ид «Формула»

www.bfi-online.ru

Бизнес пищевых ингредиентов

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

№ 1(46) февраль-март 2015

Завершение переходных периодов ряда технических регламентов: тревоги и опасения — ПРАВИЛА ИГРЫ — стр. 17

Аспекты производства молокосодержащих продуктов — ТРЕНД — стр. 20

Ingredients Russia 2015: вкус к развитию — ВЫСТАВКИ И КОНФЕРЕНЦИИ — стр. 32

Официальное издание Союза Производителей Пищевых Ингредиентов

Naturex открывает лабораторию в московском офисе

Вслед за открытием нового научно-исследовательского центра в головном офисе в Авиньоне (Франция) компания Naturex открыла прикладную лабораторию в московском офисе. Это явилось следствием возрастающего интереса к натуральной продукции компании со стороны российских производителей, а также благодаря пониманию руководством компании важности и необходимости технологической поддержки своих клиентов, особенно учитывая территориальные особенности России.

Naturex является одним из ведущих производителей и поставщиков натуральных специализированных ингредиентов для пищевой промышленности (красители, фруктово-овощные порошки, экстракты, пектины). Благодаря совместной работе офиса продаж и лаборатории менеджеры имеют возможность оперативно реагировать на запросы клиентов.

Лаборатория оснащена современным оборудованием, позволяющим производить практически все продукты или их модели в кухонных условиях. Это дает возможность технологам Naturex эффективно внедрять ингредиенты, разрабатывать новые рецептуры, оперативно отвечать на технические запросы клиентов. В течение года планируется проводить обучающие семинары и дни инноваций, где технологи Naturex будут делиться опытом, создавать и анализировать новые продукты с натуральными и полезными для здоровья ингредиентами.

Аналитическая часть лаборатории создана как для анализа качественных показателей продуктов и добавок, так и для проведения сравнительных анализов сырья, тестов на стабильность и длительность хранения. Благодаря прибору «ОксиПресс» появилась возможность анализировать течение окислительных процессов в пищевых продуктах.

Fazer развивает бизнес в России

Финская группа компаний Fazer намерена продолжить капиталовложение в свои заводы на территории России. Об этом заявил президент Fazer Group Кристоф Вицтум, передает РИА «Новости». «Компания уже инвестировала 230 млн евро в деятельность в России. Наша цель – продолжать расти, – сказал он. – Мы верим в возможности России, и Fazer хочет оставаться здесь».

У Fazer есть четыре производственные площадки в России – три в Санкт-Петербурге и одна в Москве. На этих заводах выпекается до 190 тыс. тонн хлеба в год. Выручка в 2014 году, по предварительным данным, составила около 12 млрд руб. (почти 15% всех доходов группы).

КОМПАНИИ, УПОМИНАЕМЫЕ В НОМЕРЕ:

Авангард ... 5
Азелис Рус ... 15
Айдиго ... 34
Академия-Т ... 9, 28, 38
Акваром ... 39
Алан Бартлетт и сыновья ... 41
Армор Протеинес ... 34
Аутспан Интернешнл ... 34
Балтийская группа ... 34, 38
Белый остров ... 34
Биофуд Спайс ... 34
Благо ... 9, 34
Бреннтаг ... 32
Букет ... 10
Бюлер АГ ... 36
Вик-Инвест ... 4
Волжские зори ... 8
Волжский терминал ... 10
Восточная снековая компания ... 41
Восход ... 36

Продолжение на стр. 15

ОСТРО!

Тамара Коткова,
эксперт по техническому регулированию СППИ

«Основные проблемы подтверждения соответствия пищевых добавок и технологических вспомогательных средств: на неопределенный период на однотипную продукцию будут действовать два документа, подтверждающих соответствие требованиям ТР – свидетельство о государственной регистрации

стр. 17

В НОМЕРЕ:

Российские новости ... 4
Зарубежные новости ... 6
Новости компаний ... 8
Актуально ... 12
Тренд ... 20
Инновации ... 24
Выставки и конференции ... 32
Новый ассортимент ... 38
Бизнес индустрии снеков ... 41
Актуально. Прямая речь ... 42
Тренд ... 45
В помощь технологу ... 55

ид «Формула» СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ

Бизнес индустрии снеков и продуктов быстрого приготовления

стр. 41

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

ЧИТАЙТЕ В НОМЕРЕ

ОТ РЕДАКТОРА

Курс на импортозамещение

Сегодня на российском рынке пищевых ингредиентов основная часть предложения – это продукция импортного производства. Импортозависимость рынка в значительной степени влияет на развитие отечественного пищевого производства, а после изменения экономической ситуации в стране в связи с ростом курса иностранной валюты пищевые предприятия попали в довольно сложную ситуацию.

Развитие отечественного производства пищевых микроингредиентов стало актуальнейшей задачей. Было принято решение о подготовке Программы развития производства микроингредиентов на период до 2025 года, которая осуществляется Союзом производителей пищевых ингредиентов и ВНИИ пищевых добавок. В основу проекта Программы положена Концепция развития отечественного производства пищевых микроингредиентов, разработанная ВНИИПД на период до 2025 года.

В результате реализации Программы предусмотрено поэтапное увеличение числа предприятий – производителей пищевых микроингредиентов к 2020 году – в 1,5 раза, к 2030 году – в 2 раза; суммарное увеличение объема производимых в России пищевых микроингредиентов на 100%; снижение на 30–40% объемов импортных закупок к 2020 году, и на 70–80% к 2025 году. Подробно о Программе читайте на стр. 12-14.

Наш журнал отражает ситуацию на рынке, в этом номере представлено больше импортной продукции – такие ингредиенты, как какао-продукты Olam Int. (стр. 24), специализированные жиры ААК (стр. 27), дрожжевые экстракты Bio Springer (стр. 28) и др. Российская продукция также представлена в журнале, например, заменители молочного жира ГК «ЭФКО» (стр. 20) и др.

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

АКТУАЛЬНО

Татьяна Никифорова, Дмитрий Кулёв, Алексей Нечаев, Полина Семенова. Развитие отечественного производства микроингредиентов – комплексное решение вопросов импортозамещения для пищевой и перерабатывающей промышленности 12

АКТУАЛЬНО. Правила игры

Тамара Коткова. Завершение переходных периодов ряда технических регламентов на пищевую продукцию: тревоги и опасения 17

ТРЕНД

Виктор Капранчиков. Аспекты производства молокосодержащих продуктов 20

Вячеслав Колесников. Спортивное питание: специализированные ингредиенты определяют качество 22

ИННОВАЦИИ

На фронте какао-продуктов грядут большие перемены! 24

Встречаем будущее с «чистой этикеткой» 27

Дрожжевые экстракты Bio Springer 28

МИРОВОЙ ОПЫТ

Мария Рекун. Функциональные продукты: тенденции и перспективы 30

ВЫСТАВКИ И КОНФЕРЕНЦИИ

Ingredients Russia 2015: вкус к развитию 32

«Продэкспо-2015»: зеленый свет российскому производителю 34

Modern Bakery Moscow 2015 – главная выставка для хлебопеков и кондитеров 36

НОВЫЙ АССОРТИМЕНТ 38

СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ

Бизнес индустрии снеков и продуктов быстрого приготовления . 41

АКТУАЛЬНО. Прямая речь

Снеки – продукты современного образа жизни 42

ТРЕНД

Константин Власов. Глобальный рынок снеков: современные тенденции 45

Екатерина Калачева. Российские снеки: верность традиционным вкусам 48

Дмитрий Будько. Орехи: ситуация на рынке 50

В ПОМОЩЬ ТЕХНОЛОГУ

Нормирование пищевых ингредиентов в снековых продуктах 55

Contents

TOPICAL

Tatiana Nikiforova, Dmitry Kulyov, Alexei Nechayev, Polina Semenova. Development of domestic production of micro-ingredients – complex solution for import for food and processing industry 12

REGULATION

Tamara Kotkova. The end of the transitional period of some of technical regulations for food products: anxiety and fear 17

TREND

Victor Kapranchikov. Aspects of production for milk products . . 22

Vyacheslav Kolesnikov. Sports Nutrition: specialized ingredients determine the quality 22

INNOVATIONS

On the market for cocoa products big changes are coming! 24

Meet the future with «clean label» 27

Yeast extracts Bio Springer 28

WORLD EXPERIENCE

Maria Rekun. Functional foods: Trends and Prospects 30

EXHIBITIONS & CONFERENCES

Ingredients Russia 2015: taste for development 32

«Prodexpo-2015»: a green light to Russian manufacturer 34

Modern Bakery Moscow 2015 - the leading trade fair for bakers and confectioners 36

NEW PRODUCTS 38

Special Supplement

Business of the snack and instant food industry 41

INTERVIEW

Snacks – products of modern lifestyles 42

TREND

Konstantin Vlasov. Global snack market: current trends 45

Catherine Kalacheva. Russian snacks: fidelity to the traditional tastes 48

Dmitry Bud'ko. Nuts: the market situation 50

FOR TECHNOLOGISTS

Rationing of food ingredients in snacks 55

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

www.agroprodmash-expo.ru

АГРО ПРОД МАШ

20 ЛЕТ
ВМЕСТЕ К УСПЕХУ

ufi Approved Event
ТПП РФ
Expo Rating

5–9 октября 2015

«АГРОПРОДМАШ-КОМПЛЕКТ-2015»

7-я международная выставка-салон
«Комплектующие, агрегаты и материалы для пищепрома»

ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ*

* Согласно Общероссийскому рейтингу выставочных мероприятий 2012–2013 гг. Подробнее о рейтинге – на сайте www.exporating.ru

Реклама 12+

Организатор:
ЭКСПОЦЕНТР МОСКВА

При поддержке:
Министерства сельского хозяйства РФ

Под патронатом:
Торгово-промышленной палаты РФ

Генеральный информационный партнер:
ПРОДИНДУСТРИЯ

Информационный партнер:
ПИЩЕПРОМАШ
издательство ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

Официальный интернет-партнер:
oborud.info

КОРОТКО

- **«Вик-Инвест»** запустила новое кондитерское производство в Пензенской области. При выходе на полную мощность оно будет выпускать до 45 тыс. тонн шоколадных конфет.
- **«Очаково»** – Московский пивобезалкогольный комбинат запустил производство натуральных соков. «Очаково» планирует занять 10% сокового рынка Москвы, объем которого в 2014 году составил 3 млрд л.
- **Семикаракорский сырзавод** завершил строительство цеха плавленых сыров мощностью 1500 тонн в год и холодильной камеры на 500 тонн хранения. Стоимость проекта – 32 млн руб.
- **«Липецкхлебмакаронпром»** переименован в «Лимак». Именно под этой торговой маркой предприятие реализовывает свою основную продукцию. Теперь это наименование будет носить и компания.
- **«Камский Бекон»** в апреле запустит новый мясокомбинат в Набережных Челнах. Стоимость оборудования для завода – 14 млн евро, инвестиции в проект – 3,2 млрд руб. С пуском завода компания увеличит объем производства до 30 тонн в сутки.
- **Кореновский молкомбинат** построит в 2015 году вторую очередь фабрики мороженого. Инвестиции в проект составят 340 млн руб. Проектная мощность завода – 14,4 тыс. тонн продукции в год.
- **«Светлый путь»** планирует построить до конца года в Липецке молзавод стоимостью 250 млн руб., мощностью 60–80 тонн продукции в сутки. Завод будет производить полную линейку продуктов из молока.
- **«Ярославский завод напитков»** в 2016 году построит завод по производству безалкогольных и функциональных напитков, минеральной воды в Ярославской области. Объем инвестиций в проект составит 800 млн руб.

ЦИФРЫ И ФАКТЫ

В правительстве одобрили проект закона о запрете продуктов с ГМО

Комиссия Правительства РФ по законопроектной деятельности одобрила проект закона, запрещающий выращивать и разводить растения, содержащие генно-модифицированные организмы (ГМО), сообщается на сайте кабмина. «Законопроектом устанавливается запрет на выращивание и разведение генно-инженерно-модифицированных растений и животных на территории России, за исключением их использования для проведения экспертиз и научно-исследовательских работ», – говорится в сообщении.

Правительство, согласно документу, будет наделено правом запрещать ввозить в Россию продукцию с ГМО на основе данных мониторинга. Кроме того, документом предлагается ввести административную ответственность за использование ГМО с нарушением разрешенного вида и условий использования.

Завод по выпуску картофельного крахмала построят в Курской области

«Межрегиональная агропромышленная компания» построит в Курской области новое предприятие по переработке картофеля, которое будет производить крахмал и замороженную продукцию, сообщает Fruitnews.ru. Инвестиции на реализацию проекта составят приблизительно 300 млн руб. Предприятие будет выпускать около 40–50 тыс. тонн картофельного крахмала в год. При этом компания намеревается вложить в проект только 20% собственных средств, а остальные 80% (от общих 300 млн руб.) взять взаем.

Объем продаж клейковины на российском рынке продолжит расти

По прогнозам экспертов компании BusinesStat, в 2014–2018 годах объем продаж клейковины на российском рынке продолжит расти на 5,3–13,2% в год. В 2018 году он составит 15,82 тыс. тонн, что превысит уровень 2013 года на 60,5%. Объем спроса на клейковину в России растет не такими быстрыми темпами, как в странах с развитой агропромышленной индустрией, таких как США, Китай, Бельгия, Нидерланды, Франция и др. Основная причина, препятствующая росту российского рынка пшеничного глютена, – его дороговизна.

По данным компании BusinesStat, за пять лет спрос на клейковину в России вырос на 35,5% – с 14,31 тыс. тонн в 2009 году до 19,39 тыс. тонн в 2013 году. В 2009 году продукция на рынке реализовывалась преимущественно через внутреннюю торговлю, на долю которой приходилось 59,3% общего спроса, на долю экспортных поставок приходились оставшиеся 40,7%. В 2010–2012 годах наибольшую долю в структуре спроса на данную продукцию занимали экспортные поставки. Максимальная доля экспорта в эти годы наблюдалась в 2011 году – 56,5%, а минимальная – в 2012 году (53,9%). В 2013 году внутренние продажи немного превысили объемы глютена, предназначенного для экспорта. В 2013 году на долю внутренних продаж приходилось 50,8% спроса, а на долю экспорта – 49,2%.

С 2009 по 2013 год натуральный объем продаж клейковины в России увеличился на 16,2% – с 8,48 до 9,86 тыс. тонн. Сокращение показателя относительно предыдущих лет наблюдалось только в 2010 году – на 6,5%. Основной причиной снижения внутренних продаж послужило сокращение спроса на импортную продукцию, на долю которой приходилось порядка 30% российских продаж. В 2010 году в страну было завезено 2,53 тыс. тонн глютена, что меньше объема поставок 2009 года на 0,78 тыс. тонн, или на 23,6%. В свою очередь сокращение импортных поставок было обусловлено увеличением средней цены импорта. В 2010 году цена импорта составила 40,5 руб. за кг, что превысило показатель 2009 года на 26,3%.

В Тюмени запустят завод по глубокой переработке пшеницы

В Тюменской области до конца 2016 года будет построен завод по глубокой переработке пшеницы общей стоимостью 3,8 млрд руб. За счет запуска нового производства в регионе появится 200 рабочих мест.

Как сообщает ТАСС, первая очередь нового производства будет запущена до конца этого года. Завод будет перерабатывать пшеницу в кормовые продукты (лизин, глютен и белково-витаминный минеральный концентрат), а также производить лимонную кислоту, глюкозно-фруктозный сироп, фруктозу, глюкозу кристаллическую, патоку, крахмал.

Начато производство гранулированных грибов в Томской области

На территории Томской области начато промышленное производство гранулированных грибов. По информации РИА «Новости», ООО «Научно-производственное предприятие «Эталон» начало переработку грибов в гранулы, которые предназначены для дальнейшего использования в пищевой промышленности. Продукция производится прямо в местах приемки и заготовки дикорастущей продукции в Томской области. Причем, если зарубежные конкуренты НПО «Эталон» гранулируют только белые грибы, то российское предприятие намерено значительно расширить данный ассортимент.

В 2015 году НПО «Эталон» планирует значительно увеличить выпуск продукции, а также объемы экспортных поставок на внешние рынки. Компания начинает плотно работать с Китаем, Германией, Турцией и в ближайшем будущем планирует выйти на серьезные объемы поставок.

ЦИФРЫ И ФАКТЫ

В Калужской области строится завод глюкозно-фруктозных сиропов

Завод по глубокой переработке пшеницы в Калужской области планируют запустить в 2015 году. Проектная мощность предприятия оценивается в 250 тыс. тонн пшеницы в год. Конечными продуктами будущего завода станут глютен, крахмал, кормовые добавки, сорбитол, глюкозный и фруктозный сироп и моногидрат декстрозы.

Планируется, что при запуске на полную мощность калужский завод будет выпускать 85,4 тыс. тонн фруктозного сиропа, 4,5 тыс. тонн глюкозного сиропа, 5,6 тыс. тонн моногидрата декстрозы, 13,2 тыс. тонн сорбитола, 18,5 тыс. тонн глютена, 10 тыс. тонн крахмала.

Крупное производство сухого молока откроется в Кирове

На Кировском молочном комбинате появится крупное производство сухого молока, сообщает Candynet.ru. По словам генерального директора комбината Василия Куприяновича, цех будет оснащен самым современным оборудованием, на строительство будет потрачено свыше 160 млн руб., оборудование обойдется гораздо дороже – более чем в 3,7 млн евро.

Запуск цеха намечен на первое полугодие 2016 года. После этого кировский завод сможет конкурировать с белорусскими производителями по поставкам сухого молока. Данная продукция Кировского молочного комбината будет востребована не только в Кировской области, но и за ее пределами. Дефицит сухого молока есть в соседних регионах – Нижегородской области, Республиках Коми и Чувашии, Архангельской и Костромской областях, Пермском крае. Также будут возможны поставки в Москву, Санкт-Петербург и Сибирь.

Динамика импорта пальмового масла

Согласно прогнозу аналитиков ИА «АПК-Информ», в сезоне 2013/14 внутреннее потребление пальмового масла в России составило около 650 тыс. тонн, что на 13% меньше рекордного показателя предыдущего сезона – 750 тыс. тонн (по оценке ИА «АПК-Информ»). Столь высокий показатель по итогам сезона 2012/13 был обусловлен ростом объемов производства в РФ маргариновой продукции, а также жиров специального назначения, при производстве которых используется пальмовое масло.

По данным GRC, после значительного снижения объемов импорта пальмового масла в 2011 году рост объемов в натуральном выражении за последние два года составил более 27%. Максимальный рост приходится на 2010 год, когда объемы поставки пальмового масла увеличились более чем на 40% по отношению к показателю предыдущего года.

В структуре импорта пальмового масла в Россию значительная доля принадлежит азиатским странам, таким как Индонезия и Малайзия. На эти страны приходится около 90% всего импортированного пальмового масла, как в денежном, так и в натуральном выражении. Основными получателями импортируемого пальмового масла в России являются группы компаний «ЭФКО», «НМЖК» и «Солнечные продукты», на которые приходится около 75% общих закупок пальмового масла.

Производителей могут обязать указывать процентное содержание ингредиентов в пищевых продуктах

Производителей хотят обязать указывать на этикетках состав продуктов не просто в виде перечисления ингредиентов, а с их процентным соотношением. Для этого предлагается изменить закон о защите прав потребителей, соответствующий документ внесен на рассмотрение в Госдуму.

Сейчас ингредиенты на упаковке продукта указываются в порядке убывания. Например, на плитке шоколада российского производства указано: «Состав: сахар, какао тертое, какао-масло, стабилизатор, спирт, эмульгаторы, соль, ароматизатор». При этом непонятно, насколько велик разрыв между указанными ингредиентами. Сколько в шоколадке какао – 70, 40 или 10%? Покупатель должен знать, сколько, например, сахара в газировке или мяса в колбасе.

Это важно знать потребителю. От этой информации зависит, во-первых, цена. А во-вторых, данные о точном соотношении продуктов нужны людям с хроническими заболеваниями – диабетикам, аллергикам, да просто всем, кто хочет вести здоровый образ жизни. По мнению депутатов, похожим образом в настоящее время пересматриваются правила маркировки продуктов во многих странах мира.

Инициаторы изменений уверены, что предлагаемый «процентный» подход не раскроет секретов производства, зато поможет потребителям в выборе качественных продуктов.

Продажи пшеничного крахмала значительно вырастут

По прогнозам BusinesStat, в период 2014–2018 годов продажи пшеничного крахмала на российском рынке будут расти на 10–19% в год. В 2018 году они составят 13 тыс. тонн, что превысит уровень 2013 года почти в 2 раза.

В ближайшие годы доля пищевой индустрии в продажах пшеничного крахмала будет расти, особенно активно будет увеличиваться потребление в хлебопекарной отрасли. Также активно будет расти спрос на данную продукцию со стороны производителей замороженных хлебопродуктов, рынок которых стремительно растет.

По данным компании BusinesStat, пшеничный крахмал на российском рынке практически в полном объеме реализуется через внутреннюю торговлю, на долю которой в среднем в период 2009–2013 годов приходилось 99,9% общего спроса. Объемы экспортных поставок в рассматриваемые годы были незначительны.

