчатой (ОММИЛК-Т, арт. 270 000, ОММИЛК-Т, арт. 270 100) до нежной пластичной однородной массы, которая хорошо формуется в любую упаковку (ОММИЛК-Т, арт. 270 030).

Использование комплексных пищевых добавок «ОМЕГА» гарантирует:

- чистый вкус без посторонних оттенков;
- предотвращение синерезиса; комплексы прекрасно удерживают влагу при охлаждении и фасовке без отделения сыворотки в готовом продукте;
- термостабильность творожного продукта при выпечке.

Кроме того, применение комплексных пищевых добавок «ОМЕГА» не требует изменения технологической схемы производства, вносится по технологии растворения СОМ.

Также приятно отметить, что на выставке пищевых ингредиентов Ingredients Russia-2015 в отраслевом конкурсе «Ингредиент года» комплексная пищевая добавка ОММИЛ-Т, арт. 270 000 была удостоена серебряной медали.

**И сегодня специалисты ГК «ОМЕГА» намерены идти вперед, осваивать инновационные направления, работать над созданием уникальных молочных пищевых добавок, которые помогут решить многие задачи нашим клиентам!**

**Таблица 1. Рецептуры жирного творожного продукта**

| Ингредиенты | Комплексная пищевая добавка ОММИЛК-Т, арт. 270 100 | | Комплексная пищевая добавка ОММИЛК-Т, арт. 270 030 | |
|---|---|---|---|---|
| | Для творожного продукта, м.д.ж./м.д.в. | | | |
| | 18 %/65 % | 30 %/60 % | 18 %/65 % | 30 %/60 % |
| СОМ, кг | 87,5 | 87,5 | 87,5 | 87,5 |
| ЗМЖ (99,8 %), кг | 120 | 250 | 120 | 250 |
| Стабилизатор ОММИЛК-Т, кг | 12,5 | 15 | 12,5 | 15 |
| Молокосвертывающий фермент, кг | 0,0012 | 0,0012 | 0,0012 | 0,0012 |
| Хлористый кальций, кг | 0,4 | 0,4 | 0,4 | 0,4 |
| Вода, кг | 780 | 647 | 780 | 647 |
| Выход готового продукта при стандартной влаге, кг | 630–670 | 780–820 | 650–700 | 800–820 |

**Таблица 2. Рецептуры классического и низкожирного творожных продуктов**

| Ингредиенты | Комплексная пищевая добавка ОММИЛК-Т, арт. 270 000 | | |
|---|---|---|---|
| | Для творожного продукта, м.д.ж./м.д.в. | | |
| | 1.8 %/80 % | 5 %/75 % | 9 %/73 % |
| СОМ, кг | 87,5 | 87,5 | 87,5 |
| Масло сливочное 72,5%, кг | 7 | 25 | 55 |
| ЗМЖ (99,8 %), кг | – | – | – |
| Стабилизатор ОММИЛК-Т, кг | 12,5 | 12,5 | 12,5 |
| Молокосвертывающий фермент, кг | 0,0012 | 0,0012 | 0,0012 |
| Хлористый кальций, кг | 0,4 | 0,4 | 0,4 |
| Вода, кг | 893 | 874,6 | 844,6 |
| Выход готового продукта при стандартной влаге, кг | 240–260 | 330–350 | 430–450 |

# С Новым годом и Рождеством!


**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**

## 19-я Международная выставка пищевых ингредиентов

**1 - 4 марта 2016 года**

МВЦ «Крокус Экспо»
Москва, Россия

ingredients RUSSIA

Выставка Ingredients Russia – эффективный инструмент увеличения продаж и расширения географии бизнеса

**> 5 500** посетителей-специалистов из **65** регионов России

**Одновременно с выставками**

14-я Международная выставка молочной и мясной индустрии

6-я Международная выставка продукции и услуг для предприятий общественного питания

Молочная и мясная индустрия

iFFF MOSCOW

Организатор

ITE

+7 (495) 935 7350
ingredients@ite-expo.ru
www.ingred.ru

При поддержке

СПИ

## Группа компаний «Максимум» («МИЛКПРО» и «МИЛКПРО-Сибирь»)

**«TG-MaxiLact»** – ферментный препарат, содержащий в составе трансглутаминазу, технологическое вспомогательное средство для изготовления молочных продуктов. Данный препарат абсолютно безопасен для здоровья, что подтверждается контролирующими органами на территории Таможенного союза, разрешен для применения в пищевой промышленности.