КОРОТКО

- **«Мон'дэлис Русь»** приступила к строительству завода в Новосибирске. Общая стоимость проекта – 110 млн долл. Завод будет запущен в октябре 2015 года, на полную проектную мощность (50 тыс. тонн готовой продукции в год) должен выйти до конца 2020 года.
- **«Уфамолгорзавод»**, который строился полтора года, начал выпуск продукции. На полную проектную мощность он выйдет в 2019 году. Предприятие будет выпускать молоко, кисломолочные продукты и творог. Плановая мощность переработки – 150 тонн молока в сутки. Объем общих инвестиций в проект – 500 млн руб.
- **ООО «Курское молоко»** совместно с банком ВТБ реализует инвестиционный проект по запуску нового производства кондитерских изделий. В рамках проекта будут приобретены две производственные линии и вспомогательное оборудование. Его общая стоимость составит 142 млн руб.
- **ООО «Спасский продукт»** – новый совместный проект правительства Пензенской области и самарского холдинга «Синко» – будет специализироваться на производстве яблочного пюре, натуральных соков и концентратов соков. Мощность переработки завода составит 15–20 тыс. тонн яблок в год.
- **Завод томатной пасты** будет построен в Черноярском районе Астраханской области, он будет выпускать около 50 тыс. тонн томатной пасты ежегодно с перспективой увеличения выработки до 100 тыс. тонн продукции.
- **PepsiCo** планирует запустить завод по производству чипсов в г. Бердске в следующем году. Предприятие будет производить картофельные чипсы и другие снеки. Сырье для переработки будет закупаться у алтайских аграриев.

ЦИФРЫ И ФАКТЫ

В ЕС запрещают продукты питания, произведенные с применением нанотехнологий

Комитет по проблемам окружающей среды при Европейском парламенте наложил мораторий на использование и продажу в ЕС продуктов питания, произведенных с применением нанотехнологий. Мораторий будет действовать до тех пор, пока Европейское управление безопасности пищевых продуктов (European Food Safety Authority) не разработает критерии оценки рисков для нанопродуктов. Таковыми было решено считать продукты питания, на 10% состоящие из наночастиц (а не 50%, как предлагала Еврокомиссия).

Спектр возможного применения нанотехнологий в пищевой индустрии довольно широк – от повышения усвояемости питательных веществ и усиления вкусовых характеристик до устранения патогенов и нежелательных химических элементов. Кроме того, наночастицы могут применяться в упаковке для предотвращения порчи продуктов.

Также Европарламент принял решение обязать производителей мяса и молочной продукции, полученных от клонированных животных, информировать об этом покупателей.

Кроме того, парламентарии разрешили продавать в ЕС традиционную еду из других стран, не представленную на европейском рынке, если существуют доказательства безопасного использования таких продуктов питания на протяжении как минимум 25 лет. К такой еде относятся, например, насекомые, употребляемые в пищу в ряде африканских и азиатских стран.

Индонезия и Малайзия увеличивают производство пальмового масла

Производство и экспорт пальмового масла в Индонезии в сезоне 2014/15 вырастет, сообщает Ukragroconsult. USDA Attache прогнозирует, что в сезоне 2014/15 (октябрь-сентябрь) производство пальмового масла в Индонезии составит 33,5 млн тонн против 31,0 млн тонн в прошлом году. По сравнению с предыдущим периодом, оценка производства не изменилась. Оценка объема экспорта также осталась на прежнем уровне – 22,0 млн тонн против 20,4 млн тонн в прошлом году.

В 2014 году производство пальмового масла в Малайзии выросло на 4,6%, сообщает Ukragroconsult. По данным Малазийского Совета по пальмовому маслу, за период январь-ноябрь 2014 года производство пальмового масла в стране достигло 18,3 млн тонн. За аналогичный период прошлого года объем производства пальмового масла составил 17,5 млн тонн.

Экспорт масла за данный период сократился на 5% до 15,8 млн тонн против 16,6 млн тонн. Основными направлениями поставок масла из Малайзии являются Индия, Китай и ЕС.

В мире растет дефицит шоколада

Крупнейшие в мире производители шоколада – компании Mars и Barry Callebaut – объявили, что начинается самый долгий за всю историю период дефицита шоколада в мире, сообщает Foodmarkets.ru.

Производство шоколада каждый год сокращается, а потребление растет. В прошлом году в мире было съедено на 70 тыс. тонн больше шоколада, чем произведено. К 2020 году эта разница может достичь миллиона тонн, а уже к 2030 году настоящий шоколад может стать редкостью и предметом роскоши. Причина этого – неблагоприятные погодные условия в Восточной Африке, где выращивается около 70% мирового урожая какао-бобов. Из-за сухой жаркой погоды и болезней урожайность какао снизилась на 30–40%, и многие фермеры переходят на выращивание более выгодных культур. Другая причина надвигающегося дефицита шоколада – растущая популярность горького и темного шоколада, требующих гораздо больше какао-продуктов, чем молочный шоколад.

Экспорт фисташек из Ирана увеличивается

Экспорт иранских фисташек досиг 1 млрд долл., сообщил Мохаммед Али Тахмасби, заместитель министра Сельскохозяйственного джихада по вопросам садоводства Ирана. Причем основными регионами потребления выращенных в стране фисташек являются азиатские страны (в основном Китай и Индия). Об этом информирует Iran.ru.

За 9 месяцев (с 21 марта по 21 декабря 2014 года), по данным Али Мохсени, директора департамента по производству фруктов умеренной зоны, орехов и сухофруктов Министерства сельскохозяйственного джихада Ирана, на внешние рынки были отправлены 134 тыс. тонн иранских фисташек. Причем около половины общего объема экспорта иранские экспортеры поставили на китайский рынок. При этом общий объем производства фисташек в стране достигнет 235 тыс. тонн, что на 17% больше, чем в более раннем периоде.

Али Мохсени также уточнил, что денежное выражение экспорта в размере 134 тыс. тонн составило 1,2 млрд долл., что на 75% больше, чем в период с 21 марта по 21 декабря 2013 года. Увеличение в количественном показателе достигло 70%. К концу иранского календарного года (20 марта 2015 года) руководитель сельскохозяйственного департамента ожидает общего денежного выражения поставок в 1,5 млрд долл. Фисташковые сады в Иране занимают площадь в 368 тыс. га сельскохозяйственных угодий, что больше, чем в других странах-производителях. В то же время специалисты рынка ожидают, что по итогам года производители фисташек в США смогут произвести на 10% больше продукции, чем в Иране.

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

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

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

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

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

Арт-директор
Леонид Краевский
Корректор
Марина Чуланова

Информационные партнеры:

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

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

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

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

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

Мнение авторов не всегда совпадает с точкой зрения редакции.

Редакция не несет ответственности за достоверность рекламных материалов.

Журнал распространяется во всех регионах России

ПО ПОДПИСКЕ
- персональной адресной рассылкой
- подписка за рубежом:

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

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

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

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

ЦИФРЫ И ФАКТЫ

Рекорд по сделкам по слиянию и поглощению

В мировой пищевой промышленности в прошлом году зафиксировано рекордное количество сделок по слиянию и поглощению, отмечается в докладе Zenith International. По данным компании, в 2014 году в производстве пищевых продуктов и напитков среди крупнейших мировых компаний прошло 563 операции по слиянию и поглощению на 1 млрд долл., это в 2,5 раза больше числа сделок, чем в 2011 году.

Суммарный объем 35 сделок, которые оценивались более чем в 1 млрд долл., составил 108 млрд долл., что на 19% меньше, чем суммарный объем 30 крупнейших аналогичных операций в 2013 году, но на 24% больше, чем 26 крупнейших поглощений в 2012 году.

Coca-Cola, Danone, Anheuser-Busch InBev и DS Services – четыре наиболее активные компании 2014 года, каждая из них совершила шесть или более поглощений. Lactalis, Diageo, Friesland Campina, Coca-Cola Bottling Co Consolidated и BBX Capital сделали по пять покупок. Nestlé и Coca-Cola совершили более пяти сделок, Unilever – четыре, BASF, Cargill и Constar – по три.

По данным Zenith International, в прошлом году 909 компаний из 75 стран совершали подобные финансовые операции, в США и Великобритании было зарегистрировано наибольшее их количество.

Преодолев негативную тенденцию 2013 года, американские компании сделали на 11 продаж больше, чем покупок, в то время как британские компании совершили на 8 покупок больше, чем продаж. Франция была крупнейшим нетто-покупателем (+16), Австралия/Новая Зеландия – крупнейшим нетто-продавцом (-16).

Изменения в тройке лидеров мирового бизнеса какао-продуктов

Бизнес по переработке какао, принадлежащий компании Archer Daniels Midland Co. (ADM) будет продан фирме Olam Cocoa за 1,3 млрд долл. Таким образом, Olam займет место в тройке крупнейших мировых производителей какао-продуктов.

В сентябре 2014 года покупателем другого направления – шоколадного бизнеса ADM – была объявлена корпорация Cargill, по соглашению с которой компания получит 440 млн долл. Сделка с Olam Cocoa предусматривает переход под ее управление фабрик по переработке какао в Канаде, Нидерландах, Германии, Бразилии, Кот д'Ивуаре, Индонезии, а также передачу прав на бренды UNICAO и deZaan.

Представители ADM сообщают, что сделка с Olam никак не повлияет на соглашение по продаже шоколадного производства фирме Cargill.

Европа значительно увеличила экспорт сухого молока

Удешевление евро стало причиной роста цен на внутреннем рынке ЕС, а также сделало европейский продукт более привлекательным на мировом рынке. По последним данным статистики, экспорт СОМ из европейских стран увеличился на 58% в 2014 году по сравнению с предыдущим годом (586 тыс. тонн), сообщает Infagro.com.ua.

Несмотря на неплохие показатели торговли в ЕС, излишки товара продолжают оказывать влияние на рынок, ведь производство было заметно увеличено.

TATE & LYLE

Оптимальная рецептура обеспечит быстрый успех на рынке

Добро пожаловать на Tate & Lyle Food Systems

Мы являемся ведущим производителем индивидуально подобранных стабилизационных систем для пищевой промышленности.

Вам необходимы новые идеи, быстрые и надежные решения? Наши специалисты, обладающие обширными знаниями и многолетним опытом в области разработки оптимальных рецептур, помогут Вам создать и успешно вывести на рынок новые и привлекательные продукты.

Мы стремимся обеспечить Вашим продуктам более высокую рентабельность и конкурентоспособность.

За подробной информацией обращайтесь к нам:
тел. +7 495 269 25 01, +7 495 269 25 02
e-mail: info.moscow@tateandlyle.com

www.yourfoodsystems.com

© 2015 Tate & Lyle

■ **ООО «Пищевые Ингредиенты»**, крупнейший актив ГК «ЭФКО» на Юге России, заняло 44-ю строчку в ежегодном рейтинге крупнейших компаний Южного федерального округа России «Эксперт Юг-250». Рейтинговое агентство «Эксперт РА» в восьмой раз опубликовало рейтинг крупнейших компаний Южного федерального округа России по объему реализации продукции – «Эксперт Юг-250» (методика рейтинга получила положительное заключение компании Price water house Coopers Audit). По данным «Эксперта», по итогам 2013 года их суммарный объем реализации составил 3,38 трлн руб., или на 16,4% больше, чем в 2012 году. Участие в рейтинге не имеет отраслевого ограничения – в него входят компании, представляющие почти все сферы экономики Южного федерального округа России. Место в рейтинге определялось путем их ранжирования по объему реализации продукции в 2013 году. ООО «Пищевые Ингредиенты» является на сегодняшний день самым современным производством масложировой продукции в Восточной Европе. Мощности завода позволяют выпускать до 300 тыс. тонн в год жиров специального назначения и маргариновой продукции. География экспортных поставок охватывает более 10 стран. По итогам 2013 года, по данным «Эксперт РА», выручка компании составила 15 934,60 млрд руб.

■ **ЗАО «Мономах»** планирует создать на территории Астраханской области предприятие по выпуску томатной пасты, сообщает Interfax-Russia.ru. Общая сумма инвестиций в предприятие составит около 10 млрд руб. В выращивание индустриальных томатов для производства томатной пасты планируется вложить около 6 млрд руб., в переработку – 4,6 млрд руб. Проектом планируется привлечение кредитных средств в сумме более 3,5 млрд руб. Проектная мощность нового предприятия, как ожидается, составит 100 тыс. тонн томатной пасты ежегодно.

Непосредственной реализацией данного проекта займутся «дочки» ЗАО «Мономах» – ООО «Волжские зори» и ООО «Пищевой комбинат». Ожидается, что ввод в эксплуатацию нового предприятия сможет заместить около 30% поступающего в Россию импорта.

■ **ОАО «Нижегородский масложировой комбинат»** рассчитывает привлечь средства федерального бюджета для проведения реконфигурации производства в Нижнем Новгороде. Для проекта необходимы инвестиции в размере около 120 млн долл., передает пресс-служба правительства региона слова губернатора области Валерия Шанцева. Министр сельского хозяйства РФ пообещал выделить в 2015 году средства на оснащение перерабатывающих предприятий новыми технологиями и оборудованием, и НМЖК планирует попасть в эту программу.

■ **«Инфорум Какао»** получила сертификат «Импортер года 2014». Национальный Бизнес-Рейтинг провел церемонию награждения лидеров экономики страны. Компания «Инфорум Какао» получила сертификат «Импортер года 2014» – Золото рейтинга в ТОП–50 среди импортеров Российской Федерации по группе «Какао и продукты из него – какао-порошок без добавок сахара или других подслащивающих веществ».

■ **Barry Callebaut** в ближайшее время намерена увеличить объемы выпуска на своей шоколадной фабрике в польском Лодзе, построенной около 20 лет назад в Особой экономической зоне. На предприятии будут установлены две дополнительные современные технологические линии. Инвестиции оцениваются в 23 млн евро, будет создано 80 новых рабочих мест.

Первая шоколадная продукция, произведенная на новом оборудовании, должна появиться летом 2015 года.

По словам члена совета директоров Barry Callebaut Manufacturing Polska Филиппа Шоллера, расширение шоколадной фабрики в Лодзе является жизненно важным элементом стратегического плана развития Barry Callebaut в Центральной и Западной Европе, что позволит фирме занять лидирующую позицию на рынке.

■ **Glanbia Ingredients Ireland (GII)** официально открыла новое производство молочного белка на существующем предприятии в Вирджинии, графство Каван. Расширение производства в Вирджинии было специально разработано для удовлетворения роста мирового спроса на качественные ингредиенты из молочного белка.

GII, ведущий производитель молочных ингредиентов в Ирландии, имеет амбициозные планы роста. GII в настоящее время инвестирует 200 млн евро в новые разработки и расширение инноваций через инвестиционную программу Enterprise Ireland. Благодаря этой программе в новый завод в Вирджинии было вложено 7,8 млн евро, производственная мощность предприятия была увеличена более чем в два раза с 4 тыс. до 10 тыс. тонн.

■ **Nactis Flavours,** ведущий французский поставщик пряноароматического сырья и вкусоароматических ингредиентов, приобретает Robertet Savoury, бельгийский филиал Robertet Group.

Это уже седьмая покупка Nactis Flavours с 2001 года, первая за пределами Франции, в рамках стратегии дальнейшего укрепления базы промышленных клиентов, освоения новых регионов, расширения ассортиментного портфеля.

Robertet Savoury, расположенная недалеко от Антверпена, специализируется на производстве вкусоароматических компонентов на основе гидролиза растительных белков, предназначенных в первую очередь для производства супов, соусов, приправ и других готовых блюд. Robertet Savoury продает свою продукцию в Бельгии, Нидерландах, Германии, странах Северной Европы, Испании, Италии и к югу от Сахары (Нигерия, Сенегал). Доходы компании в 2014 году составили 14 млн евро.

Robertet Savoury поменяет свое название на Nactis Benelux.

■ **Mane**, французский производитель ароматизаторов, приобрел контрольный пакет акций индийской компании Kancor Ingredients Limited. Президент и главный исполнительный директор Mane Жан М. Ман отметил: «Я рад сделке по приобретению контрольного пакета акций фирмы Kancor – нашего давнего партнера. Это соответствует стратегии развития нашего бизнеса натуральных сырьевых материалов».

Kancor Ingredients Limited, расположенная в Мумбаи, была основана более 150 лет назад в 1857 году и является семейной компанией на протяжении нескольких поколений, как и компания Mane. Компания производит натуральные красители, эфирные масла, масла специй, ментол и ингредиенты из мяты.

■ **Zeelandia** и **Fine Organics Launch** создали совместное предприятие Fine Zeelandia в Индии при соотношении капитала 50/50. Fine Organics была дистрибьютором Zeelandia в Индии с 2001 года. Создание совместного предприятия означает, что Zeelandia теперь постоянно присутствует во всех пяти странах БРИКС.

Fine Zeelandia будет базироваться в Мумбаи. Предприятие будет поставлять в Индию и на соседние рынки сухие и жидкие ингредиенты для выпечки, большинство из которых будет производиться на местном уровне. В сотрудничестве с региональными дистрибьюторами совместное предприятие будет обслуживать клиентов по всей стране, а также в Шри-Ланке, Бангладеш и Непале.

■ Холдинг **«Солнечные продукты»** повышает эффективность производства. На старте внедрения «Кайдзен-проектов» на четырех предприятиях Холдинга уже удалось достичь экономического эффекта в размере 7 млн руб., сообщает Oilworld.ru. В течение года планируется увеличить этот показатель в 6 раз. На первом этапе реализации проекта основным направлением повышения эффективности производственных процессов стало сокращение потерь сырья и простоев оборудования.

«Помимо экономической выгоды от внедрения философии «Кайдзен», мы стремимся трансформировать производственную культуру на наших предприятиях, вовлекая в этот процесс все большее число сотрудников. – отметил Олег Петровский, операционный директор холдинга «Солнечные продукты». – Эта трансформация позволит снижать производственные потери, совершенствовать технологии, повышать эффективность и конкурентоспособность бизнеса в целом на принципах непрерывных улучшений – сути философии «Кайдзен».

■ **Frutarom Industries Ltd.**, один из 10 крупнейших мировых производителей вкусоароматических и специальных ингредиентов, продолжает реализацию своей стратегии быстрого и прибыльного роста. Компания объявила о приобретении 100% акций испанской Ingredientes Naturales Seleccionados SL (Ingrenat) за 8 млн долл. (7 млн евро) плюс до 1,1 млн долл. (1 млн евро) от доходов 2015 года.

Ingrenat специализируется в области исследований и разработок, производства, продаж и маркетинга натуральных экстрактов из растений, например из паприки, розмарина, люцерны и т.д., которые обладают вкусоароматическими, красящими, антиоксидантными и другими свойствами.

Продажи Ingrenat в 2014 году выросли на 10% до 9,8 млн долл. (7,4 млн евро). Стоимость чистых активов компании (не включая наличные деньги или задолженности) в 2014 году составила 6,9 млн долл. (5,6 млн евро). Операции Ingrenat будут интегрированы в деятельность подразделения Frutarom Specialty Fine Ingredients.

Приобретение Ingrenat является продолжением реализации стратегии Frutarom, направленной на углубление и расширение деятельности в сегменте натуральных растительных пищевых красителей и антиоксидантов. В дальнейшем Frutarom будет продолжать инвестировать в развитие этого направления.

■ **ГК «Благо»** закончила 2014 год с выручкой 9,2 млрд руб., что на 31,4% выше аналогичного показателя за 2013 год, когда выручка составила 7 млрд руб. Для Евдаковского масложирового комбината (ЕМЖК) прошедший год стал самым результативным за 80 лет его существования.

По официальным данным Масложирового союза России, по итогам ноября 2014 года ОАО ЕМЖК вернул себе почетное третье место среди масложировых комбинатов Российской Федерации и вошел в пятерку лидеров отрасли по производству маргариновой продукции в четвертом квартале ушедшего года.

Рост объема производства и реализации маргариновой продукции на обновленных производственных мощностях ЕМЖК (Каменка) в IV квартале 2014 года привел к существенному росту доли рынка – до 13%, прирост по отношению к III кварталу составил 6,67%.

Объемы производства и реализации ЕМЖК за год выросли на 98%. Так, за 2014 год на комбинате было произведено свыше 88 тыс. тонн продукции, тогда как в 2013 году – около 45 тыс. тонн. В прошлом году комбинат существенно усилил свой продуктовый портфель промышленных жиров и маргаринов новинками, которые нашли отклик на рынке. В течение года на рынок было выведено 19 новых продуктов.

■ **ООО «АКАДЕМИЯ-Т»**, инновационная компания, расширяет линейку пищевых ингредиентов. С этого года компания начинает сотрудничество с французской группой компаний Aromatech, которая занимается производством пищевых ароматизаторов с 1987 года и приоритетом которой является качество и натуральность продукции. ООО «АКАДЕМИЯ-Т» рада предложить широкую гамму натуральных ароматизаторов сладкой группы. Ассортимент представлен сухими, инкапсулированными, гранулированными и жидкими ароматизаторами, что позволяет подобрать оптимальное решение для любой отрасли пищевой промышленности.

■ **Naturex**, ведущий мировой производитель натуральных ингредиентов, расширяет мощности по переработке квиллайи в Чили. Около года назад Naturex приобрел чилийскую компанию Chile Botanics, которая специализируется на сборе, очистке и переработке квиллайи на своем заводе в г. Линарес, примерно в 200 милях к югу от Сантьяго.

За год завод претерпел значительную модернизацию, его производственные мощности выросли в 10 раз. Сегодня деятельность предприятия полностью посвящена получению продуктов из квиллайи, которые могут быть использованы в качестве вспенивающего агента и эмульгатора при производстве продуктов и напитков. В дальнейшем будет проведена диверсификация производственной площадки для получения возможности переработки и другого растительного сырья.

По словам Оливье Риго, генерального директора Naturex, у компании большие амбиции в Чили и Латинской Америке, инвестиции в этот завод усилят ее позиции в этом регионе и на мировом рынке.

■ **ГК «Солнечные продукты»** инвестировал в строительство завода «Волжский терминал» 4,2 млрд руб., сообщает Oilworld.ru. По словам президента ГК «Букет» Владислава Бурова, завод удалось возвести за 15 месяцев, и сейчас он уже выпускает первую продукцию. Для компании «Солнечные продукты» завод в Балаково стал первым, построенным с нуля. Полученный уникальный опыт позволит холдингу возводить новые предприятия, модернизировать производства как в Саратовской области, так и в других регионах страны.

Кроме этого, в Саратовской области заложили камень нового производства. Строительство завода по глубокой переработке масличных культур мощностью 3 тыс. тонн в сутки будет идти с 2015 по 2018 годы. Стоимость проекта оценивается в 8,6 млрд руб. После выхода завода на полную мощность годовой объем переработки сои здесь составит 520 тыс. тонн, производства соевого шрота – до 390 тыс. тонн.

Присутствующий на церемонии запуска нового высокотехнологичного производства министр сельского хозяйства РФ Николай Федоров отметил, что Балаковский завод будет влиять на развитие аграрного сектора всей страны, поскольку в настоящее время существует большой дефицит подобных мощностей.

■ **ГК «ЭФКО»** получила награды в конкурсе «100 лучших товаров России» за специализированные жиры и промышленные маргарины. Звание дипломанта конкурса было присуждено заменителю молочного жира «Эколакт». За достижения в области обеспечения качества отечественной продукции звание лауреата конкурса получили кондитерский жир «Эконат» с м. д. жира 99,9%; маргарин для выпечки песочного теста «Экопай» с м. д. жира 82%; маргарин для приготовления кремов «Экокрем» с м. д. жира 84%.

Победа во Всероссийском конкурсе «100 лучших товаров России» дает компании право использовать логотип конкурса на упаковках выпускаемой продукции в знак ее исключительного качества.

■ **Barry Callebaut** открыла свою первую шоколадную фабрику в Чили, в 40 км от Сантьяго-де-Чили. Местный быстроразвивающийся рынок шоколада является для швейцарского производителя стратегически важным.

На первом этапе мощности новой фабрики позволят выпускать до 25 тыс. тонн жидкого шоколада и шоколадных начинок в год. Общий ежегодный объем потребления кондитерских изделий в Чили Barry Callebaut оценивает в 40 тыс. тонн.

Руководитель Barry Callebaut Group Юрген Штейнеманн заявил о сосредоточении внимания компании на развивающихся рынках, как в Чили, так и в соседних с ней Аргентине, Уругвае, Парагвае и Перу. Новое производство позволит существенно улучшить обслуживание кондитерских предприятий Латинской Америки. Помимо нового чилийского завода, Barry Callebaut на южноамериканском континенте владеет двумя фабриками по переработке какао и одной шоколадной, а также двумя производствами в Мексике.

■ **Frutarom**, следуя своей стратегии для быстрого и прибыльного роста, продолжает серию приобретений. Frutarom объявила о подписании соглашения о покупке акций словенской компании Vitiva за 10 млн долл.

Vitiva специализируется в области исследований и разработок, производстве, маркетинге и продажах специальных натуральных экстрактов из растений, обладающих антиоксидантной активностью, натуральных красителей и других функциональных ингредиентов для пищевой, фармацевтической, косметической отраслей и производства БАД.

Доходы Vitiva выросли с 8,7 млн долл. в 2013 году до приблизительно 11 млн долл. за 12-месячный период, закончившийся в ноябре 2014 года (рост на 27%).

■ **Naturex** укрепляет свои позиции в Латинской Америке в ответ на растущий внутренний спрос на натуральные ингредиенты. После приобретения в январе 2014 года Chile Botanics и завода в Линаресе группа открыла офис продаж в Сантьяго, Чили.

Чилийский филиал предлагает нынешним и будущим клиентам полный портфель продуктов и самые последние инновации от Naturex. Открытие нового чилийского офиса полностью соответствует стратегии расширения деятельности Группы на развивающихся рынках и хорошо дополняет латиноамериканскую структуру Naturex – три офиса продаж и два завода.

Чили – страна с очень динамичной экономикой и с одним из самых высоких ВВП на душу населения в Латинской Америке. Рынок Латинской Америки остается приоритетом для Naturex, и компания продолжает инвестировать в этот регион, чтобы усилить возможности своих клиентов.

■ **Cargill**, с целью удовлетворения растущего спроса среди

азиатских потребителей на шоколад и какао-продукты запустила в Индонезии, в г. Гресик, предприятие по переработке какао-бобов. Инвестиции в новый завод, мощностью переработки 70 тыс. метрических тонн какао-бобов, составили 100 млн долл. Предприятие будет производить премиум-бренд какао-порошка Gerkens, а также высококачественные какао тертое и какао-масло.

Новый производственный объект дополнит существующую глобальную сеть Cargill и укрепит позиции компании в Индонезии, где компания работает уже более 40 лет и сегодня насчитывает более 12 тыс. человек в хозяйственной деятельности, в том числе в производстве какао-продуктов, зерна и масличных культур, пальмового масла, копры и сахара, кормов для животных.

■ **BASF** увеличил свои производственные мощности по выпуску витамина А на 25%. Компания расширила существующее производство на заводе в Людвигсхафен, Германия, который является частью подразделения концерна Citral Verbund. Модернизация предприятия и расширение производственных мощностей позволило концерну отреагировать на растущий спрос на витамин А – высококачественную продукцию BASF, а также на глобальный рост рынка.

Портфель пищевых ингредиентов BASF включает широкий спектр жирорастворимых и водорастворимых витаминов (витамины А, D_3, K_1, B_2, B_5, Е и холина хлорид).

■ **SunOpta Inc.**, ведущий мировой поставщик натуральных и органических ингредиентов, объявил о подписании окончательного соглашения о продаже своего бизнеса волокон и крахмалов компании J.Rettenmaier & Sohne Group (JRS) за 37,5 млн долл.

Бизнес волокон и крахмалов компании SunOpta включает в себя пять объектов, расположенных в Луисвилле, шт. Кентукки, Сидар-Рапидс, шт. Айова, Кембридж и Фоссон, шт. Миннесота, Галесбург, шт. Иллинойс, продукция которых теперь будет частью портфеля JRS в области пищевых ингредиентов. Бизнес волокон и крахмалов составлял около 4% общего объема доходов SunOpta Foods.

SunOpta будет использовать доходы от продажи данного бизнеса для стратегических инвестиций, которые повысят основной вертикально интегрированный ассортимент продукции и обеспечат более высокие темпы роста. Это такие инвестиции, как недавно объявленные вложения в сумме 25 млн долл. на расширение объекта в г. Аллентаун, шт. Пенсильвания, а также для общих корпоративных целей.

Яркий вкус и
польза в вашем продукте

Ингредиенты для всех отраслей пищевой промышленности: ароматизаторы, красители, агар, пектины, каррагинаны, желатин, яичные продукты, молочные белки, усилители вкуса, антиоксиданты, эмульгаторы, консерванты и многое другое...

СОЮЗОПТТОРГ
Интеллект и Вдохновение

www.soyuzopttorg.ru тел.8-800-333-00-89 office@soyuzopttorg.ru

Развитие отечественного производства микроингредиентов – комплексное решение вопросов импортозамещения для пищевой и перерабатывающей промышленности

Стабильное и эффективное функционирование пищевой и перерабатывающей промышленности является первоочередной и важнейшей задачей на текущий момент и перспективу. Особенно это актуально в условиях экономического кризиса и принятых санкций в отношении России.

Татьяна Никифорова, д.т.н.,
Дмитрий Кулёв, д.т.н.,
ФГБНУ «ВНИИ пищевых добавок»
Алексей Нечаев, д.т.н.,
Полина Семенова, к.т.н,
Союз производителей пищевых ингредиентов

Включение пищевых микроингредиентов в перечень продукции, запрещенной к ввозу в РФ, согласно постановлению Правительства РФ № 77 от 07.08.2014, поставило предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности в довольно сложную ситуацию, так как Россия является высоко импортзависимой по данной группе товаров. Оперативное решение этого вопроса за счет внесения соответствующих изменений в постановление и разрешение поставок микроингредиентов свидетельствует, с одной стороны, о понимании значения пищевых микроингредиентов в выпуске пищевой продукции, а с другой стороны – это сигнал о необходимости развития собственной индустрии пищевых ингредиентов. В противном случае решить вопросы продовольственной безопасности страны невозможно, так как можно иметь сырье, но его не перерабатывать в полноценные пищевые продукты.

Необходимость наличия в стране собственного развитого производства пищевых микроингредиентов была очевидна и ранее, а события последних месяцев стали своеобразным катализатором для принятия решения о подготовке Программы развития производства микроингредиентов на период до 2025 года (далее – Программа).

Разработка проекта Программы осуществляется совместными усилиями двух организаций – Союза производителей пищевых ингредиентов и ВНИИ пищевых добавок. В основу проекта Программы положена Концепция развития отечественного производства пищевых микроингредиентов, разработанная ВНИИПД на период до 2025 года [1].

Программа ставит своей целью:

- обеспечить российскую пищевую промышленность отечественными микроингредиентами, не уступающими по безопасности, качеству и экономическим показателям передовым зарубежным образцам;
- снизить импортзависимость России в отношении поставок микроингредиентов для пищевой отрасли, тем самым повысить продовольственную безопасность страны;
- повысить безопасность и качество пищевых продуктов за счет использования отечественных микроингредиентов и исключения зарубежного фальсификата.

Результаты выполнения Программы взаимосвязаны со «Стратегией развития пищевой и перерабатывающей промышленности Российской Федерации на период до 2020 года» и «Государственной программой развития сельского хозяйства и регулирования рынка сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы», так как пищевые микроингредиенты участвуют в создании пищевого продукта на протяжении всего технологического цикла и должны обеспечить выпуск безопасных и качественных продуктов.

Отправными точками в разработке проекта Программы стали:

Таблица 1. Импорт некоторых групп микроингредиентов в 2013–2014 годах [2]

Пищевая добавка	Объем импорта, тыс. тонн	
	2013 год	2014 год
Пищевые кислоты:		
лимонная	19,1	21,35
винная	3,38	3,12
молочная	7,2	5,04
глюконовая	1,62	1,69
Сахарозаменители:		
сорбит	30,7	25,6
маннит	1,01	0,8
сахарин	0,25	0,26
Консерванты:		
уксусная кислота	17,8	1,7
бензойная кислота	8,1	7,3
муравьиная кислота	6,4	5,2
пропионовая кислота	0,91	0,98
Загустители и гелеобразователи:		
пектин	2,57	3,11
агар-агар	0,27	0,473
камеди рожкового дерева и дерева гуары	5,6	5,6
прочие растительные загустители	2,8	3,1
желатин	6,7	5,7
модифицированные крахмалы	67,1	–
Влагоудерживающие пищевые добавки:		
глицерин	104,7	106,4
пропиленгликоль	24,9	21,3
Лецитин	4,2	5,5
Глутаминовая кислота и ее соли	9,2	8,75
Ванилин	0,325	0,352
Этилванилин	0,051	0,058

- оценка текущей ситуации с выпуском пищевых микроингредиентов в РФ;
- анализ объемов импорта за последние годы;
- оценка темпов роста потребления микроингредиентов в России и за рубежом;
- анализ тенденций развития производства пищевых ингредиентов;
- оценка отечественных сырьевых ресурсов для выпуска микроингредиентов;
- наличие отечественных технологий микроингредиентов и оборудования для их производства, соответствующих мировому уровню;
- состояние нормативной базы производства микроингредиентов.

Анализ материалов, имеющихся в распоряжении разработчиков проекта Программы, показал, что номенклатура и объемы производства пищевых добавок существенно изменились за последние 25 лет. Если в условиях плановой экономики в стране производили 10 наименований пищевых кислот, ряд консервантов, красителей, антиокислителей, гидроколлоидов, эмульгаторов, усилителей вкуса, до 15 видов модифицированных крахмалов, ароматизаторы и ванилин, то в настоящее время, и это необходимо признать, российские производители пищевых ингредиентов в большинстве случаев не могут составить конкуренцию иностранным фирмам ни по номенклатуре, ни по объемам выпуска практически по всем классам пищевых добавок. Затраты на импорт пищевых микроингредиентов составляют ежегодно не менее 0,5 млрд долл.

Данные таможенной статистики по импорту отдельных индивидуальных пищевых добавок и вкусовых веществ за 2013–2014 годы приведены в табл. 1.

Отечественное производство пищевых микроингредиентов, имея темпы роста выше средних показателей по пищевой промышленности в целом, в основном сконцентрировано на выпуске комплексных пищевых добавок и композиционных ароматизаторов на основе импортных индивидуальных пищевых добавок и баз ароматических веществ, что не решает в целом вопросы импортзамещения.

Таблица 2. Сырьевые источники России, применимые для выпуска пищевых добавок

№	Сырье	Пищевые добавки	Индекс
1	Крахмал и продукты его переработки	лимонная кислота β-циклодекстрин декстрины модифицированные крахмалы	330 459 1400 1401-1442 (за иск. 1411, 1421, 1423)
		сорбит	420
		5´-гуаниловая кислота и ее соли	626–629
		5´-инозиновая кислота и ее соли	630–633
		5´-рибонуклеотиды	634–635
		глутаминовая кислота и ее соли	620–625
		глюконовая кислота и ее соли	574–576
		ксантановая камедь	415
		аскорбиновая кислота и ее соли	300–303
		глюконо-дельта-лактон	575
2	Отход сахарного производства – меласса	лимонная кислота и ее соли молочная кислота и ее соли	330–333, 380–381 270, 325–329
3	Кристаллический сахар	сукралоза	955
		изомальтит	953
		карамельный колер	150
4	Стевия	стевиогликозид	960
5	Отходы целлюлозно-бумажной промышленности	ванилин	
6	Отходы виноделия	винная кислота и ее соли	334–336
		красители (антоционы)	163
7	Продукты производства растительных масел	концентрат смеси токоферолов	306
		лецитин	322
8	Древесина лиственницы	дигидрокверцетин	
9	Древесина березы	ксилит	967
10	Иглы хвойных деревьев	мальтол	636
11	Отходы производства фруктовых соков, свекловичного сахара и др.	пектин	440
12	Корнеплоды красной свеклы	красный свекольный – краситель	162
13	Растительное сырье (томаты, плоды шиповника и др.)	ликопин	160d
14	Отходы мясоперерабатывающей промышленности	желатин	
15	Водоросли: красные бурые	 агар	 406
		альгиновая кислота и ее соли	400–404
16	Возделываемые и дикорастущие растения (листья, корни, цветы и др.), более 22 наименований	эфирные масла	
17	Пищевые жиры	моно- и диглицериды пищевых кислот	471
18	Уксусная кислота	триацетин	1518
		ацетаты	261–264
19	Фосфориты природные	ортофосфорная кислота, фосфаты	338–343
20	Азотная кислота	нитраты	251–252
21	Природные залежи гидрокарбоната натрия, солевые залежи	карбонаты натрия	500i, 500ii
22	Углеводороды низкой молекулярной массы	β-каротин синтетический	160a(i)

К числу факторов, сдерживающих развитие отечественного производства микроингредиентов, часто относят отсутствие или недостаток сырьевых источников. Проанализировав доступную информацию, с этим выводом можно согласиться частично. В основном в стране сформировался дефицит сырья сложного химического синтеза. В табл. 2 приведены сводные данные по источникам сырья для выпуска пищевых микроингредиентов. Для получения многих микроингредиентов сы-

Таблица 3. Предполагаемые объемы производства микроингредиентов

Продукт	Объем производства, тыс. тонн	Год
Сахарозаменители	не менее 16	2019
	35	2025
Усилители вкуса, в том числе глутаминовая кислота и ее соли	не менее 10	2020
Пищевые кислоты:		
винная	не менее 2	2019
молочная и ее соли	не менее 10	2018
глюконовая и ее соли	не менее 10	2018
лимонная и ее соли	не менее 15	2019
Консерванты (бензойная и сорбиновая кислоты и их соли)	не менее 20	2020
Загустители и гелеобразователи пищевых систем:		
пектин	не менее 7	2018
агар-агар	1	2018
желатин	15	2018
модифицированные крахмалы	70	2025

рьем является крахмал и продукты его переработки. По данным ВНИИ крахмалопродуктов, в 2013 году было произведено 561,8 тыс. тонн крахмала и крахмалопродуктов [3]. Объемы переработки кукурузы и пшеницы на крахмалопаточных производствах в последние годы неуклонно растут, а объем рыночных ресурсов позволяет отнести это сырье к числу наиболее перспективных для производства пищевых микроингредиентов.

Программа предусматривает:

- правовое признание как таковой отрасли «пищевые микроингредиенты»,
- выбор приоритетных направлений развития отрасли,
- максимальное использование имеющихся сырьевых ресурсов,
- организацию (или реанимирование) производства наиболее востребованных пищевых микроингредиентов,
- создание пилотных технопарков и др.

В результате реализации Программы предусмотрено:

- поэтапное увеличение числа предприятий России – производителей пищевых микроингредиентов: к 2020 году – в 1,5 раза, к 2030 году – в 2 раза;
- суммарное увеличение объема производимых в России пищевых микроингредиентов на 100%;
- снижение на 30–40% объемов импортных закупок пищевых микроингредиентов к 2020 году, и на 70–80% к 2025 году.

Объемы производства микроингредиентов, на которые предполагается выйти при реализации Программы, представлены в табл. 3.

Проект Программы предусматривает ввод новых производственных мощностей на период до 2025 года и реконструкцию с расширением объемов производства действующих предприятий.

В число первоочередных задач по реализации Программы необходимо отнести следующие мероприятия:

- разработать нормативные акты и закрепить отрасль «пищевые ингредиенты» в правовом отношении за определенным государственным ведомством;
- внести в соответствующие классификаторы и государственные документы новую отрасль и ее продукцию;
- разработать и внести изменения (дополнения) в «Государственную программу развития сельского хозяйства и регулирования рынка сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы» в части индикаторов и финансового обеспечения подпрограммы по пищевым ингредиентам;
- осуществить переход агропромышленного комплекса на инновационный путь развития;
- обеспечить формируемую отрасль высококвалифицированными кадрами.

Решения по развитию производства микроингредиентов в Российской Федерации лежат в плоскости создания льготных условий для компаний, реализующих инновационные проекты (субсидирование, кредитование проектов по пониженным ставкам, налоговые каникулы и т.д.), в развитии механизмов государственно-частного партнерства, в совершенствовании правовой и нормативной базы производства, в продвижении новых разработок на отечественном рынке. Реализация же планов по развитию отечественного производства пищевых микроингредиентов во многом зависит от коммерциализации достижений науки и заинтересованности бизнеса в освоении нового.

Учитывая роль пищевых ингредиентов в создании современных продуктов питания, разработка и реализация Программы развития производства микроингредиентов (пищевые и биологически активные добавки, ароматизаторы и технологические вспомогательные средства) в Российской Федерации на 2015–2025 годы является важнейшей задачей, поскольку организация отечественного производства пищевых микроингредиентов – приоритетное направление инновационного развития пищевой и перерабатывающей промышленности и обеспечения продовольственной безопасности нашей страны.

Литература

1. Кулёв Д.Х., Никифорова Т.А. Концепция развития отечественного производства пищевых микроингредиентов. // Молочная промышленность, 2014, № 11, с. 34–37.
2. ФТС. Таможенная статистика внешней торговли. // stat.customs.ru.
3. Андреев Н.Р., Лукин Д.Н., Варицев П.Ю. К вопросу импортозамещения продуктов глубокой переработки зерна и картофеля. / Сб. трудов Международной научно-практической конференции «Импортозамещение продуктов глубокой переработки зерна и картофеля». 24.12.2014. – М., с. 7–11.

СОЮЗ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПИЩЕВЫХ ИНГРЕДИЕНТОВ

Приоритетные направления деятельности:

- координация деятельности участников рынка пищевых ингредиентов и добавок
- представительство и защита интересов членов СППИ в государственных органах власти, общественных и иных организациях
- обеспечение производителей, потребителей достоверными сведениями о пищевых ингредиентах
- техническое регулирование и создание нормативной базы индустрии пищевых ингредиентов
- создание условий для обучения и подготовки специалистов в области пищевых ингредиентов
- развитие обмена информацией путем организации выставок, научно-практических конференций, форумов и семинаров, поддержки выпуска специализированных изданий, журналов и книг, проведение пресс-конференций.