Препарат «TG-MaxiLact» отличается низкими дозировками внесения. Важным фактором применения этой технологии является снижение себестоимости продукции за счет увеличения выхода творога на 15–35% в зависимости от качества исходного сырья, уменьшения нормы расхода сырья для творога до 7–4,5 кг и для творожного продукта до 2,5–4 кг в зависимости от жирности продукта. При применении данного препарата при изготовлении йогурта, кефира, снежка, ряженки снижаются затраты за счет уменьшения количества внесения или полного исключения дорогостоящих стабилизационных систем, кроме того, повышается вязкость, понижается синерезис, достигается гладкость поверхности, улучшается кремообразность консистенции продукта.

Компания «МИЛКПРО» активно сотрудничает с производителями для освоения и внедрения современных технологий изготовления молочных продуктов с использованием препарата «TG-MaxiLact» с целью повышения качества продуктов, отвечающих требованиям потребителей, тем самым увеличивая конкурентоспособность производителей на рынке молочных продуктов.

## Компания ООО «Фудсистемс»

**«Чистая этикетка»** – новая стабилизационная система без Е-кода для применения в молочной промышленности.

Помимо маркетингового преимущества, так как продукты, изготовленные на основе данной стабилизационной системы, декларируются без Е-кода, система также идеально подходит для продуктов, где важна и высокая загущающая способность. Особенно она хороша в применении для приготовления продуктов с тонким вкусом, таких как молочные продукты и десерты, пудинги на основе молока и напитки на молочной основе с добавлением различных соков.

Стабилизационная система «Чистая этикетка» обеспечивает продуктам длительный срок годности, придает им устойчивость к циклам размораживания-оттаивания, способствует сохранению продукта на протяжении всего срока годности, прекрасно подходит для процессов с низкими значениями pH и высокой механической нагрузкой. Продукты, изготовленные на ее основе, имеют гладкую и короткую текстуру.

Стабилизационная система «Чистая этикетка» удобна для использования в различных производственных процессах.

# Нормирование пищевых ингредиентов при производстве молочной продукции

Качество и безопасность молочной продукции регламентируется техническими регламентами Таможенного союза: ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции», ТР ТС 029/2012 «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств», ТР ТС 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции», ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» и ТР ТС 005/2011 «О безопасности упаковки».

Регламентация применения пищевых добавок в ТР ТС 029/2012 представлена в двух формах:

- согласно ТД, т.е. максимальный уровень добавки в продукте определяется практикой его производства и обозначается: «согласно ТД» или «GMP» (в английских версиях международных нормативов);
- определение максимально допустимого уровня ввода микроингредиентов в пищевой продукт. Суммарное содержание пищевых добавок из всех источников поступления не должно превышать максимально допустимых уровней, установленных ТР ТС 029/2012.

Маркировка пищевых ингредиентов и молочной продукции с их использованием должна осуществляться в соответствии с требованиями:

- ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части её маркировки»
- ТР ТС 029/2012 «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических средств»
- ТР ТС 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции»:
  -формирование наименования молочной продукции должно производиться строго с учетом положения раздела II;
  -дополнительные требования к маркировке молочной продукции содержатся в разделе XII, п. 67–96;
  - не допускается применение понятий «молочное», «сливочное», «пломбир» в наименовании маркировки мороженого, в состав которого входит ЗМЖ (п.84 раздела XII).

В целом, для переработки молока и производства молочной продукции применяется широкий спектр ингредиентов. Это и функциональные ингредиенты – пре- и пробиотики, витамины, минеральные вещества, и традиционные, применяемые в технологических целях:

- ингредиенты молочной и растительной природы для нормализации молока (сухое цельное и обезжиренное молоко, сухой обезжиренный молочный остаток, молочная пахта, белковые концентраты/гидролизаты – сывороточные белки, казеин, немолочные растительные белки, растительные жиры, заменители молочного жира и др.);
- пищевые добавки, обеспечивающие необходимый внешний вид и органолептические свойства продукта: улучшители консистенции (загустители, стабилизаторы, эмульгаторы), пищевые красители и цветорегулирующие вещества, ароматизаторы, вкусоформирующие вещества (подсластители, соленые вещества, пищевые кислоты, подщелачивающие вещества);
- пищевые добавки, предотвращающие микробиальную и окислительную порчу продуктов: консерванты (антимикробные химические и биологические средства) и антиокислители (антиоксиданты);
- пищевые добавки, необходимые в технологическом процессе производства продуктов питания: ускорители технологического процесса (как правило, ферментные препараты);
- улучшители качества пищевых продуктов (соли-плавители, соли-стабилизаторы; регуляторы кислотности).