Тел/факс: (499) 787-72-06;
115093, г.Москва,
1-й Щипковский пер.,
д.20, оф.209

www.sppiunion.ru
sppi@sppiunion.ru

ИНДЕКС

КОМПАНИИ, УПОМИНАЕМЫЕ В НОМЕРЕ

Глубокский молочноконсервный комбинат 34
Гоциан. 34
Дальнико-Рыбсервис 42
ДСМ Восточная Европа 32
Евроснаб. 24, 40
ЕМЖК. 9
Империя джемов 34
Интерфуд. 34
Инфорум Какао. 8
Камский Бекон 4
Каргилл. 34
КДВ Групп 42
Кировский молкомбинат 5
Кондитерская фабрика «Ленинградская». 34
Корнелиус Рус. 32
Краун Трэйдинг. 34
Курское молоко 5
Ланит 99 34
Лимак 4
Липецкхлебмакаронпром 4
Лонза Рус 31
Маркет Аналитика 48
Межрегиональная агропромышленная компания 4
Милкавита 34
Мон'дэлис Русь. 5
Мономах 8
Московская ореховая компания 42
НаDo 34
НМЖК 5, 8
Новакарт. 36
Новапродукт АГ. 34
Омега 32, 56
Очаково. 4
Пакет-Сервис 36
Партнер. 34
Пищевой комбинат. 8
Пищевые Ингредиенты. 8
Приправка 34
Реттенмайер Рус. 39
Русскарт 42
Русская Трапеза 36
Русский продукт 42
Сантус 34
Саф-Нева. 36
Светлый путь. 4
Семикаракорский сырзавод 4
Скорпио-Аромат. 32
Сладкая жизнь 34
Солнечные продукты 5, 9, 10, 32
Солнце Востока 34
Солнце Мехико 41
Союзоптторг 11
Спасский продукт 5
Спектр 34
СЭМЗ. 36
Тереза-Интер 23
Томер. 34
ТОПП 36
Торговый Дизайн 36
Ува-молоко 34
Унитрон 34
Уфамолгорзавод. 5
Фаворит Техно 36
Файн Ингредиентс 34
Фарсис 34
Фацер 1
Хр.Хансен 39
ЭкоФрио 41
Эксперт РА 8
Эталон. 4
Эфко 5, 8, 10, 20, 34

AAK 27
ADM 7, 24
Anheuser-Busch InBev 7
Bang & Bonsomer 32
Barry Callebaut 6, 8, 10
BASF 7, 10
BBX Capital 7
Bienca S.A. 32
Bio Springer 28
BusinesStat 4, 5
Cargill. 7, 10
Chile Botanics 9, 10
Chr.Hansen 39
Citral Verbund 10
Coca-Cola 7
CONAB 50
Constar. 7
Cornelius Rus. 32
Danone 7
Diageo 7
DS Services 7
DSM Nutritional Products. 32
DSM. 24
Dupont. 45
Euromonitor 48
Faberon 9
Fazer 1, 36
Ferrero Group. 50
Fine Organics Launch. 8
Fine Organics. 8
FMC Health and Nutrition. 38
Friesland Campina 7
Frito-Lay 42
Frutarom. 9, 10
GfK Rus 50
Givaudan 24
Glanbia Ingredients Ireland 8
Glanbia 32
Gruma International Food. 41
Hydrosol. 24, 38
Ingredion 40
Ingrenat 9
Innova Market Insights. 45
J.Rettenmaier & Sohne Group 10
Jac 35
JRS. 39
Kancor Ingredients 8
Konig Maschinen 36
Kornfeil, Technopool. 36
Kraft Foods. 42
Lactalis. 7
Leipurien Tukku 36
Lonza 31
Lyckeby Starch AB 32
Mane 8
Mars. 6
Messe Frankfurt Rus. 36
Miwe Michael Wenz 36
Mondelez International. 42
Nactis Benelux 8
Nactis Flavours. 8
National Starch Food Innovation 30
Naturex. 1, 9, 10
Nestlé. 7
Olam Cocoa 7
Olam Food Ingredients Spain. 24
Olam International 24
Oltan Gıda 50
Omega 56
Ost-West-Partner 36
Pansystem 36
Peeters Produkten 50
PepsiCo 5, 42
Rademaker. 36
Revent 36
Robertet Group. 8
Robertet Savoury 8
Rondo Rus 36
Starbucks. 45
Sterling-Rice Group 45
SunOpta. 10
Synovate Comcon 48
Tate & Lyle Food Systems 7, 38
TetraPak. 24
Unilever 7
Vitiva 10
Whole Foods Market. 45
Wonderfully Raw Gourmet 45
Zeelandia 8
Zenith Int.. 7

ООО «Азелис Рус»

Международная дистрибьюторская компания, занимающаяся поставками ингредиентов для производства продуктов питания и напитков

Компания «Азелис» имеет представительство в России с 2008 года.

Мы стараемся предложить нашим клиентам наиболее широкий и конкурентоспособный по ценам портфель ингредиентов для пищевого производства. Для достижения этой цели мы работаем с ведущими производителями, хорошо зарекомендовавшими себя на мировом рынке.

Наша компания имеет представительства в Северо-Западном, Центральном, Южном, Уральском и Сибирском федеральных округах.
На протяжении всех этапов мы обеспечиваем клиентам информационную, технологическую и сервисную поддержку.

ООО «Азелис Рус»
127055, Москва, ул. Бутырский Вал, 68/70, стр. 1
Тел.: (495) 228-17-79
www.azelis.com

azelis FOOD & HEALTH

Azelis cares, every day

24-я Международная выставка
продуктов питания и напитков

ufi Approved Event

worldfood MOSCOW

14 - 17 сентября 2015 Россия • Москва • ЦВК «Экспоцентр»

ОРГАНИЗАТОР
ITE
ГРУППА КОМПАНИЙ

+7 (495) 935-7350
+7 (495) 788-5585
worldfood@ite-expo.ru

www.world-food.ru

ПРАВИЛА ИГРЫ

Завершение переходных периодов ряда технических регламентов на пищевую продукцию: тревоги и опасения

15 февраля 2015 года закончился полуторагодовой переходный период по вступлению в действие основополагающих технических регламентов Таможенного союза (ЕАЭС) в сфере безопасности пищевой продукции – «О безопасности пищевой продукции», «Пищевая продукция в части ее маркировки», «О безопасности упаковки», «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств», «О безопасности отдельных видов специализированной пищевой продукции, в том числе диетического лечебного и диетического профилактического питания» и других регламентов. Какие вопросы технического регулирования оказались для предпринимательского сообщества самыми сложными, где мы видим основные проблемы, каковы пути их решения?

Тамара Коткова,
эксперт по техническому регулированию
СППИ

Об оценке (подтверждении) соответствия

Вопрос об оценке (подтверждении) соответствия объектов технического регулирования требованиям технических регламентов является ключевым для отрасли пищевых ингредиентов, именно поэтому ему было уделено огромное внимание на протяжении всего переходного периода. В соответствии с регламентами ТР ТС 029/2012 «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств» и ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» оценка (подтверждение) соответствия проводится в форме декларирования, которое пришло на смену процедуре государственной регистрации пищевых микроингредиентов. Решением Комиссии Таможенного союза № 880 от 9 декабря 2011 года государственная регистрация пищевых добавок, комплексных пищевых добавок, ароматизаторов, растительных экстрактов в качестве вкусоароматических веществ и сырьевых компонентов, стартовых культур микроорганизмов и бактериальных заквасок, технологических вспомогательных средств, в том числе ферментных препаратов, осуществлялась до 15 февраля 2015 года. До последнего момента не было общей ясности по срокам действия ранее выданных Свидетельств о государственной регистрации на соответствие требованиям Технических регламентов (оформленных после 1 июля 2013 года) и возможности досрочного декларирования данной группы продукции. Сегодня, после разъяснений Евразийской экономической комиссии, Роспотребнадзора, Министерства промышленности и торговли можно заявить следующее – ***государственная регистрация указанных видов продукции на соответствие требованиям регламентов Таможенного союза, действие которых на нее распространяется, проведенная в порядке, установленном статьей 24 Технического регламента Таможенного союза 021/2011 «О безопасности пищевой продукции», действует после 15 февраля 2015 года, является бессрочной и оформления деклараций соответствия в данном случае после 15 февраля 2015 года не требуется.***

Пищевые добавки, ароматизаторы, технологические вспомогательные средства, в отношении которых не проведена процедура государственной регистрации на соответствие требованиям Технических регламентов, после 15 февраля 2015 года подлежат декларированию соответствия. Одновременно до окончания переходного периода не исключается возможность принятия декларации о соответствии обязательным требованиям, установленным техническими регламентами на пищевые микроингредиенты, при условии их выпуска в обращение после 15 февраля 2015 года, с учетом п. 3.3 и п. 3.5 Решения КТС № 880. Таким образом, стало возможно осуществление досрочного декларирования части продукции, находящейся в обращении и имеющей в настоящее время Свидетельство о государственной регистрации на соответствие Единым санитарно-эпидемиологическим и гигиеническим требованиям к товарам, подлежащим санитарно-эпидемиологическому надзору (контролю) (ЕСТ).

Основные проблемы подтверждения соответствия пищевых добавок и технологических вспомогательных средств Союз Производителей Пищевых Ингредиентов видит в следующем: на неопределенный период времени на однотипную продукцию будут действовать два документа, подтверждающих соответствие требованиям Технических регламентов – свидетельство о государственной регистрации и декларация соответствия. А по сути, до конца 2015 года на рынке будут обращаться пищевые ингредиенты по трем документам, к выше приведенным добавляется и свидетельство о государственной регистрации на соответствие требованиям ЕСТ (с учетом длительных сроков годности ряда микроингредиентов), что может вызвать непонимание Федеральной таможенной службы и стать препятствием для ввоза и оборота товаров на территорию Таможенного союза.

В отношении продукции, произведенной и выпущенной в обращение до 15 февраля 2015 года и имеющей документы об оценке (подтверждении) соответствия обязательным требованиям, выданные или принятые до дня вступления в силу ТР ТС (до 1 июля 2013 года), из офи-

циальных разъяснений Евразийской экономической комиссии Таможенного союза и Роспотребнадзора РФ следующее: *«Пищевая продукция, выпущенная в обращение до 15 февраля 2015 года, при наличии документов об оценке (подтверждении) соответствия, выданных или принятых в соответствии с национальным законодательством до 1 июля 2013 года, обращается на территории того государства – члена ТС и ЕЭП, в соответствии с законодательством которого выдан или принят документ о соответствии* ***в течение срока годности продукции****, установленного в соответствии с законодательством государства – члена ТС и ЕЭП».* При этом необходимо учитывать, что маркировка знаком соответствия «ЕАС» на данной продукции не допускается.

Во избежание двойных стандартов и избыточных требований по документации при прохождении таможенной границы и обороте продукции, конечно, важно учитывать «пакетный» принцип установления требований в технических регламентах ТС в сфере безопасности пищевой продукции, но главное помнить, что одним из приоритетных принципов ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» является положение **«один продукт – один документ»**. Поэтому при ввозе на таможенную границу Таможенного союза и обороте на территории Таможенного союза пищевые продукты сопровождаются только одним документом, имеющим юридически закрепленный статус и подтверждающим соответствие требованиям технического регламента: декларацией о соответствии, ветеринарным сертификатом или свидетельством о государственной регистрации.

Определенные трудности ожидают заявителей при оформлении деклараций о соответствии на ароматизаторы, содержащие в качестве компонентов вкусоароматические препараты, термические технологические ароматизаторы, коптильные ароматизаторы, так как в регламенте 029/2012 отсутствуют перечни разрешенных вкусоароматических препаратов (или растительного сырья для их производства), термических реакционных ароматизаторов, коптильных ароматизаторов, «других» ароматизаторов. Нет аттестованных методик контроля содержания в ароматизаторах веществ по Приложению 20 ТР ТС 029/2012.

Не решены вопросы упрощенного первичного декларирования продукции, при котором выданные ранее Свидетельства о государственной регистрации на соответствие ЕСТ могли бы быть использованы в качестве доказательной базы, при условии что законодательные требования к указанной продукции не претерпели изменений. Именно с такими предложениями СППИ обратился в Евразийскую экономическую комиссию и Роспотребнадзор, но ответов не дождался.

По-прежнему «буксует» вопрос об оценке (подтверждении) соответствия и идентификации витаминов, витаминоподобных веществ, каротиноидов, минеральных компонентов и их смесей (премиксов) для обогащения пищевых продуктов и производства БАД к пище. В регламенте 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» понятия «биологически активные добавки» и «биологически активные вещества» тождественны, отсутствуют определения витаминов и минеральных компонентов для обогащения продуктов питания, а также требования по их безопасности. Следовательно, провести декларирование продукции не представляется возможным. Имеют место разночтения в определении форм подтверждения (оценки) соответствия сырья в виде биологически активных веществ, предназначенного для промышленного производства пищевой продукции (обогащенной, специализированной, БАД к пище) и однотипная продукция, будь то витаминно-минеральные премиксы или аминокислоты, обращаются на рынке посредством двух документов – Свидетельства о государственной регистрации и декларации соответствия. Уполномоченные контрольные органы и аккредитованные органы по сертификации не всегда могут определить форму подтверждения (оценки) соответствия для указанных видов сырья. Из разъяснений Евразийской экономической комиссии, составленных на основании экспертного мнения Института питания, следует, что вышеперечисленные вещества подлежат оценке соответствия в форме государственной регистрации, однако органы Роспотребнадзора, уполномоченные проводить данную работу, часто отказывают в приеме документов на основании того, что сырье не подлежит государственной регистрации. Одним из возможных вариантов решения могло бы быть срочное внесение необходимых изменений и дополнений в ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции», предусматривающее использование биологически активных веществ при обогащении пищевой продукции. До настоящего момента окончательного решения проблемы нет.

К данному вопросу в рамках своей компетенции подключилась и Федеральная таможенная служба, которая направила информацию по своим территориальным подразделениям о том, что отдельные специальные экономические меры (Постановление Правительства РФ от 7.08.2014 № 778) не распространяются на товары, предназначенные для детского питания, и что ввоз такой продукции должен сопровождаться Свидетельством о государственной регистрации, выданным Роспотребнадзором, либо сведениями о ней. Подтверждением государственной регистрации и целевого назначения данных товаров может быть копия Свидетельства о государственной регистрации либо соответствующее разъяснение, выданное Роспотребнадзором (Письмо от 6.11.14 № 01-1/ 52593 «О ввозе товаров, предназначенных для детского питания»).

О маркировке пищевых микроингредиентов и пищевой продукции с их использованием

Уже на этапе утверждения технических регламентов ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» и ТР ТС 029/2012 «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств» СППИ обозначил тревогу по поводу изложения требований по маркированию продукции, будь то непосредственно пищевые микроингредиенты или пищевые продукты с их применением, и отмечал необходимость разделения этих требований на три части:

- требования к пищевым добавкам, ароматизаторам, технологическим вспомогательным средствам как к сырью для промышленного использования;
- требования к пищевым добавкам как к товарам для розничной продажи;
- требования к маркировке пищевой продукции, произведенной с использованием пищевых добавок, ароматизаторов и ТВС.

К сожалению, худшие опасения оправдались, и до настоящего момента одним из основных блоков вопросов на семинарах по техническому регулированию являются вопросы по маркированию продукции. В первую очередь это касается ароматизаторов и требований по расшифровке их состава в пищевой продукции. Союз Производителей Пищевых Ингредиентов с привлечением Института питания подготовил разъяснения о том, что не требуется расшифровка состава ароматизаторов в готовых пищевых продуктах. Кроме того, на круглом столе «Вопросы подтверждения соответствия и обращения на рынке пищевых ингредиентов» были подготовлены Рекомендации по формированию придуманных названий натуральных ароматизаторов с целью единообразия подходов к наименованиям ароматизаторов и их использованию при осуществлении декларирования продукции и вынесения названий ароматизаторов на этикетку готовых пищевых продуктов. Текст Рекомендаций ни в коей мере не корректирует положения регламентов, но позволяет обеспечить идентификацию и достоверность декларирования продукции. СППИ направил этот документ в Евразийскую экономическую комиссию и в Роспотребнадзор и продолжает надеяться, что документ все-таки будет рассмотрен на рабочей группе ЕЭК по гармонизации санитарно-эпидемиологических

и гигиенических требований экспертами государств – членов Таможенного союза до окончания срока переходного периода.

Несколько слов следует сказать о маркировании готовой пищевой продукции, произведенной с применением биологически активных веществ, поскольку пока в соответствии с ТР ТС 021/2011 они отождествляются с биологически активными добавками. В соответствии с разъяснениями, полученными на совещании по идентификации и оценке соответствия БАВ в Евразийской экономической комиссии, на этикетке пищевого продукта, содержащего в своем составе витамины, витаминоподобные вещества, минеральные компоненты и их смеси (премиксы) необходимо указывать их наличие в составе продукции согласно п. 4.4 и 4.9 ТР ТС 022/2011. При этом предварять перечень БАВ словами «биологически активная(ые) добавка(и)» не требуется. Конкретный перечень витаминов и минеральных компонентов, входящих в состав премиксов, допускается указывать в сведениях о пищевой ценности продукта. Во избежание избыточных требований к маркировке пищевой продукции и возникновения разногласий при выполнении требований технических регламентов, в том числе по подтверждению (оценке) соответствия биологически активных веществ и их смесей как сырья, СППИ обратился в Евразийскую экономическую комиссию с просьбой о подготовке соответствующих письменных разъяснений по данным вопросам, так как продукция, обогащаемая витаминами, витаминоподобными веществами, минеральными компонентами, премиксами и аминокислотами, находится под пристальным вниманием потребителей, производителей и контрольно-надзорных органов. Однако письменного подтверждения данного разъяснения пока от ЕЭК не получено.

К сожалению, избыточные требования к маркированию продукции не всегда можно объяснить несовершенством законодательства. Зачастую присутствуют однозначно субъективные трактовки. Приведем один из примеров, ставший одним из ключевых в диалоге производителей и ретейлеров. Статья 9 п.1(1) Технического регламента «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств» ТР ТС 029/2012 трактуется таким образом, что при маркировке готовой пищевой продукции с применением добавки функциональный класс пищевой добавки должен соответствовать требованиям Приложения 2, т.е. технологическая функция конкретной пищевой добавки на маркировке должна соответствовать «основной технологической функции» Приложения 2. Однако в соответствии с другими Приложениями к регламенту эта же добавка может выполнять и другие технологические функции. Таким образом, Приложение № 2 «Перечень пищевых добавок, разрешенных для применения при производстве пищевой продукции» к ТР ТС 029/2012 не ограничивает использование поименованных там пищевых добавок исключительно функциями, указанными в графе 3 «Основные технологические функции». При этом изготовитель пищевой продукции может самостоятельно установить технологическую функцию пищевой добавки, исходя из цели ее использования при производстве конкретного пищевого продукта. Физиологический эффект на организм человека не зависит от технологической функции, с которой вводится пищевая добавка, и в роли любой функции допустимый уровень использования добавки должен быть одинаков, независимо от цели ее использования при производстве пищевого продукта. Как выходить из подобной ситуации? Призывать на помощь экспертов? Вносить уточнения в регламент? А может быть, просто обратиться к здравому смыслу? И помнить, что все мы работаем на общую задачу – обеспечение страны продовольствием хорошим и разным!

Видимо, к проблеме маркирования придется обратиться еще не раз, так как по-прежнему вызывает вопрос содержание этикетки готовых пищевых продуктов, в состав которых в качестве компонентов входят другие пищевые продукты, содержащие, в свою очередь, пищевые добавки (например, печенье с вводом маргарина, в составе которого есть антиоксидант). Возник вопрос о нанесении знака ЕАС (Евразийское соответствие) и маркировки на русском языке.

О внесении изменений в технические регламенты Таможенного союза

В первую очередь следует устранить несоответствие положений ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» и ТР ТС 029/2012 «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств», так как в ряде случаев по показателям безопасности пищевых ингредиентов они различаются. Регламент «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств» был принят в 2012 году с многочисленными недоработками, которые были отмечены уже на стадии его разработки, кроме того, за это время произошли существенные изменения в международном законодательстве по безопасности пищевых ингредиентов. За время работы по регламенту выявлены и продолжают накапливаться серьезные недочеты и ошибки, которые не только осложняют работу промышленности, но и препятствуют выполнению ряда требований документа. Требуется организация глобального пересмотра ряда статей и приложений регламента, о чем СППИ постоянно заявляет всеми возможными способами.

О подготовке разъяснений по требованиям технических регламентов

Сложившаяся практика подготовки разъяснений на вопросы предпринимательского сообщества по требованиям технических регламентов и проблематике их внедрения не гарантирует получение однозначных и четких ответов на поставленные вопросы. Зачастую устные ответы уполномоченных органов не подтверждаются письменно или не коррелируют между собой. Однако в течение декабря 2014 года – января 2015 года были получены некоторые письменные разъяснения:

- Письмо от 13 января 2015 года № 01/160-15-29 и пресс-релиз Роспотребнадзора «О дополнительных разъяснениях и рекомендациях при соблюдении требований к условиям обращения пищевой продукции на потребительском рынке и документам, подтверждающим ее соответствие». Документ составлен по итогам встречи специалистов Роспотребнадзора и представителей союзов предпринимателей, организованной Союзом участников потребительского рынка. На совещании была рассмотрена первая группа вопросов, заранее сформулированная бизнесом. По заверению Роспотребнадзора, планируется проведение подобных встреч на постоянной основе.
- Евразийская экономическая комиссия на своем сайте разместила информацию, в которой разъясняет отдельные вопросы применения ряда технических регламентов ТС (ЕАЭС) в сфере безопасности пищевой продукции в связи с завершением 15 февраля 2015 года переходных периодов.
- Российский Союз промышленников и предпринимателей на своем сайте в феврале 2015 года разместил ответы на письменные и устные вопросы, заданные участниками семинара «Практика применения технических регламентов Таможенного союза в области пищевой продукции. Система ХАСПП», прошедшего в РСПП 24 октября 2014 года. На вопросы слушателей отвечал член Коллегии (министр) по вопросам технического регулирования Евразийской экономической комиссии В.Н. Корешков. Ответы касаются следующих тем технического регулирования: принципов ХАССП, практики применения технических регламентов в области производства пищевой продукции и системы ХАССП, государственной регистрации производственных объектов, оценки соответствия, стандартизации и маркировки продукции.

Аспекты производства молокосодержащих продуктов

Питание является одним из наиболее очевидных внешних факторов, определяющих здоровье и активное долголетие человека. Состояние здоровья как физического, так и психического во многом обусловливается тем, как человек питается, какую роль он отводит еде в своей жизни и насколько рационально его питание.

Виктор Капранчиков, к.б.н.,
нач. отдела по оказанию технологического сервиса, ГК «ЭФКО»

Человек нуждается в определенном количестве белков, жиров, витаминов и других пищевых веществ. Группа молочных продуктов – один из главных источников поступления питательных веществ в организм человека. Именно молочные продукты почти полностью обеспечивают потребности не только детского, но и взрослого организма [1, 2].

Неоднозначное положение в данной группе имеют молокосодержащие продукты. Развернувшаяся в последнее время кампания относительно вреда молокосодержащих продуктов и их места под солнцем, по крайней мере, несправедлива и необоснованна. Мировые тенденции в области питания связаны с созданием именно таких продуктов, способствующих улучшению здоровья при ежедневном употреблении. В мировой практике уже накоплен и хорошо себя зарекомендовал опыт по производству молочных продуктов, содержащих растительные жиры [3]. Истерия в отношении молокосодержащих продуктов в средствах массовой информации частично сдерживает развитие этого направления молочного производства и оставляет в сознании потребителя большие сомнения.

Чаще всего авторы забывают или умалчивают о том, что растительные масла и продукты из них при правильном подходе к переработке масличного сырья, с позиции здорового питания, являются более полезными, чем жиры животного происхождения. Сбалансированный жирнокислотный состав, наличие незаменимых жирных кислот и жирорастворимых витаминов – это тот немногочисленный список веществ, который обязательно должен присутствовать в рационе человека. Ни для кого не секрет, что в последние годы ощущается острый дефицит молочного сырья, а в связи со сложившейся экономической ситуацией вызывает все больший интерес со стороны отечественных производителей.

Нужно понимать, что молокосодержащие продукты – это полноценные продукты, исключающие использование «искусственных компонентов» и содержащие обязательно молочную составляющую: молоко, сливки, масло сливочное и т.д., молочный жир и заменитель молочного жира (ЗМЖ) в пропорциях, обеспечивающих оптимальное для организма человека сочетание поступающих веществ. Они являются хорошим «фундаментом» для внесения в их состав разнообразных функциональных компонентов, таким образом создавая обогащенные продукты для различных групп населения.

Введенный в действие Технический регламент Таможенного союза ТР ТС № 024/11 ограничивает состав и физико-химические свойства заменителя молочного жира. Жесткие требования к безопасности жирового сырья, используемого в производстве ЗМЖ, а также технические возможности предприятия – основной фактор производства высококачественного продукта (табл. 1).

Особого внимания ответственного производителя заслуживают требования к качеству заменителя молочного жира относительно содержания трансизомеров жирных кислот и насыщенных жирных кислот, вступившие в силу в феврале 2015 года. Именно в это время закончился промежуточный период, который позволил производителям масложировой продукции осуществить плавный переход с ФЗ № 90 к ТР ТС 024/11. В соответствии с новыми требованиями, использование заменителя молочного жира с трансизомерами жирных кислот более 8% недопустимо, содержание насыщенных жирных кислот не должно превышать 65%. В табл. 2 приведена сравнительная оценка характеристик качества молочного жира и заменителя молочного жира.

Особое внимание хотелось бы заострить на группе творожных продуктов. По официальным данным, в 2009–

2013 годах продажи творога и творожной продукции в России постоянно росли. Высокий спрос у населения, вероятнее всего, обусловлен низкой стоимостью и постоянным расширением ассортимента. По оценкам, в 2013 году в стране было продано почти 739 тыс. тонн творога и творожной продукции, что на 35% выше показателя 2009 года.

По данным BusinesStat, в 2009–2013 годах на российском рынке творога также наблюдался рост доли продаж творожных продуктов. Если в 2009 году доля творожных изделий составляла 28% рынка, то в 2013 году доля увеличилась почти до 43%.

Доля потребителей творога и творожных продуктов и уровень потребления в России постепенно растут. В 2013 году объем потребления творога и творожных продуктов на одного российского потребителя составил 10,1 кг, что на 2,3 кг больше показателя 2009 года (приведенные значения рассчитаны аналитиками BusinesStat на базе статистики Росстата и ФТС РФ).

ООО «ЭФКО Пищевые Ингредиенты» предлагает своим потребителям широкий ассортимент заменителей молочного жира группы «Эколакт», произведенный в соответствии с мировыми стандартами качества, с использованием современных методов модификации: переэтерификации, фракционирования. Данная группа хорошо зарекомендовала себя при производстве всего спектра молокосодержащих продуктов. Они полностью соответствуют ТР ТС 024/11, максимально приближены к молочному жиру по органолептическим, физико-химическим и структурно-реологическим свойствам.

Для производства целого ряда творожной продукции целесообразно использование особой группы заменителей молочного жира – Oilblend. Данные виды ЗМЖ отличаются достаточной твердостью при температурах от 5 до 20°С и высокой скоростью кристаллизации, что в значительной степени определяет текстуру творожного продукта. Низкая доля ТТГ (до 5%) при 30–35°С обусловливает хорошие органолептические характеристики готового продукта (рис. 1).

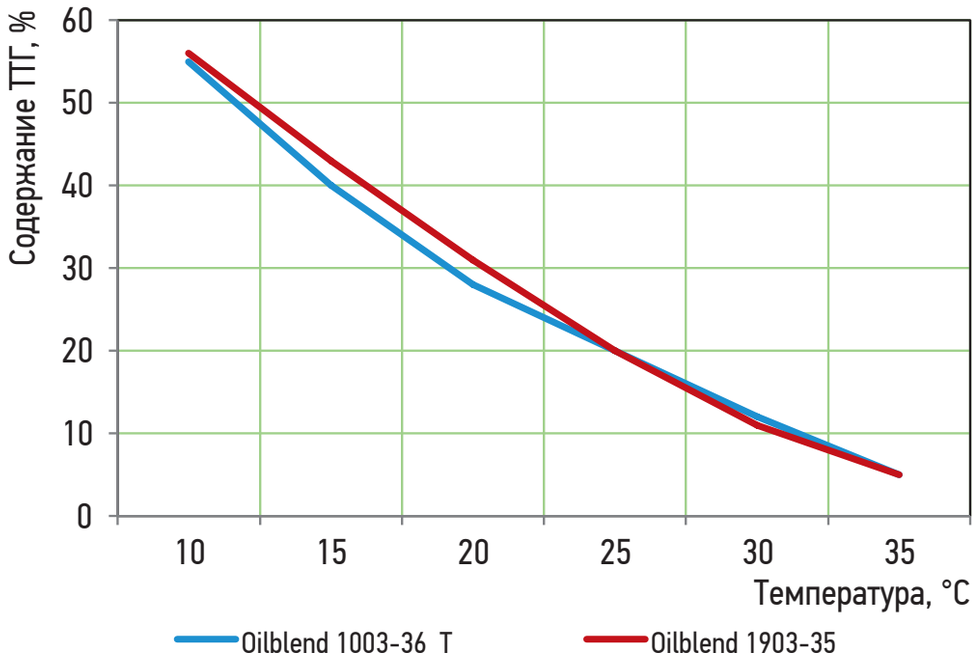


Рис. 1. Заменители молочного жира группы Oilblend

Использование заменителя молочного жира группы Oilblend позволяет получить готовый творожный продукт с высокими потребительскими свойствами, а также:

- увеличивает рентабельность производства творожного продукта;
- снижает зависимость производства от сезонности;
- оказывает положительное влияние на консистенцию и вкусовые качества готового продукта.

В 2014–2018 годах тенденция роста продолжится. С учетом того, что потребление молочных продуктов в стране в настоящее время составляет чуть больше 70% рекомендуемой физиологической нормы, можно говорить о том, что спрос на творог и творожный продукт сохранится, а в долгосрочной перспективе будет расти.

В сложных современных экономических условиях гибкая политика в отношении группы молокосодержащих продуктов позволит молочной и масложировой отраслям держаться на плаву, в тандеме наращивать объемы производства, обеспечивая потребителей вкусной, полезной и качественной продукцией.

Таблица 1. Сравнительная характеристика показателей окислительной порчи масложирового сырья

Показатель	ФЗ № 90	ТР Таможенного союза № 024/11	Международная практика	Стандарты компании «ЭФКО»
Кислотное число	Не нормируется	0,6	0,2	0,2
Перекисное число	10	10	1	1
Анизидиновое число	Не нормируется	Не нормируется	3	3

Таблица 2. Сравнительная характеристика молочного жира и заменителя молочного жира

Показатели	Молочный жир	Требования ТР ТС 024/11	Заменитель молочного жира группы «Эколакт TF»
Температура плавления, °С	29–35	не более 36	27–36
Трансизомеры жирных кислот, %, не более	8	8	8
Насыщенные жирные кислоты, %	45–62	65	38–48
Мононенасыщенные жирные кислоты, %	22–27	–	36–45
Полиненасыщенные жирные кислоты, %	3–4	–	16–25

Литература

1. Мак-Мюррей У. Обмен веществ у человека / Под ред. Н.Е. Беляевой. – М.: Мир, 2000, 366 с.
2. Покровский В.И. и др. Политика здорового питания. Федеральный и региональный уровни. – Новосибирск, 2008, 344 с.
3. Технический регламент на масложировую продукцию ТР ТС 024/2011.
4. Анализ рынка творога и творожных продуктов в России в 2009-2013 г., прогноз на 2014-2018 гг. http://businesstat.ru.

Спортивное питание: специализированные ингредиенты определяют качество

Для производителей спортивного питания сегодня предлагается широкий ассортимент высококачественных ингредиентов – аминокислоты, витамины, натуральные ароматизаторы, заменители сахара, микроэлементы, биологически активные вещества, натуральные экстракты и др.

Вячеслав Колесников,
специально для БПИ

Специализированные ингредиенты

Спортивное питание отличается от обычных повседневных продуктов тем, что содержит значительное количество высокоочищенных натуральных и синтезированных ингредиентов в количествах, необходимых организму при повышенных физических нагрузках. Особый состав спортивного питания сделал его незаменимой составляющей успешных физических тренировок для профессиональных спортсменов и людей, ведущих активный образ жизни.

В спортивном питании выделяют следующие основные группы продукции: высокобелковые смеси (протеины), белково-углеводные смеси, креатины, комплексные и отдельные аминокислоты, сжигатели жира, специальные препараты с активными экстрактами, заменители питания, энергетики.

Для производителей спортивного питания сегодня предлагается широкий ассортимент высококачественных ингредиентов – аминокислоты, витамины, натуральные ароматизаторы, заменители сахара, микроэлементы, биологически активные вещества, натуральные экстракты и др.

Предпочтения потребителей тому или иному продукту спортивного питания в основном зависят от того, с какой целью употребляется этот продукт. По результатам проведенных опросов, наибольшим спросом на рынке спортивного питания пользуется протеин – 59%, далее идут витамины и минералы – 50%, аминокислоты – 48%, креатин – 38%, энергетики – 30%, гейнеры – 18%. Протеины незаменимы для наращивания мышечной массы, использование креатина помогает повысить интенсивность тренировок, повышает выносливость мышц, а потребление аминокислот позволяет быстро восполнить в мышцах затраченные во время тренировок питательные элементы. Основное действие жиросжигателей направлено на расщепление жиров и превращение их в энергию, а гейнеры, наоборот, помогают быстро набрать массу, поскольку в их состав входят высококачественные углеводы и белки, необходимые для увеличения веса и наращивания мышечной массы.

Мировой рынок спортивного питания: США лидируют

Глобальный рынок спортивного питания, по оценке экспертов Global Industry Analysts, к 2018 году достигнет 4,5 млрд евро. Наиболее развит американский (США, Канада) рынок спортивного питания, на его долю приходится порядка 80% мирового рынка. Другим крупным рынком спортивного питания считается Австралия и Новая Зеландия, рынок этих стран насыщен товарами из США. Следующий по размеру рынок – европейские страны, но он намного отстает от регионов-лидеров. В Европе, кроме Германии, нет производителей, способных конкурировать как по размеру, так и по объему продаж с американскими производителями. В некоторых странах до настоящего времени ряд продуктов спортивного питания находится под запретом. Лишь несколько европейских производителей, имеющих мировое признание, способны конкурировать с американскими компаниями.

По прогнозам экспертов Европейского альянса специалистов спортивного питания ESSNA (European Specialist Sports Nutrition Alliance), европейский рынок спортивного питания будет увеличиваться на 2,3% в год до 2018 года. Рынок будет расти в первую очередь за счет увеличения популярности среди населения здорового образа жизни, в том числе регулярных занятий спортом и фитнесом. По мнению д-ра Адама Кэри, председателя ESSNA, «европейская индустрия спортивного питания значительно выросла за последние пять лет, и этот рост продолжится. Это происходит не только благодаря инновациям производителей, многие из которых являются членами ESSNA, но и в связи с тем, что спортивное питание больше не является прерогативой элитных спортсменов, а используется обычными потребителями во всех странах ЕС».

По данным Euromonitor International, рынок спортивного питания в странах Восточной Европы (Россия, Польша, Венгрия, Чехия, Украина, Румыния, Литва, Болгария, Эстония, Латвия, Сербия, Словакия, Босния и Герцеговина, Македония, Словения, Хорватия, Беларусь и Грузия) в 2013 году составил 146 млн евро и вырастет до 230 млн евро в 2018 году.

В 2013 году самой продаваемой категорией продуктов спортивного питания в Европе в целом, в соответствии с данными ESSNA, были углеводные напитки. Белковые продукты были самыми популярными в Восточной Европе и, согласно прогнозам, этот сегмент рынка вырастет с 76,5 млн евро в 2013 году до 121,8 млн евро в 2018 году, считают аналитики Euromonitor.

На российском рынке более 80% – продукты зарубежного производства

Степень развитости рынка спортивного питания всегда тесным

образом связана с популярностью активного образа жизни и общей численностью населения, регулярно занимающегося фитнесом и спортом. По этому показателю Россия сильно уступает развитым странам, поскольку на данный момент, согласно официальным данным, только 16% россиян постоянно занимаются физкультурой и спортом. В Германии, к примеру, 40% населения заботятся о своем физическом развитии и активно занимается спортом, а в США данная цифра составляет почти 60%.

Российский рынок спортивного питания недостаточно развит. Наибольшие продажи продуктов спортивного питания наблюдаются в Москве, Санкт-Петербурге и других городах-миллионниках. Более 80% рынка спортивного питания России составляют продукты зарубежного производства. В нашей стране рынок спортивного питания является большей частью теневым рынком и трудно поддается оценке. Тем не менее, согласно данным Всемирной Федерации индустрии спортивных товаров (WFSGI), в ближайшее десятилетие объем российского рынка спортивного питания может составить 12 млрд руб. (около 5% мирового рынка), а по темпам роста (20–35% в год) уже в ближайшее время он может занять лидирующие позиции.

В одной Москве только, к примеру, работает около 1,5 тыс. фитнес-клубов, при этом около 3% москвичей регулярно посещают их. В больших региональных городах фитнесом занимается 1,5% населения. Таким образом, объем индустрии фитнеса каждый год растет на 40%, и в любом городе с населением в 200 тыс. человек найдется несколько фитнес-залов с магазином спортивного питания, где и приобретаются все необходимые продукты. Согласно проведенным исследованиям, 58% посетителей фитнес-клубов Москвы регулярно потребляют спортивное питание, 27% – от случая к случаю, 12% – в период подготовки к соревнованиям, причем доля мужчин в данной выборке – 78%, а женщин – 22%. Клиентами фитнес-клубов, по большей части, являются люди в возрасте до 25 лет (52% опрошенных).

Сегодня все большее количество людей, занимающихся спортом, (26%) потребляют спортивное питание и довольно результатом; часть населения (13%) с радостью воспользовалась бы такой возможностью, но из-за нехватки средств не может позволить себе потребление спортивного питания; 54% респондентов пока не доверяют спортивному питанию, считая его вредным для здоровья.

В нашей стране наибольшим спросом пользуется спортивное питание производства США и Канады, за ним следует спортивное питание из Германии и других стран Европы (Бельгии, Франции, Англии, Польши и др.) и замыкает данный список российское, которому, к сожалению, наш потребитель не очень доверяет.

Подавляющее большинство потребителей отдают свои предпочтения продукции зарубежных производителей, считая ее наиболее качественной и эффективной. Продукция отечественного производителя может конкурировать с западными образцами лишь с помощью более низких цен. Согласно проведенным опросам, только 13% россиян выбирают отечественные бренды.

Производство спортивного питания в России на несколько десятилетий отстает от западного, причем на отсутствие известных и крупных производств влияет множество факторов: недоверие потребителей к российскому производителю, отсутствие крупных российских поставщиков сырья, большие затраты на сертификацию и организацию производства и многое другое. В силу указанных причин те немногие фирмы, которые производят спортивное питание, не могут завоевать авторитет среди потребителей. Кроме того, российское спортивное питание, по большей части, не обладает теми показателями качества, которые свойственны зарубежным производителям, поскольку технология производства спортивного питания в России значительно уступает зарубежной продукции.

По материалам Foodnavigator-usa.com, Nutraingredients.com, Ingredientsnetwork.com, Protein-amino.livejournal.com, Rosinvest.com.

На фронте какао-продуктов грядут большие перемены!

Новости рынка какао-продуктов в IV квартале 2014 года выглядели для специалистов и игроков не менее увлекательными, чем новости с геополитических фронтов.

Сентябрь 2014 – фьючерсы на какао-бобы подорожали до максимального уровня за три года.

Ноябрь 2014 – на росте спроса прогнозируется дефицит сырья.

Декабрь 2014 – в мире растет дефицит шоколада.

Декабрь 2014 – изменения в большой тройке лидеров мирового бизнеса какао-продуктов.

Становится ясно, что условия на рынке, а также его структуру ждут серьезные изменения. В 2015 году игроков ожидают неожиданные опасности, наряду с новыми возможностями.

А главным мировым ньюсмейкером 2014 года на профильном рынке стала компания Olam International Ltd., купившая бизнес по переработке какао компании ADM, триумфально ворвавшись в большую тройку лидеров. Однако, для рынка России и стран СНГ новоиспеченный лидер также приготовил интересную новость: в феврале 2015 года Olam Food Ingredients Spain, S.L., входящая в группу компаний Olam, приняла решение о начале стратегического партнерства с ГК «ЕВРОСНАБ» с целью развития рынка реализации своих какао-порошков, производимых под брендом МАСАО, и расширения ассортимента.

Что это значит для нашего рынка какао-продуктов?

Во-первых, компания Olam располагает крупнейшей сырьевой ресурсной базой производства какао-бобов на трех континентах, а именно – в Кот-д'Ивуаре, Нигерии, Гане, Индонезии и Эквадоре. Кот-д'Ивуар, по прогнозам Financial Times, по итогам 2014 года может стать мировым лидером по переработке какао-бобов, обеспечивая прирост в 10% по сравнению с 2013 годом. Добиться таких показателей ивуарийцам удалось, в том числе, с помощью компании Olam, построившей фабрику по переработке какао-бобов мощностью 70 тыс. тонн в год в Сан-Педро, где находится один из главных портов экспорта какао. Следовательно, недостаток сырья, который прогнозируется в целом по рынку, Olam не грозит. Это, конечно, гарантирует производителям шоколада постоянный доступ к источникам высококачественного сырья и его надежные поставки в соответствии с договорными обязательствами. А главное – значительно компенсирует волатильность цен на биржевой товар – какао-бобы и получаемые из них полуфабрикаты, такие как какао-порошок и какао-масло. Насколько цены Olam Food Ingredients Spain, S.L будут более выгодными по сравнению с другими производителями какао-продуктов прогнозировать сложно. Однако фактор «лучшей цены» для компании является ключевым приоритетом.

Во-вторых, высочайший уровень качества продукции компании Olam Food Ingredients Spain, S.L трудно отрицать. Современные производственные мощности в странах ресурсной базы; сертификация по

ISO/ HACCP; лаборатория, способная сделать полный набор физико-химических и микробиологических анализов, включая измерение цвета; уникальный экспериментальный завод, позволяющий компании разрабатывать какао-порошки по индивидуальным требованиям; маркетинговые офисы в крупнейших странах-потребителях, позволяющие оперативно обрабатывать обратную связь от потребителей. Данный список эффективных инновационных инструментов и современная политика управления качеством позволили добиться признания качества продукции в Западной и Восточной Европе.

В-третьих, выбор партнера для продвижения своих продуктов на рынках России и СНГ. ГК «ЕВРОСНАБ» – это международная компания, зарекомендовавшая себя на рынках России и в странах Центральной Азии, профессиональным «выводом» и развитием лидеров мирового рынка пищевых ингредиентов. В большинстве регионов ГК «ЕВРОСНАБ» эксклюзивно представляет интересы таких глобальных игроков как Givaudan, DSM, Hydrosol, TetraPak. То есть, компания знает, как обеспечить наиболее эффективные стратегии продвижения. Развитая дистрибьюторская сеть – офисы и технологические центры ГК «ЕВРОСНАБ» расположены в Европе, России и в странах Центральной Азии, отлаженная логистика на базе консолидационных складов, размещенных в Европе. Сближает партнеров внедрение инновационных продуктов на рынке, а также общее отношение к управлению качеством.

Что получит наш рынок?