**Таблица 1. Нормирование пищевых ингредиентов при производстве молочной продукции**

| Гигиенические нормативы применения | Пищевая продукция | Пищевая добавка (индекс Е) | Максимальный уровень в продукции |
|---|---|---|---|
| Приложение 3. Антислеживающие агенты (антикомкователи) | Сыры и их заменители (твердые, полутвердые, плавленые) нарезанные и тертые | | 10 г/кг |
| Приложение 4. Антиокислители | Сливки концентрированные, сухое молоко, плавленые сыры | Кверцетин, дигидрокверцетин – по отдельности или в комбинации | 200 мг/кг на жир продукта |
| | Сухое молоко для производства мороженого на молочной основе | Экстракты розмарина (Е392) в пересчете на сумму карнозола и карнозиновой кислоты | 30 мг/кг |
| Приложение 5. Вещества для обработки муки | Молочная сыворотка (сухая и жидкая) и продукты из нее, кроме сывороточных сыров | Перекись бензоила (Е928) | 100 мг/кг (л) |
| Приложение 6. Глазирователи | Корка зрелых сыров | Микрокристаллический воск (Е905ci) | 30 г/кг |
| | В составе пленок и покрытий для поверхностной обработки сыров и их оболочек | Поливиниловый спирт (Е1203) | согласно ТД |
| Приложение 8. Консерванты | Поверхностная обработка сыров и оболочек, а также в составе пленок и покрытий | Бензойная кислота (Е210) и ее соли бензоаты: бензоат натрия (Е211), бензоат калия (Е212), бензоат кальция (Е213) – по отдельности или в комбинации в пересчете на бензойную кислоту | согласно ТД |

**Таблица 1. Нормирование пищевых ингредиентов при производстве молочной продукции**

| Гигиенические нормативы применения | Пищевая продукция | Пищевая добавка (индекс Е) | Максимальный уровень в продукции |
|---|---|---|---|
| Приложение 8. Консерванты | Поверхностная обработка сыров и оболочек, а также в составе пленок и покрытий | Дегидрацетовая кислота (Е265), дегидрацетат натрия (Е266) – по отдельности или в комбинации в пересчете на дегидрацетовую кислоту | 5 мг/кг (остаточное количество в продукте) |
| | | Натамицин (пимарицин, дельвоцид) (Е235) | 1 мг/дм$^2$ в слое на глубину до 5 мм |
| | Сыры зрелые и плавленые – 12,5 мг/кг.<br>Творожные сыры и сливочные сыры (тип «маскарпоне») – 10 мг/кг | Низин (Е234) | |
| | Сыры твердые, полутвердые, мягкие – 50 мг/кг.<br>Заменители сыров на молочной основе – 50 мг/кг | Нитрат калия (Е252), нитрат натрия (Е251) – по отдельности или в комбинации в пересчете на $NaNO_3$ (остаточные количества) | |
| | Сыр и заменители сыра (для поверхностной обработки) – согласно ТД | Пропионовая кислота (Е280) и ее соли пропионаты: калия (Е283), кальция (Е282), натрия (Е281) – по отдельности или в комбинации в пересчете на пропионовую кислоту | |
| | Сыры свежие с наполнителями; сыры нарезанные ломтиками, расфасованные – 1 г/кг;<br>Сыры плавленые – 2 г/кг.<br>Сыры и их заменители (поверхностная обработка) – согласно ТД.<br>Творожные продукты, пасха – 1 г/кг.<br>Заменители сыров на основе белков – 2 г/кг.<br>Поверхностная обработка сыров и оболочек, а также в составе пленок и покрытий – согласно ТД | Сорбиновая кислота (Е200) и ее соли сорбаты: натрия (Е201), калия (Е202), кальция (Е203) – по отдельности или в комбинации, в пересчете на сорбиновую кислоту | |
| Приложение 15. Стабилизаторы, эмульгаторы, наполнители и загустители | Сливки стерилизованные; напитки на молочной основе; заменители сливок | Сахароглицериды (Е474), эфиры сахарозы и жирных кислот (Е473) – по отдельности или в комбинации | 5 г/кг |
| | Молокосодержащие напитки | Гемицеллюлоза сои (Е426) | 5 г/л |
| | Ферментированные молочные продукты, кроме неароматизированых, содержащих живые заквасочные микроорганизмы.<br>Десерты на молочной основе, в т.ч. мороженое и подобные продукты; плавленые сыры | Камедь кассии (Е427) | 2,5 г/кг |
| | Заменители молока и сливок | Полиоксиэтиленсорбитаны (эфиры полиоксиэтиленсорбитана и жирных кислот, твины):<br>полиоксиэтиленсорбитан (20) монолаурат (Е432, твин 20), полиоксиэтиленсорбитан (20) моноолеат (Е433, твин 80), полиоксиэтиленсорбитан (20) монопальмитат (Е434 твин 40), полиоксиэтиленсорбитан (20) моностеарат (Е435, твин 60), полиоксиэтилен (20) сорбитан тристеарат (Е436, твин 65) – по отдельности или в комбинации.<br>Сорбитаны, эфиры сорбита и жирных кислот, СПЭНы: сорбитан моностеарат (Е491, СПЭН 60), сорбитан тристеарат (Е492, СПЭН 65), сорбитан монолаурат (Е493, СПЭН 20), сорбитан моноолеат (Е494, СПЭН 80), сорбитан монопальмитат (Е495, СПЭН 40), по отдельности или в комбинации;<br>Эфиры полиглицерина и жирных кислот (Е475);<br>Эфиры пропиленгликоля и жирных кислот (Е477) | 5 г/кг |
| | Молоко стерилизованное – 1 г/л;<br>Молоко концентрированное с содержанием сухих веществ менее 28% – 1 г/л.<br>Молоко концентрированное с содержанием сухих веществ более 28% – 1,5 г/л.<br>Молоко сухое и сухое обезжиренное – 2,5 г/л.<br>Сливки пастеризованные, стерилизованные – 5 г/л.<br>Сливки взбитые и их заменители на растительном жире – 5 г/л.<br>Сыры молодые (за исключением сыра моцарелла) – 2 г/кг.<br>Сыры плавленые и их заменители – 20 г/кг.<br>Напитки на молочной основе шоколадные и ячменные – 2 г/кг.<br>Масло кислосливочное – 2 г/кг | Фосфорная кислота (Е338) и пищевые фосфаты: аммония (Е 342), калия (Е340), кальция (Е341, 542), магния (Е343), натрия (Е339).<br>Пирофосфаты (Е450), трифосфаты (Е451), полифосфаты (Е452) – добавленный фосфат по отдельности или в комбинации в пересчете на $P_2O_5$ | |