Уникальный ассортимент натуральных и алкализованных какао-порошков под собственным брендом MACAO. Высокую стабильность поставок и цен. Профессиональную технологическую поддержку. Безусловное качество продукции. Все это дает возможность декларировать популярный и привлекательный тезис для потребителей: «Наилучшее соотношение цены и качества».

Конечно, такое смелое утверждение могут оспорить конкуренты. Однако опыт и профессионализм Olam Food Ingredients Spain, S.L. и ГК «ЕВРОСНАБ» позволяет взглянуть на планы партнеров с изрядной долей оптимизма. Во всяком случае, стабильная политика мирового лидера – производителя какао-продуктов – это то, что больше всего необходимо на таком сложном и изменчивом рынке в текущем году.

ЕВРОСНАБ

ЕВРОСНАБ Россия,
109004, Россия, Москва
Земляной Вал, 75
Тел: + 7 495 988 73 70
Факс: + 7 495 507 14 62
info@eurosnab.com
www.eurosnab.com

Food ingredients Russia

международная выставка пищевых ингредиентов

Food ingredients Russia

Health ingredients Russia

Участвуя в выставке, вы сможете:

- продемонстрировать продукцию компании перед специалистами пищевой индустрии со всего мира
- установить контакты с крупнейшими производителями и поставщиками продуктов питания и напитков из России, СНГ и зарубежных стран
- проанализировать современные рыночные тенденции и выбрать путь развития вашей компании в условиях отечественной импортозависимости
- узнать о потребностях и предпочтениях ваших потенциальных клиентов с целью развития и модернизации собственных производственных мощностей

27–29 апреля 2015

75 павильон, зал А, ВДНХ (ВВЦ)
Москва

За подробной информацией обращайтесь:

тел./факс: +7 (812) 303-88-67
E-mail: fi@restec.ru
www.fi-russia.ru

Организаторы: РЕСТЭК® Выставочное объединение, UBM

ЗАБРОНИРУЙТЕ ВАШ СТЕНД НА www.fi-russia.ru

Встречаем будущее с «чистой этикеткой»

Требования потребителей – это весомые тенденции в пищевой промышленности. Также забота о здоровье всегда является приоритетом для многих покупателей, и продукты с «чистой этикеткой», а также с этикеткой «свободный от» завоевывают все большую долю рынка. Новая серия негидрогенизированных жиров ААК для взбитых сливок дает производителям возможность следовать этим тенденциям.

Гидрирование – это процесс, используемый для изменения профиля плавления жира. Полная, либо частичная гидрогенизация используется для получения нужных твердостных характеристик и свойств жиров. При частичной гидрогенизации образуются трансизомеры жирных кислот. Хорошо известно, что продукты, содержащие трансизомеры жирных кислот, представляют собой потенциальную угрозу здоровью. Диетологи советуют исключать продукты, содержащие транжиры, из своего повседневного рациона. Полностью гидрогенизированные жиры не содержат трансизомеров, но несмотря на это, законодательство требует декларировать, что жир произведен с применением метода гидрогенизации. В данной ситуации спрос на продукты, полученные без использования гидрогенизации, возрастает. Применение негидрогенизированных жиров позволяет продукту иметь так называемую «чистую этикетку», что помогает удовлетворить желания знающих потребителей.

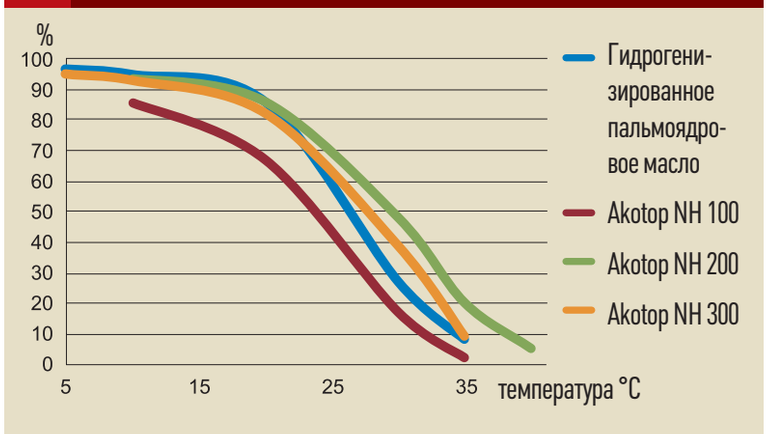
Растительные жиры с улучшенной функциональностью

С заменой молочных жиров растительными улучшается функциональность продукта. Сливки для взбивания на основе растительного жира имеют ряд преимуществ, таких, как высокая взбитость и стабильность пены. Растительные сливки надежно сохраняют форму, не теряют свойств при замораживании и разморозке. Все эти параметры очень важны для кондитеров. Готовый крем должен представлять собой устойчивую воздушную пену с нежной, эластичной и однородной структурой. Следует также учесть возможность добавления фруктов и ягод, что весьма проблематично при использовании натуральных молочных сливок.

Простые решения

Кроме того, такая тенденция, как удобство, создает спрос на «простые решения». В последние несколько лет наблюдается рост рыночной доли кондитерских изделий, которые могут храниться в замороженном виде и попадают на прилавок непосредственно после оттаивания. Стабильность крема и сохранение первоначальных свойств при замораживании и разморозке являются очень важными параметрами при выборе сливок. Кондитерский крем состоит из различных ингредиентов, но жир играет важную роль в создании структуры и взбитости сливок.

Рис. 1 Содержание твердых триглицеридов, %



Спрос на «чистую этикетку»

Традиционно гидрогенизированные жиры использовались для производства растительных сливок для взбивания. С увеличением информированности потребителей и их заботе о здоровье растет спрос на продукты с «чистой этикеткой». Также новый закон по маркировке в ЕС, который вступил в силу в декабре прошлого года, требует указывать содержание гидрогенизированных жиров в списке ингредиентов.

Линейка негидрогенизированных жиров ААК

ААК имеет долголетний опыт работы с различными решениями для производства растительных сливок для взбивания. Для удовлетворения текущей тенденции, специалистами нашей компании разработана новая линейка негидрогенизированных жиров, которые являются более стабильными и могут быть использованы во многих видах продуктов. Akotop NH-диапазон состоит из жиров, специально разработанных для производства сливок на основе обезжиренного молока, а также для сладких кремов на основе воды, сахара и жира. Традиционно для производства растительных сливок для взбивания использовались гидрогенизированные жиры, но сейчас той же превосходной функциональности продукта можно достичь с жирами, произведенными без процесса гидрогенизации. Глубокое понимание процессов кристаллизации жира позволило экспертам компании ААК создать негидрогенизированные продукты, которые являются отличной альтернативой гидрогенизированным жирам. Это позволяет иметь «чистую этикетку» и идти в ногу с мировыми тенденциями, заботясь о здоровье потребителей.

За более подробной информацией обращайтесь в московский офис ААК по телефону: +7(495)937-60-01.
Наш адрес: Москва, Подсосенский пер., д.20, стр.1.

Таблица 1. Продуктовая линейка

	Akotop NH 100	Akotop NH 200	Akotop NH 300	Гидрогенизированное пальмоядовое масло
Применение	Сливки на основе обезжиренного молока	Сладкие сливки	Широкий спектр применения	Широкий спектр применения
Точка плавления, °C	31	41	36	36

Дрожжевые экстракты Bio Springer

Основанная в 1872 году в Париже компания ***Bio Springer*** является одной из старейших и крупнейших производителей пищевых ингредиентов на основе дрожжей в мире. Bio Springer производит дрожжевые экстракты, используемые для формирования вкуса готовых пищевых продуктов. ООО «АКАДЕМИЯ-Т» – официальный дистрибьютор компании Bio Springer в России, оказывает полную технологическую поддержку клиентам по применению дрожжевых экстрактов Bio Springer в производстве различных пищевых продуктов и смесей.

Стефани Солесио,
компания Bio Springer,
Алеся Сабурова,
Екатерина Баженова,
компания ООО «АКАДЕМИЯ-Т»

Компания Bio Springer

Bio Springer – один из старейших и крупнейших производителей пищевых ингредиентов на основе дрожжей в мире, имеет шесть заводов во Франции, США, Бразилии, Китае и Австралии. Bio Springer ориентируется только на продвижение натуральных ингредиентов в пищевую промышленность.

Bio Springer производит дрожжевые экстракты, используемые для формирования вкуса готовых пищевых продуктов, так как успешный вкус – это ключевой момент в продвижении продукции. При этом Bio Springer следует главным тенденциям пищевой промышленности – забота о здоровье потребителя и растущая популярность органических продуктов.

Создание вкуса

Springer® – это линейка дрожжевых экстрактов, которые помогают производителям создавать натуральные и полезные для здоровья пищевые продукты. Продукты Bio Springer незаменимы в создании вкуса, они предлагают решения по улучшению вкусового профиля с помощью естественной базовой ноты, вкусов Umami (умами) и Kokumi (кокуми), а также помогают снизить содержание соли и жира в готовом продукте. Ассортимент продукции Bio Springer включает дрожжевые экстракты, сухие инактивированные дрожжи, автолизированные дрожжи.

Дрожжевые экстракты – натуральные ингредиенты, полученные из дрожжей. Из тех же дрожжей, которые потребители традиционно используют для выпечки хлеба и ферментации пива. Дрожжевые экстракты получают в результате природного распада клеток дрожжей при их нагревании, затем клеточные стенки дрожжей отделяют от водорастворимой части, создавая конечный продукт, который легко использовать. Дрожжевые экстракты Bio Springer имеют широкий диапазон применения: супы, соусы, бульоны, снеки, продукты быстрого приготовления, вкусоароматические смеси, приправы, маринады, готовые блюда, рыбные и мясные продукты, каши, а также продукты сладкой группы – быстрорастворимые напитки, кондитерские изделия и многое другое.

Bio Springer предлагает следующие дрожжевые экстракты и дрожжевые продукты:

- SPRINGER® – базовые дрожжевые экстракты, которые превосходно улучшают бульонные и мясные ноты. С помощью этих профилей можно разработать вкус, который создает и улучшает «тело» пищевых продуктов.
- SPRINGER 2000® – дрожжевые экстракты, богатые натуральными нуклеотидами, формируют бульонные и сливочные ноты, идеально маскируют горький и кислый привкусы. Дрожжевые экстракты SPRINGER 2000® придают характерный вкус продукту, а также вкус умами, что позволяет снизить или исключить использование глутамата натрия.
- SPRINGER 4000® – дрожжевые экстракты, богатые аминокислотами и пептидами. Они обогащают вкус продуктов, делают его более выраженным и насыщенным, обеспечивают вкус кокуми.
- SPRINGAROM® представляет собой ряд специфических вкусовых баз, полученных из дрожжевых экстрактов. Они позволяют еще больше выделить вкус с помощью широкого спектра мясных нот (курица, говядина, мясная подливка, ноты копчения и т.д.).
- SPRINGALINE® – сухие инактивированные дрожжи, идеальный носитель для приправ. Также этот продукт очень хорошо связывает воду и может быть использован в мясных и других продуктах.
- SPRINGALYS® – сухие автолизированные дрожжи, прекрасный выбор в качестве носителя для приправ, вкусоароматических смесей и для покрытия снеков, придает тонкие ноты жареных, зерновых и орехов.

Компания Bio Springer недавно запустила новую линейку продуктов – **органические дрожжевые экстракты и органические инактивированные сухие дрожжи.**

Снижение потребления соли

В область применения дрожжевых экстрактов входят пищевые продукты с высоким содержанием хлорида натрия, и поэтому для этой группы наиболее актуально снижение содержания соли. Действительно, высокое потребление соли и ее чрезмерное содержание в пищевых продуктах является одной из основных проблем здравоохранения во всем мире.

Bio Springer предлагает натуральное решение по снижению соли в продукте без ущерба для вкуса, так как ухудшение вкуса продукта – это всегда реальная проблема, когда дело доходит до снижения соли.

Дрожжевые экстракты дают большие возможности для снижения содержания хлорида натрия в различных пищевых продуктах. В частности, они в состоянии заменить соль для улучшения восприятия соленого вкуса, для выделения и изменения вкуса, маскировки горечи, улучшения текстуры. В зависимости от исходного содержания соли и вида продукта с помощью дрожжевых экстрактов можно снизить содержание соли на 25–40%. Выбор решения зависит от желаемого аромата продукта, уровня вкуса умами и возможных функциональных свойств.

Дрожжевые экстракты SPRINGER 2000® являются идеальным решением для сокращения соли, так как они придают продукту вкус умами, участвуют в создании «тела» продукта и продляют ощущение вкуса во рту. Таким образом, это ключевое решение для снижения соли в продукте.

SPRINGER 2000® могут быть использованы в сочетании со SPRINGAROM® в процессе формирования вкуса, они придают продукту определенную вкусовую ноту.

Для некоторых продуктов SPRINGER 2000® могут также использоваться вместе SPRINGALINE® (инактивированные сухие дрожжи), которые выполняют роль ароматической базы, а также имеют функциональные свойства, такие как связывание воды.

Сложность производства продуктов со сниженным содержанием соли состоит в том, чтобы сохранить вкус готового продукта, который нравится потребителям. С этой целью Bio Springer разработал решения, которые делают предпочтения клиента главным ключом успеха в пищевой промышленности.

Инновационная компания ООО «АКАДЕМИЯ-Т» занимается поставками высококачественных ингредиентов для производства пищевых продуктов, напитков, спортивного, функционального питания и БАД.

Тел.: +7(495) 221-26-15
www.lenokis.ru
www.ac-t.ru

СОЗДАЙ СВОЙ ВКУС
НАТУРАЛЬНЫЕ ДРОЖЖЕВЫЕ ЭКСТРАКТЫ

© All rights reserved - 2015 - Bio Springer.

Bio Springer является мировым производителем натуральных вкусовых баз и специфических ароматических нот со 160-летним опытом.
Мы предлагаем производителям пищевых продуктов комплексное решение на базе дрожжевых ингредиентов: дрожжевые экстракты, сухие пищевые дрожжи, автолизированные дрожжи, натуральные ароматизаторы и др.

Bio Springer

A LESAFFRE COMPANY

www.biospringer.com

Иннновационная компания
АКАДЕМИЯ-Т

109029, г.Москва, ул. Большая Калитниковская, д.42,
Подъезд "Б" офис 215.
тел/факс: **(495) 221-26-15**;
http://www.lenokis.ru
http://www.ac-t.ru

Функциональные продукты: тенденции и перспективы

Функциональные продукты питания и напитки сегодня являются самым быстрорастущим сегментом мировой пищевой отрасли. Темпы роста индустрии здорового питания превосходят темпы развития основной пищевой промышленности.

Мария Рекун,
специально для БПИ

Мировой рынок продуктов питания и напитков, направленных на улучшение здоровья и общее хорошее самочувствие (health and wellness), в том числе функциональных, продолжает увеличиваться. По данным Euromonitor, 2014 год стал годом возрожденного роста рынка продуктов категории health and wellness. Это свидетельствует о том, что даже в период экономической нестабильности потребитель не забывает о своем здоровье.

В период 2013–2014 годов рост продаж на мировом рынке продуктов health and wellness оценивается аналитиками Euromonitor на уровне 6,5%, объем продаж достиг 774 млрд долл. По прогнозам Euromonitor, основными драйверами роста данного сегмента в ближайшем будущем станут развивающиеся рынки, в период с 2014 по 2019 год эти регионы смогут генерировать 86% новых продаж. Крупнейший рынок продуктов health and wellness – США, в пятерку лидеров входят также Китай, Япония, Бразилия и Великобритания.

В исследовании компании Leatherhead Food Research, посвященном мировому рынку функциональных продуктов, приведены другие значения основных показателей его развития, что связано с более четким определением рассматриваемых продуктов. Согласно определению, к функциональным относятся только продукты и напитки, которые имеют конкретные функциональные свойства, полезные для здоровья, и не относятся другие продукты, например, такие, как энергетические напитки. По данным Leatherhead, в 2013 году мировой рынок

функциональных пищевых продуктов оценивался в 43,27 млрд долл., за четыре года с 2009-го по 2013 год в стоимостном выражении рынок увеличился на 26,7%. Несмотря на это, темпы роста рынка остаются значительно ниже уровня, наблюдавшегося в первые годы тысячелетия. Рынок пострадал во время глобального экономического спада, и из-за переключения потребителей на более дешевые продукты его рост затормозился.

Перспективные продуктовые категории

По мнению экспертов New Nutrition Business, мировой рынок продуктов для здоровья сейчас находится на переломном этапе развития, и в 2015 году продажи некоторых крупных брендов в этом сегменте снизятся. Категории продуктов, состав которых будет соответствовать современным тенденциям питания, будут наиболее востребованы. Это продукты со сбалансированным составом питательных веществ, имеющие пониженное содержание соли, сахара и жира. При этом эксперты прогнозируют возможное создание инновационных прорывных технологий в этих направлениях. В этой сфере ожидаются значительные инвестиции ведущих игроков рынка. Представим некоторые наиболее перспективные категории функциональных продуктов.

«Меньше сахара». В мире неуклонно растет число людей с избыточной массой тела. Среди «лидеров» по избыточному весу – Китай, Индия, США. Важную роль для развития рынка снижения потребления калорий и управления весом играет использование в пищевой промышленности натуральных подсластителей, например стевии. На мировом рынке использование стевии в производстве продуктов и напитков за последние годы значительно выросло. Согласно прогнозу исследовательской компании Zenith International, у мирового рынка стевии замечательные перспективы, он достигнет 6250 тонн к 2016 году, что эквивалентно 490 млн долл. Среди самых популярных продуктов со стевией продолжают лидировать напитки. Но на рынке также появляются новые продукты с этим натуральным подсластителем – готовые завтраки из злаков, снеки, мороженое, кондитерские изделия, а также джемы и желе.

«Хорошие углеводы». Потребители все больше предпочитают продукты, содержащие значительное количество сложных углеводов с низким гликемическим индексом, которые медленно усваиваются и могут быть источником энергии в течение длительного периода времени. Эта тенденция позитивно влияет на продажи продуктов на основе злаков. Например, в мире растут продажи продуктов из овса, из так называемых древних злаков, из проросшего зерна.

Маркировка «Не содержит». Еще одно перспективное интересное направление развития рынка – расширение выпуска продуктов, не содержащих определенных ингредиентов в своем составе. Сегодня увеличивается спрос на такие продукты, на упаковках которых значатся слова с предлогом «без», например, «без глютена» или «без лактозы». В 2014 году категория таких товаров имела большой успех на рынке. По мнению экспертов Leatherhead Food Research, в этом сегменте ожидается рост активности больших брендов, а продукты выйдут за рамки просто «не содержащих» и начнут соревноваться в рамках своих категорий.

По данным Packaged Facts, ожидаемый объем рынка безглютеновых продуктов к 2017 году достигнет 6,6 млрд долл. Рынок США – крупнейший в мире для продуктов без глютена. Сегодня почти 30% американцев, согласно данным NPD Group, стараются не потреблять продукты, содержащие глютен. Мировой поставщик ингредиентов для продуктов без глютена – компания National Starch Food Innovation в своем

докладе приводит прогноз компании Euromonitor International, что объем рынка продуктов без глютена в Германии вырастет с 2010 по 2015 год на 40%.

«Меньше жира». Спрос на продукты с пониженным содержанием жира остается на высоком уровне. Хотя последние научные исследования показывают, что не всякий жир наносит вред нашему организму, изменение в поведении потребителя происходит очень медленно. Ученые опровергают негативное воздействие молочных жиров и раскрывают все больше положительных эффектов от потребления молочных продуктов. Продажи на молочном рынке будут расти.

«Высокобелковые продукты». Ведущие эксперты рынка прогнозируют дальнейший рост популярности продуктов, содержащих большое количество протеинов. Повышенный спрос на высокобелковые виды сырья и ингредиентов будет способствовать росту продаж данной продукции.

Сегмент функциональных продуктов, содержащих специализированные ингредиенты, добавляющие в продукт свойства, полезные для здоровья, продолжает расти. Прежде всего развиваются такие направления сегмента, как здоровье пищеварительной системы, поддержка иммунитета, здоровье сердца, контроль массы тела, красота изнутри, здоровье мозга и улучшение когнитивных функций, здоровье костей и суставов, кожи и глаз. По данным исследования компании Leatherhead, на мировом рынке функциональных продуктов сегмент продуктов «здоровье сердца» в 2013 году составил 13,75 млрд долл., продуктов, укрепляющих иммунитет, – не менее 1 млрд долл.

Здоровье пищеварительной системы – один из наиболее активно растущих секторов. Сегмент продуктов, улучшающих здоровье пищеварительного тракта, в 2013 году оценивался аналитиками Leatherhead в 16 млрд долл. Наиболее быстро растущий сегмент на этом рыке – пробиотические продукты.

«Пробиотические продукты» – крупнейший сегмент молочного рынка. Спрос на пробиотические молочные изделия, по прогнозу, достигнет 32,2 млрд долл. (24,1 млрд евро) в 2018 году. Помимо молочных, на рынке все больше выпускается продуктов с пробиотиками в других категориях, например, достаточно успешно продается мороженое, сыр, масло, конфеты и хлебобулочные изделия, обогащенные пробиотиками. Европа и Азиатско-Тихоокеанский регион являются доминирующими на рынке пробиотических продуктов. Североамериканские потребители также оценили эти продукты, и этот рынок будет расти в США хорошими темпами.

«Продукты с пребиотиками». Мировой рынок пребиотиков (неперевариваемых пищевых ингредиентов, которые способствуют росту полезных микроорганизмов в кишечнике) растет очень активно, многие компании – ведущие игроки рынка пользуются такой положительной динамикой и, успешно работая, получают хорошую прибыль. Global Industry Analysts прогнозирует, что мировые продажи продуктов, содержащих пребиотики, к 2018 году вырастут до 5 млрд долл.

«Красота изнутри». Популярность продуктов категории «красота изнутри» увеличивается во всем мире, потребители все чаще дополняют использование наружных косметических средств приемом внутрь продуктов, способствующих поддержанию красоты или улучшению внешнего вида. По прогнозу Euromonitor International, глобальные продажи продуктов категории «красота изнутри» достигнут 5 млрд долл. в 2015 году. В настоящее время быстрее всего сегменты таких продуктов нутрикосметики растут на рынках Японии и Китая, объем которых оценивается в более чем 3 млн долл. Европейский рынок таких продуктов увеличивается с меньшей интенсивностью. Это подтверждается исследованием компании Mintel, которое показало, что уровень введения на рынок новых продуктов категории «красота изнутри» в Европе достиг своего пика в 2009 году – почти 40 запусков. В дальнейшем этот показатель стал уменьшаться, в 2012 году было выведено на рынок всего 18 новых продуктов этой категории.

Nutrition

Lonza

Consumer Care

ResistAid™

Поддерживает естественный иммунитет

ResistAid™ – натуральный иммунный ингредиент, поддерживающий врожденный и адаптивный иммунитет, а также здоровье желудочно-кишечного тракта. Производится из Североамериканской лиственницы методом водной экстракции, без участия растворителей.

ResistAid™

ООО "Лонза Рус",
Россия, 115419, Москва,
ул. Орджоникидзе, 11, стр.11.
Тел. (495) 721-2339
contact.ru@lonza.com

www.resistaid.com
www.lonza.com

Ingredients Russia 2015: вкус к развитию

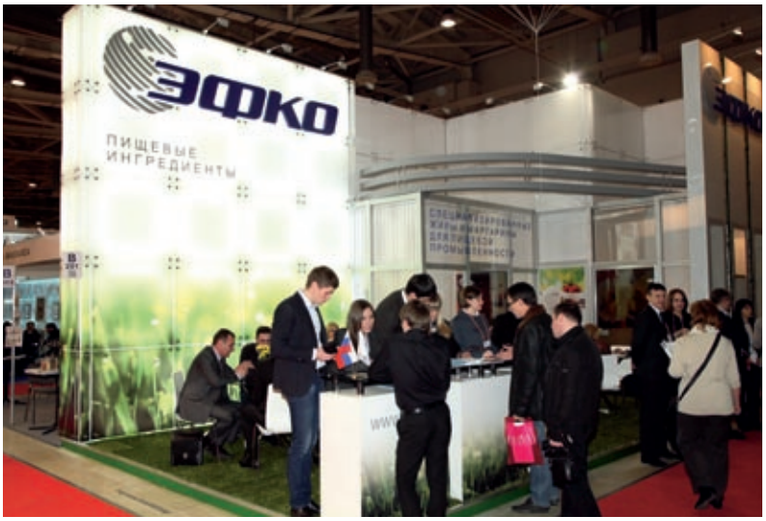
С 17 по 19 марта 2015 года в Москве, на ВДНХ, в павильоне 75 состоится 18-я Международная выставка пищевых ингредиентов Ingredients Russia, на которой традиционно будут представлены ингредиенты для всех видов пищевых производств. Организатор выставки – Международная Группа компаний ITE.

Новые экономические условия становятся и испытанием, и возможностью как для поставщиков пищевых ингредиентов, так и для производителей продуктов питания и напитков – рыночная ситуация требует быстрого реагирования, поиска новых возможностей сохранения и развития бизнеса, позволяет обновить взгляд на конкурентоспособность производимого продукта, на повышение качества, соответствие стандартам, а также на потребности и желания потребителей.

В условиях экономической нестабильности интерес к выставочным мероприятиям со стороны профессиональной аудитории растет. И уже сейчас, за месяц до начала 18-й Международной выставки пищевых ингредиентов Ingredients Russia 2015, можно сказать, что профессиональное сообщество специалистов пищевой индустрии реагирует на вызовы сложившейся ситуации с готовностью, о чем свидетельствует повышенный интерес к выставке: на данный момент количество зарегистрировавшихся специалистов, планирующих посетить выставку, превышает аналогичные показатели прошлого года на 30%.

Продукция компаний – участниц выставки Ingredients Russia 2015 разнообразна, охватывает все отрасли пищевого производства и включает в себя тысячи наименований ингредиентов, а также инновационных решений для пищевых производств.

Натуральные антимикробные системы SEA-i® без ГМО, не только с высокой степенью эффективности защищающие продукты питания от микробной порчи, но и открывающие новые, до этого момента недоступные, технологические возможности для производителей, будут представлены бельгийской компанией Bienca S.A. Модифицированные картофельные крахмалы пищевого назначения представит московское представительство шведской компании Lyckeby Starch AB. Широкий спектр безопасных высококачественных ингредиентов для всех видов пищевых производств представит на выставке финский производитель компания Bang & Bonsomer: красители, соли, регуляторы кислотности, загустители и желеобразующие вещества, подсластители, ароматизаторы, нерастворимые волокна, соковые концентраты, технологические добавки – это только неполный список всей продукции, которую предлагает компания в России. Аминокислоты, витамины и минералы, безглютеновые злаковые ингредиенты нового поколения, премиксы, молочные и сывороточные протеины можно будет найти у известного специалиста по наукоемкому производству – компании Glanbia LLC. Широчайший спектр ароматизаторов и других ингредиентов будет представлен российской компанией ООО «Скорпио-Аромат»: ароматизаторы сухих и жидких форм, отдушки, натуральные экстракты, эмульсии, замутнители, вкусоароматические композиции из натуральных олеорезинов и эфирных масел. Витамины, каротиноиды и другие микронутриенты представит компания DSM Nutritional Products (ООО «ДСМ Восточная Европа»). Химическое сырье и ингредиенты для пищевой промышленности будут представлены компанией «Бреннтаг». Комплексные и вкусоароматические смеси для мясной, рыбной, пищеконцентратной, масложировой и молочной промышленности предложит Группа компаний «Омега». Большой выбор декоративных обсыпок,



пищевых красителей и глазирующих агентов, сахар и подсластители, питательные ингредиенты, пищевые волокна и пробиотики представит компания Cornelius Rus, LLC (Корнелиус Рус, ООО).

Работа в такой наукоемкой и высокотехнологичной отрасли, как производство пищевых ингредиентов, требует постоянного обновления знаний как в области технологий и новых тенденций, так и действующего законодательства и стандартов. Для того чтобы помочь специалистам отрасли получить максимум знаний по актуальным вопросам за короткое время, выставка Ingredients Russia по традиции организует специализированную деловую программу. В течение трех дней в рамках выставки будет проходить Международный Форум «Пищевые ингредиенты XXI века». Первый день будет посвящен вопросам интеграции в международное законодательство, перспективам развития и состоянию рынка. Во второй день будут проведены две сессии Форума: первая посвящена здоровому питанию, вторая – производству мороженого. Третий день полностью отдан на обсуждение вопросов применения ингредиентов в отраслях пищевой промышленности. Стать слушателями Форума могут все посетители выставки.

Одна из ежегодных инициатив выставки, осуществляемая Ingredients Russia совместно с Союзом производителей пищевых ингредиентов (СППИ), – это организация «Школы технолога»: экспресс-курса повышения квалификации для специалистов пищевой промышленности. Каждый слушатель Школы по окончании трехдневного курса получает сертификат МГУПП и СППИ о прохождении обучения по программе «Применение ингредиентов в пищевой промышленности». Для того чтобы пройти обучение, необходимо заполнить заявку на сайте выставки.

В специальной зоне ProKonditer в течение трех дней работы выставки будут проходить практические мастер-классы для кондитеров. Возможность посещения мастер-классов предоставляется всем посетителям и участникам выставки. Спонсором зоны мастер-классов традиционно выступит торговый дом «Солнечные продукты». 17 марта состоится мастер-класс «Пирог… как много в этом слове для всех кондитеров слилось!» – приготовление пирогов на основе сдобного дрожжевого, слоеного, песочного, бисквитного теста с использованием специализированных маргаринов и жиров ТМ SolPro. Во второй день выставки пройдет мастер-класс «Выпечка народов мира – калейдоскоп идей»: будет представлена разнообразная выпечка, адаптированная к российскому рынку сырья. И в заключение – мастер-класс «Совместить полезное с приятным!» по выпечке постных изделий с различными добавками и нетрадиционным сырьем.

Одновременно с выставкой Ingredients Russia в 75-м павильоне с 17 по 20 марта пройдет 13-я Международная выставка «Молочная и мясная индустрия», также организованная Международной Группой компаний ITE. На выставке будет представлена крупнейшая экспозиция оборудования и технологий для производства молока и молочных продуктов. В рамках выставки организована обширная деловая программа, затрагивающая важнейшие вопросы молочной и мясной индустрии. Посетители выставки Ingredients Russia смогут без дополнительной регистрации пройти на выставку «Молочная и мясная индустрия».

Зарегистрироваться для бесплатного посещения Ingredients Russia, подробнее узнать о выставке и ознакомиться с деловой программой можно на сайте ***www.ingred.ru.***

«Продэкспо-2015»: зеленый свет российскому производителю

Российский рынок продуктов питания и напитков сегодня переживает непростые времена. Один из существенных факторов, определяющих ситуацию на рынке, – из-за введенных санкций ритейл ищет новых поставщиков взамен европейским. В этом отношении для отечественных производителей настает более благоприятный период. Именно это показала выставка «Продэкспо-2015», прошедшая в феврале в Москве.

«Продэкспо» – самая крупная выставка России по размеру экспозиционных площадей, профессиональному интересу и охвату рынка. Выставка фактически дает старт деловой активности года на продовольственном рынке.

Российский рынок продуктов питания и напитков не теряет своей привлекательности для иностранных компаний. Масштабная экспозиция отразила неослабевающий интерес в мире к продовольственному рынку России. В этом году на площади свыше 100 тыс. кв. м свои новинки и достижения продемонстрировали более 2000 компаний из 65 стран мира, 31 страна выступила на государственном уровне с национальными экспозициями. Такие страны, как Бразилия, Китай, Парагвай, Уругвай, Турция существенно увеличили в этом году свои экспозиционные площади. Например, экспозиция Китая выросла в три раза. На выставку приехали 150 китайских фирм. Латиноамериканский регион на «Продэкспо-2015» представляют около 70 компаний из 7 стран. По-прежнему весьма интересными были экспозиции национальных стендов Франции, Испании, Австрии, Италии, Венгрии, Греции, стран Прибалтики.

«Продэкспо» неизменно ориентирована на российский рынок и отечественного производителя. Россию на выставке представляли 1272 компании – производители и поставщики из всех регионов страны, в том числе и Республики Крым, стремящиеся в изменившейся экономической ситуации расширить и укрепить свои позиции на внутреннем рынке. Предприятия Новосибирской, Смоленской, Кировской, Томской, Тульской и ряда других областей были представлены в рамках коллективных региональных экспозиций.

«Продэкспо-2015» включала 22 тематических салона, охватывающих практически все сегменты российского продовольственного рынка.

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

Широкий спектр разнообразных ингредиентов для различных отраслей можно было увидеть на стендах многих фирм. Такие компании как «Балтийская группа», «Файн Ингредиентс» – поставщики высококачественного сырья для всех отраслей пищевой промышленности, дистрибьюторы крупнейших европейских производителей сырья, представили на выставке последние новинки ассортимента.

Компания «Новапродукт АГ» предлагала на выставке не только диетические и обогащенные продукты, но и сырье для их производства – натуральные заменители сахара (фруктозу, сорбит и др.).

Большой ассортимент ингредиентов из молочного сырья был представлен на стендах российских компаний «Спектр», «Белый остров», «Ува-молоко», «Краун Трэйдинг», «Аутспан Интернешнл» и др., белорусских предприятий (например, Глубокский молочноконсервный комбинат,

«Милкавита»), европейских производителей, таких как «Армор Протеинес» (Франция), «Интерфуд» (Польша) и др.

На выставке были представлены какао-продукты, кондитерские глазури, кондитерские пасты, их предлагали российские компании «Гоциан», «Томер», кондитерская фабрика «Ленинградская» и др. Разнообразные начинки и наполнители предлагали отечественные компании «HaDo», «Сладкая жизнь», «Империя джемов» и др.

Традиционно широко на выставке демонстрировалась ореховая продукция. Разнообразные виды орехов и сухофруктов предлагали компании «Унитрон», «Солнце Востока», «Ланит 99» и многие другие.

Поставщики специй и приправ были представлены на выставке очень широко. Такую продукцию предлагали российские компании «Айдиго», «Биофуд Спайс», «Фарсис», «Приправка», «Партнер», «Сантус» и др. Многие китайские компании, специализирующиеся на производстве и поставках специй, пряностей и сушеных овощей, предлагали на выставке свою продукцию.

В салоне масложировой продукции помимо растительного масла и майонеза были представлены специализированные жиры для различных пищевых отраслей. Продукция компаний «ЭФКО», «Каргилл», «Благо» вызывала большой интерес у посетителей выставки.

«Продэкспо-2015» традиционно стала площадкой для профессионального диалога бизнеса и власти, анализа сложившейся ситуации, обсуждения актуальных проблем и перспектив развития отечественного продовольственного рынка. Деловая программа выставки «Продэкспо-2015» была, как всегда, насыщена и многопланова. Охваченные темы стали откликом на ситуацию в отрасли. Прошли крупные международные отраслевые форумы, конгрессы, конференции, симпозиумы, круглые столы, мастер-классы, многочисленные презентации. Были проведены авторитетные профессиональные конкурсы.

На многих мероприятиях рассматривались вопросы применения пищевых ингредиентов при производстве различных продуктов и напитков. Так, на круглом столе «Актуальные вопросы современного производства мороженого» активно обсуждалась тема изготовления мороженого с использованием заменителей молочного жира. В заседании круглого стола приняли участие специалисты компании «ЭФКО».

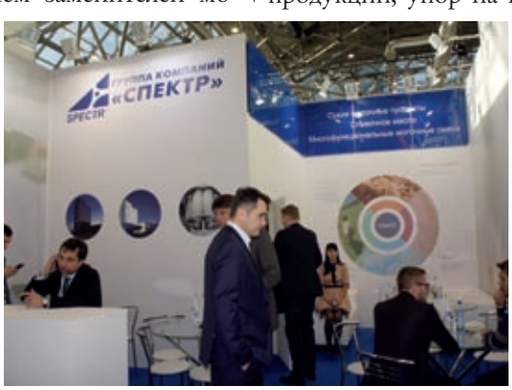
Компания «Балтийская Группа» провела семинар для производителей кондитерских изделий, на котором обсуждались вопросы получения, применения и стабильности ароматизаторов в продуктах, а также особенности использования кондитерских начинок для выпечки. На семинаре ведущие специалисты «Балтийской Группы» и швейцарской компании Givaudan ответили на многочисленные вопросы кондитеров по использованию этих ингредиентов в кондитерском производстве.

В рамках выставки «Продэкспо-2015» состоялся ряд профессиональных конкурсов. Лауреаты конкурсов получили дипломы, а также золотые и серебряные медали за представленную продукцию.

Конкурс «Инновационный продукт» проводится с целью выявления и продвижения на потребительском рынке России продуктов питания с новыми или усовершенствованными потребительскими качествами и призван способствовать продвижению качественной продукции на российском рынке с учетом реализации национального проекта «Здоровье нации». По итогам конкурса два продукта ГК «ЭФКО» – заменитель молочного жира «Экоайс 1503-30» в номинации «Инновации в технологии» и маргарин «Экоуниверсал 1203-32 TF» в номинации «Инновации в составе продукта» были награждены золотыми медалями и дипломами победителя. Вместе с победой компания получила право размещать логотип конкурса и наград на упаковке продукта. Принципы работы ГК «ЭФКО» – это высокое качество продукции, упор на инновации и НИОКР, уникальные решения для партнеров. Сегодня особого внимания ответственного производителя заслуживают требования к качеству заменителя молочного жира (ЗМЖ) относительно содержания трансизомеров жирных кислот и насыщенных жирных кислот, вступившие в силу в феврале 2015 года. Именно в это время закончился промежуточный период, который позволил производителям масложировой продукции осуществить плавный переход с ФЗ № 90 к ТР ТС 024/11. В соответствии с новыми требованиями, использование заменителя молочного жира с трансизомерами жирных кислот более 8% недопустимо, содержание насыщенных жирных кислот не должно превышать 65%. На конкурс ГК «ЭФКО» предоставила ЗМЖ, отвечающий всем нормативным требованиям.

Прошедшая выставка «Продэкспо-2015 показала, что в сегодняшней ситуации производители из самых разных регионов нашей страны стремятся максимально использовать возможность занять освободившиеся в результате санкций ниши на российском рынке. Заметно активизировались производители азиатских стран, латиноамериканского региона. Российский рынок продуктов питания и напитков, безусловно, был и по-прежнему остается очень интересным и привлекательным для иностранных компаний. Выставка продемонстрировала ключевые тенденции продовольственной индустрии, что поможет участникам рынка принять верные решения по развитию своего бизнеса.

Следующая 23-я выставка «Продэкспо-2016» пройдет с 8 по 12 февраля 2016 года в ЦВК «Экспоцентр».



Modern Bakery Moscow 2015 –

главная выставка для хлебопеков и кондитеров

С 22 по 24 апреля в ЦВК «Экспоцентр» в Москве пройдет выставка Modern Bakery Moscow – важнейшая информационная и коммуникационная платформа для российских предприятий хлебопекарной и кондитерской отрасли. Выставка в 21-й раз продемонстрирует новейшее оборудование и ингредиенты для хлебопеков и кондитеров.

Modern Bakery Moscow – единственная выставка на территории России и стран СНГ, на которой представлен весь спектр оборудования и ингредиентов для изготовления хлебобулочных и кондитерских изделий, включая оборудование для выпечки, измерительные приборы, холодильную технику и кондиционеры, упаковку, оборудование для производства фаст-фуда, мороженого, макаронных изделий и пиццы и многое другое.

С июля 2014 года немецкие компании Ost-West-Partner GmbH и Messe Frankfurt Rus объединили свои усилия по организации выставки Modern Bakery Moscow. Обе компании обладают многолетним опытом проведения специализированных выставок в России, что должно благоприятно отразиться на развитии выставки как платформы для международного сотрудничества.

Подготовка к выставке 2015 года идет полным ходом. Свое участие подтвердили такие лидеры рынка, как «Бюлер АГ», «Фаворит Техно», «Торговый Дизайн», Rademaker, «Русская Трапеза», Pansystem, «Пакет-Сервис», «Новакарт», ТОПП, König Maschinen Gmbh, «Восход», СЭМЗ, Revent, Rondo Rus, Miwe Michael Wenz, «Саф-Нева», Kornfeil, Technopool, Fazer, Jac, Leipurien Tukku и др.

Италия, Турция, Швеция, Испания, Португалия, Чехия, Австрия, Франция и многие другие государства присоединились к странам-участницам Modern Bakery Moscow 2015. Помимо индивидуальных участников на выставке по традиции будет представлен Объединенный Немецкий стенд, в рамках которого ведущие производители продемонстрируют свою новейшую продукцию.

Ежегодно выставку сопровождает обширная деловая программа, включающая мастер-классы, семинары и конкурсы. В 2014 году впервые был проведен Конкурс кондитерского искусства, к участию в котором были приглашены профессиональные кондитеры со всего мира. Конкурс станет постоянным мероприятием Modern Bakery Moscow, и в 2015 году вновь будет частью деловой программы выставки.

Деловая программа выставки* в 2015 году представлена несколькими яркими мероприятиями: серия семинаров, конференций и симпозиумов от ведущих отраслевых союзов и институтов страны; Московский конкурс кондитерского искусства; Всероссийский конкурс «Лучший хлеб России – 2015»; курс повышения квалификации технологов «Школа современного хлебопека и кондитера» и, конечно же, ежедневные мастер-классы ведущих компаний отрасли!

В рамках **деловой программы** пройдут следующие сессии:

- Пленарная сессия «Отрасль хлебопечения и кондитерского производства: задачи и перспективы развития»

Выдающиеся представители политики, экономики и отраслевых союзов расскажут об экономических и политических тенденциях развития хлебопекарного и кондитерского рынка.

- «Формирование условий укрепления конкурентного потенциала хлебопекарных предприятий» *в сотрудничестве с НИИ хлебопекарной промышленности*
- «Хлеб – основа здорового питания» *в сотрудничестве с Международной промышленной академией*
- «Новейшие технологии и оборудование в производстве глазури для мороженого» *в сотрудничестве с Союзом мороженщиков России*

В рамках семинара будут представлены доклады ведущих специалистов отрасли на тему производства и применения глазурей для мороженого.