Согласно ТР ТС 029/012 Приложению 9 «Пищевая продукция, при производстве которой использование красителей не допускается», за исключением случаев, указанных в приложениях 10 и 11 для некоторых сыров и масла сливочного, не допускается использование красителей при производстве:

«...2) молоко пастеризованное или стерилизованное, шоколадное молоко не ароматизированное;

3) кисломолочные продукты, пахта не ароматизированные;

4) молоко, сливки консервированные, концентрированные, сгущенные не ароматизированные;

22) зрелые и незрелые сыры не ароматизированные...»

В Приложении 18 ТР ТС 029/2012 установлен перечень пищевых добавок, используемых «согласно ТД» для: сухого молока, сливок пастеризованных, сыров зрелых, в том числе нарезанных и тертых, сыров сывороточных, кислосливочного масла, не ароматизированных ферментированных продуктов из сливок, содержащих живые заквасочные микроорганизмы, или заменяющие их продукты с содержанием жира менее 20%.

*ИД «Формула»*

# Бизнес пищевых ингредиентов

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

## открыта подписка на 2016 год

**Стоимость годовой подписки (6 номеров)**

- **печатная версия +** электронная версия каждого номера в подарок! **3300 рублей**
- **электронная версия** приходит на Ваш e-mail раньше, чем типография начинает упаковывать тираж к отправке! **2400 рублей**

## Скидки

**10%** при оформлении подписки в ноябре

**20%** при оформлении 2 экземпляров подписки

**30%** при оформлении 3 экземпляров подписки

**40%** при оформлении 4 экземпляров подписки

**50%** при оформлении 5 и более экземпляров подписки

*Ваши филиалы и дистрибьюторы будут Вам благодарны!*

Просто и быстро оформить подписку можно по-разному:

- Запросить счет по телефонам +7(496)522-40-45, +7(915)334-70-03
- Скачать счет с нашего сайта www.bfi-online.ru, раздел «Подписка»
- Подписаться на Почте России через объединенный каталог «Пресса России». Подписной индекс 41555

**В каждом номере специальное приложение по отдельной отрасли пищевой промышленности**