- «Маркировка кондитерских изделий: актуальные вопросы практического применения обязательных требований «первого» пакета Технических регламентов Таможенного союза» *в сотрудничестве с ВНИИ кондитерской промышленности*
- «Практика применения технических регламентов при производстве хлебобулочных изделий» *в сотрудничестве с Международной промышленной академией*
- «Технологии глубокой заморозки в современном хлебопечении: от производства до продаж»
- «Пекарня 21 века: развитие концепта и бизнеса. Управление ассортиментом, выбор ассортимента. Работа в условии кризиса. Как сохранить дело, не разориться».
- «Пищевые ингредиенты: вкусно, полезно и технологично» *в сотрудничестве с Союзом производителей пищевых ингредиентов*

Ведущие компании – производители микроингредиентов и сырьевых компонентов представят слушателям новинки, инновации и технологии их применения для хлебобулочных и кондитерских изделий, а также технологические аспекты применения функциональных добавок и смесей, ферментных и вкусоароматических препаратов, жиров специального назначения

- **Мастер-классы Richemont**

Специалисты ведущего в Швейцарии Центра повышения квалификации по хлебопекарному и кондитерскому мастерству «Richemont» ежедневно будут проводить презентации.

- **Конкурс Кондитерского искусства**

Кондитеры со всего мира приглашены принять участие в конкурсе лучших образцов кондитерского мастерства в следующих категориях: «Лучшее изделие из сахара», «Лучшее изделие из шоколада», «Лучший кондитер», «Декорация тортов», «Лучший молодой кондитер».

- **Ежедневные презентации от компании Sweet Art**

Знаменитый кондитер и автор книг о кондитерском деле Роберт Оппенедер и в этом году поделится своим ноу-хау и мастерством на своем стенде на выставке Modern Bakery Moscow. Он продемонстрирует публике высокое искусство вытягивания, выдувания и отливки карамельной массы в рамках ежедневных презентаций.

- **Школа современного хлебопека и кондитера**

Мероприятие в очередной раз будет проходить в содружестве с Союзом производителей пищевых ингредиентов, Московским государственным университетом пищевых производств, с привлечением крупнейших специалистов ведущих отраслевых институтов: ГосНИИ хлебопекарной промышленности, ВНИИ кондитерской промышленности и НИИ питания.

Дополнительная информация на сайте: www.modern-bakery.ru

* В программе возможны изменения

Modern Bakery Moscow
22-24 апреля 2015

ЦВК «Экспоцентр», Москва

21-я международная специализированная выставка
для хлебопекарного и кондитерского рынка

MODERN BAKERY MOSCOW

O/W/P

Ведущая выставка для России и СНГ
www.modernbakery-moscow.ru

messe frankfurt

Правила входа на выставку:
Предъявив данный билет на стойке регистрации, вы бесплатно получите свой персональный бейдж

21-я международная специализированная выставка для хлебопекарного и кондитерского рынка

22-24 апреля 2015
ЦВК «Экспоцентр»
Москва

ВЕДУЩАЯ ВЫСТАВКА ДЛЯ РОССИИ И СНГ

Для экономии вашего времени рекомендуем пройти предварительную регистрацию на сайте.

www.modernbakery-moscow.ru

messe frankfurt

O/W/P

Компания «Балтийская Группа»

Avicel-plus® – стабилизационная система, новая разработка компании FMC Health and Nutrition, позволяет получить качественные характеристики классического сгущенного молока в аналоговом продукте. Благодаря Avicel-plus® у производителей появилась возможность создать продукт с органолептическими характеристиками традиционного сгущенного молока (консистенция, вязкость, цвет, вкус) и при этом снизить себестоимость рецептуры.

Avicel-plus® – оптимальное решение для экономичных рецептур. Стабилизатор образует устойчивую пространственную структуру и гарантирует отсутствие клейкости конечного продукта. Предотвращается расслоение продукта при длительном хранении. Ощутимое снижение себестоимости позволит предложить потребителям качественный продукт по доступной цене. Замещение молочных компонентов ингредиентами немолочного происхождения не обязательно означает потерю молочного вкуса и запаха. Avicel-plus® не придает постороннего привкуса и не маскирует используемый в рецептуре ароматизатор. Дополнительным преимуществом является стабильность «сгущенки» с Avicel-plus® при употреблении в чае или кофе.

Стабилизаторы FMC Health and Nutrition – это ингредиенты нового поколения, благодаря которым возможно производить продукты, соответствующие самым высоким потребительским ожиданиям по разумной цене.

Удобство применения, оптимизация производственных процессов, сохранение всех показателей в течение всего срока хранения – решение этих вопросов не менее актуально, чем отличные потребительские свойства конечного продукта. Тиксотропные свойства стабилизатора обеспечивают легкость использования: продукт легко перекачивать и фасовать, вязкость продукта восстанавливается по окончании механического воздействия. Отсутствует нарастание вязкости и гелеобразования в процессе хранения.

Компания Hydrosol

HydroTOP – новая серия комплексных компаундов производства компании Hydrosol для вегетарианских и веганских холодных закусок, а также для безмясных альтернатив горячим сосискам.

Эти новые комплексные компаунды уже содержат все ингредиенты, необходимые для полноценной рецептуры, включая легкие базовые специи, которые можно разнообразить по желанию. Состав этих продуктов до мелочей учитывает ожидания потребителей, требовательных к своему питанию.

Новая серия комплексных компаундов HydroTOP содержит различные гидроколлоиды и растительные белки. Для веганских закусок используются соевый и гороховый белок, для вегетарианских версий – гороховый и яичный белок. Стабилизирующие системы не содержат клейковину, молочный белок и фосфаты. В специи совсем не добавляется глутамат. Для окрашивания используется альтернатива кошенили, которая вырабатывается из щитковых тлей и, строго говоря, является продуктом животного происхождения.

С помощью данных комплексных компаундов производители могут изготавливать вегетарианские альтернативы мясным продуктам, по вкусу совсем им не уступающие.

ВНИИ пищевых добавок

Дилактин Форте Плюс – пищевая добавка, антимикробная композиция нового поколения на основе общепризнанно безопасных ингредиентов, имеющих статус Gras. Добавка предназначена для применения в переработке сельхозсырья и в производстве продукции массового потребления, характеризуется безвредностью (токсикологическая безопасность подтверждена результатами определения биопробы на белых лабораторных мышах), отличается новизной (патент РФ 25004204) и соответствует мировым тенденциям развития пищевых технологий (характеризуется антимикробной активностью по отношению к патогенным и потенциально опасным микроорганизмам при достаточно низких концентрациях, антиокислительной и технологической эффективностью).

Пищевая добавка «Дилактин Форте Плюс» успешно применяется в производстве полуфабрикатов (мясной фарш, части тушек птицы) и готовой продукции (пресервы, соусы). Ее применение обеспечивает предотвращение микробной и окислительной порчи, стабилизацию структурно-механических свойств полуфабрикатов и готовой продукции в процессе хранения при низких положительных температурах и пролонгирование сроков годности не менее чем на 50%.

Для практического использования новой добавки разработана необходимая техническая документация, добавка прошла госрегистрацию и выпускается в промышленных масштабах. Она представляет интерес как объект инноваций в различных пищевых технологиях.

ООО «АКАДЕМИЯ-Т»

DUB SE 5S и **DUB SE 11S** – эфиры сахарозы, уникальные многофункциональные эмульгаторы с широким диапазоном применения производства компании Stearinerie Dubois. Это высокоэффективные эмульгаторы без вкуса и запаха, обладающие текстурирующими, диспергирующими, разрыхляющими и смазывающими свойствами. Применение эфиров сахарозы DUB SE позволяет продлевать срок годности изделий, предотвратить процесс кристаллизации, оптимизировать себестоимость рецептуры, ускорить производственный процесс и увеличить выход готового продукта. DUB SE5S и DUB SE11S уже активно применяются в производстве ириса, карамели, шоколада, сахарной и шоколадной глазури, кексов, бисквитов, мясных и молочных изделий, напитков и других продуктов.

Tate & Lyle Food Systems

ХАМУЛЬСИОН®– новые стабилизационные системы, которые предлагаются производителям для решения сложной задачи сохранения высокого качества выпускаемой продукции с одновременным снижением расходов на производство. В непростой экономической ситуации, затронувшей сегодня практически все отрасли российской промышленности, которая не может не оказывать влияние и на выпуск продуктов питания, применение таких инновационных ингредиентов очень актуально.

Для решения этой острой проблемы Tate & Lyle Food Systems предлагает целый ряд новых разработок на основе ХАМУЛЬСИОН®:

- рецептуры для кетчупа второй категории в соответствии с ГОСТ с минимальным содержанием сухих веществ, вносимых с томатными продуктами, а также для производства соуса «а-ля-кетчуп» с минимальным содержанием томатной пасты, который активно востребован сегментом HoReCa.
- решения для производства сырных продуктов типа Моцарелла, Эдам, Гауда с заменой дорогого сырья. Такой сыр прекрасно нарезается, запекается, образуя специфическую румяную корочку, устойчив к заморозке.
- решения для производства бисквитных полуфабрикатов позволяют снизить закладку яйца до 15% и сократить время взбивания до 7 мин. при одновременной закладке всех рецептурных компонентов.

ООО «Реттенмайер Рус»

Суперцель ТМ – линейка растительных пищевых волокон производства компании J.Rettenmaier & Sohne, мирового лидера в области производства пищевых волокон, известных во всем мире под ТМ Витацель.

«Реттенмайер Рус» предлагает широкую линейку растительных пищевых волокон ТМ Суперцель: пшеничные, овсяные, яблочные, бамбуковые, гороховые, картофельные, а также Псилиум и волокна какао. Волокна отлично зарекомендовали себя в мясной, кондитерской, хлебопекарной отраслях пищевой промышленности.

В ассортиментную линейку входят также комплексные функциональные продукты для мясопереработки на основе пищевых волокон.

Компания «Акваром»

MARINETTE Красный лук – уникальный маринад на масляной основе, который идеально подходит для всех видов мясных блюд: рагу, поджарка, бефстроганов, азу, жаркое, антрекоты, а также для всех жареных, тушеных и приготовленных в духовке блюд.

Красный лук отличается от классического кулинарного лука своим мягким, несколько сладковатым вкусом.

По этому образу специалисты создали неповторимый кремовый маринад. «MARINETTE Красный лук» изготовлен на основе закаленного растительного масла, которое не позволяет продукту пригорать при жарке. Маринад готов к употреблению, идеален для гриля и барбекю, обеспечивает минимальный расход.

Мягкая луковая нотка гармонирует со всеми видами мяса: свининой, говядиной, телятиной, бараниной, птицей и дичью.

При изготовлении маринада не использовались дрожжи и усиливающие вкус добавки.

Компания «Хр.Хансен»

CapColors – капсулированные красители производства компании Chr.Hansen – это новое решение для придания ярких и сочных оттенков продуктам снековой группы.

Стандартные продукты снековой группы – чипсы, сухарики, готовые экструдированные завтраки, кукурузные палочки, попкорн – как правило, не отличаются разнообразием окраски. Компания Chr.Hansen предлагает увидеть стандартные снеки в новом «имидже». Для этого компания разработала специальную линейку термо- и светостабильных красителей на основе технологии капсулирования пигмента.

Данная технология уникальна, она позволяет пигменту оставаться стабильным во время воздействия высокой температуры в течение длительного процесса экструдирования или обжарки продуктов, а также в дальнейшем в процессе длительного хранения.

Особенность технологии капсулирования состоит в защите пигмента микрооболочкой, что делает красители Chr.Hansen не только менее чувствительными к агрессивному воздействию температуры, кислорода и кислот, но и повышает их яркость даже при очень низких дозировках. Капсулированные красители Chr.Hansen защищены патентом, представлены как в жидком, так и в порошковом виде.

Компания Ingredion

FOAMATION Q 200 – новый натуральный пенообразующий агент, обеспечивающий стойкое пенообразование и высококачественную текстуру пены в различных безалкогольных напитках. Получаемый из экстракта квиллайи препарат FOAMATION Q 200 может стать натуральной альтернативой более дорогим пенообразователям химического происхождения, таким как PGA (альгинаты пропиленгликоля), а жидкая форма облегчает его введение в новые и существующие рецепты.

Стойкость пены, формируемой FOAMATION Q 200, позволит производителям напитков разработать новые продукты, удовлетворяющие растущий спрос потребителей на содержащие природные компоненты напитки с превосходными органолептическими качествами. Улучшая пенообразующие свойства газированных и ароматизированных напитков с фруктовым вкусом, а также концентратов, например фруктовых сиропов и ликеров, новый продукт придает им более привлекательную для потребителей текстуру.

FOAMATION Q 200 – экстракт коры квиллайи. Это натуральное сырье содержит сапонины, которые являются природными поверхностно-активными веществами, стабилизирующими воду и воздушные пузырьки с образованием стойкой пены. Препарат может использоваться при самых разных производственных условиях, значениях pH и температуры. Являясь жидкостью, он быстро растворяется в продукте, образуя плотную, воздушную пену, более стойкую, чем при использовании альтернативных химических пенообразователей.

FOAMATION Q 200 производится в Чили в условиях экологически рационального производства и является не содержащим ГМО, ISO-сертифицированным, кошерным продуктом. В закрытой упаковке при комнатной температуре препарат может храниться в течение 2 лет (со дня производства). Он имеет нейтральный вкус и, таким образом, не влияет на вкусовые и ароматические качества конечного продукта.

ГК «Евроснаб»

D-11-ASOL, D-11-SSOL – специальные виды какао-порошков для продуктов быстрого приготовления. Лецитинизированные какао-порошки обеспечат высокую растворимость и качество при возможности исключения из рецептуры лецитина. Какао-порошки рекомендованы для производства быстрорастворимых продуктов (напитки, сухие завтраки, десерты).

Уникальность данных какао-порошков в том, что они быстро растворяются без образования комков, имеют приятный вкус и аромат какао. Содержание лецитина в порошках – 5%. Сниженный pH порошков позволяет добавлять витамины к сухим смесям без риска их разрушения.

Посетив экспозицию «Евроснаб» на выставке Ingredients Russia 2015, вы сможете ознакомиться с ассортиментом какао-порошков и других ингредиентов.

ид «Формула» специальное приложение

Бизнес индустрии снеков и продуктов быстрого приготовления

ЖУРНАЛ ДЛЯ ТЕХ, КТО ПРИМЕНЯЕТ, ПРОДАЕТ И ПРОИЗВОДИТ ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА СНЕКОВ

Российские снеки: верность традиционным вкусам
ТРЕНД стр. 48

Орехи: ситуация на рынке
ТРЕНД стр. 50

«Восточная снековая компания» расширяет производство

«Восточная снековая компания» планирует запустить новое производство чипсов в новосибирском промышленно-логистическом парке. Реализация проекта начнется в текущем году, объем инвестиций в него составит около 200 млн руб.

По словам Алексея Кармышева, генерального директора ООО «Восточная снековая компания», благодаря запуску новых производственных мощностей планирует нарастить выпуск картофельных чипсов до 6 млн упаковок в год. В будущем в рамках того же промышленно-логистического парка в Новосибирской области компания намеревается открыть вторую очередь производства прочих снеков.

Мексиканские чипсы из Подмосковья

Компания «Солнце Мехико», которая входит в корпорацию Gruma International Food, вложит 50 млн долл. в строительство завода по производству чипсов в Ступинском районе Московской области. Согласно проекту, новый завод будет выпускать 15 тыс. тонн продукции ежегодно, площадь производственного помещения составит 13 тыс. кв. м.

По словам Дениса Буцаева, заместителя председателя правительства Московской области, окончание строительства чипсового завода намечено на конец 2015 года или начало 2016-го.

Хуан Антонио Гонсалес Морено, глава корпорации Gruma International Food, сообщил, что он считает настоящий момент очень подходящим для выхода на российский рынок. Рональдо Малдонадо, председатель совета директоров Gruma в Европе, Африке и Ближнем Востоке, обнародовал дальнейшие планы компании по открытию еще одного производства в России в течение ближайших трех лет. Для этого в настоящее время корпорация рассматривает подходящие участки.

Фабрика «Виктория» возобновила производство кукурузных палочек

Кондитерская фабрика «Виктория», г. Белореченск, Краснодарский край, возобновила производство сладких снеков – кукурузных палочек, которое было прекращено почти десять лет назад. Такое решение принято предприятием на основе тщательного изучения предпочтений потребителей на рынке Юга России.

Для производства задействована линия экструзии, установленная на фабрике еще в 2004 году. Все это время она использовалась лишь для выпуска сухих завтраков – зерновых «подушечек» с различными наполнителями. Однако оборудование способно производить полтора десятка различных наименований снековой продукции, в том числе сухие завтраки в виде палочек, шариков, колечек, звездочек, картофельные палочки «фри», кукурузные палочки – сладкие и с гастрономическими добавками.

Кукурузные палочки изготавливаются по традиционному рецепту, куда входят лишь сахарная пудра, подсолнечное масло и смесь из трех видов кукурузной крупы.

Решены вопросы поставки сырья необходимого качества. Оно преимущественно местного происхождения – с Кубани и Ставрополья. Достигнута оптимальная мелкозернистая структура палочек, которая вместе с замечательной хрусткостью и воздушностью дает эффект настоящего «таяния» во рту».

Снеки – продукты современного образа жизни

Рацион современного человека существенно отличается от той пищи, которую люди употребляли не только много тысяч лет назад, но и всего несколько десятилетий. Начиная с 90-х годов XX века в нашей стране началось бурное развитие рынка «перекусов». На прилавках российских магазинов стали появляться новые виды снеков. Сегодня снеки, без преувеличения, являются самым популярным видом закуски во всем мире. Ведь это один из самых легких и быстрых способов утолить голод. О развитии индустрии снеков мы побеседовали с д.т.н. профессором, заместителем директора по науке ВНИИ кондитерской промышленности и вице-президентом Союза Производителей Пищевых Ингредиентов **Татьяной Валентиновной Савенковой.**

▸ Какова роль снеков в рационе современного человека? Чем обусловлена любовь потребителя к этой продукции?

В огромном супермаркете и в самой мелкой торговой точке в любом уголке нашей огромной страны снеки продаются обязательно, они пользуются спросом, имеют длительный срок хранения. Садясь за компьютер или в кресло перед телевизором, человек и не осознает, что рука привычно тянется за попкорном или любимым крекером. Не удивительно – все люди любят вкусное, а снековые продукты отличаются приятными вкусовыми качествами.

Снэки или снеки (англ. snack – «легкая закуска») – в англоязычных странах общее название готовых легких блюд, предназначенных для перекуса – утоления голода между основными приемами пищи. На российском рынке снеки пользуются большим спросом.

Товары, относящиеся к снековой группе, объединяют следующие характеристики:

- длительный срок хранения;
- обязательное наличие индивидуальной упаковки;
- небольшой вес пакета;
- готовность продукта к немедленному употреблению.

Легкая закуска, которой можно перекусить, иногда даже на ходу, это и есть снек. На западном рынке снеки уверенно лидируют в рейтинге наиболее употребляемых товаров.

Снековую продукцию можно взять с собой на отдых или в дорогу и вкусно перекусить в поезде хрустящими сухариками или остренькими тиксами под шум колес. Кроме этого, снеки обладают массой других преимуществ. Разнообразные, натуральные и питательные, они пользуются и будут пользоваться огромной популярностью как у взрослых, так и у детей.

Традиция быстрых перекусов пришла к нам из США, где в 1937 году была создана ассоциация производителей снеков, куда вступило более 800 компаний. Традиционные для Америки снеки, как правило, предназначены для быстрого употребления «на ходу» и рассчитаны на большой срок хранения: шоколадные батончики, разнообразные чипсы, попкорн и кукурузные палочки, орешки с сахаром или солью, сухарики.

В России и странах Восточной Европы в качестве «перекуса» традиционно популярны подсолнечные и тыквенные семечки, которые при высокой калорийности богаты разнообразными полезными веществами.

Для России товарная группа «снеки» – явление достаточно новое, если сравнивать с западными странами. Тем не менее этот продукт настолько динамично вошел в жизнь российских граждан (причем за довольно короткий период), что сегодня его можно встретить практически в каждой точке розничной торговли. Снеки набирают все большую популярность при такой насыщенности и бешеных темпах жизни современного человека.

▸ В чем различия классификации снековой продукции у нас и за рубежом?

Международная и российская классификации снековой продукции имеют ряд отличий. Согласно международной классификации, к снекам относятся следующие группы (по данным «Маркет Аналитика»). Соленые снеки: классические (чипсы, продукты экструзии, попкорн), натуральные (семечки, орехи), мучные (сухарики, соленые соломка, печенье), морские (сушеная рыба, кальмары), мясные, сырные и др. Сладкие снеки: классические (сладкий попкорн и пр.), мучные (печенье, вафли), сахаристые (шоколадные батончики, мармелад) и др. Согласно российской классификации, снеки относят к различным товарным группам. Например, шоколадные батончики и мучная продукция традиционно считаются кондитерскими изделиями.

Культура потребления многих кондитерских изделий схожа с культурой потребления снеков, особенно это относится к кондитерским изделиям мелкой расфасовки, таким как вафли, печенье, шоколадные батончики и др. Не случайно в Западной Европе и США понятие снеков значительно шире российского и включает все вышеперечисленные категории. Поэтому при изучении рынка снеков нельзя не затронуть категорию «сладкой» продукции.

Основным мотивом приобретения сладких снеков служит желание полакомиться, съесть что-либо вкусное. Несладкие (соленые) снеки приобретаются с целью утолить легкий голод или как полноценная закуска к пиву и другим напиткам.

▸ Что Вы можете сказать о мировых тенденциях на рынке снеков, и в чем специфика российского рынка?

Мировой рынок снеков продолжает постоянно расти, что вызвано образом жизни потребителей, предпочитающих «удобную» пищу в условиях нехватки времени, а также популяризацией здорового образа жизни. Все больше и больше потребителей выбирают «здоровые» снеки – натуральные, низкокалорийные, содержащие мало жиров и много витаминов, минеральных веществ и клетчатки.

В России снековый рынок появился не так давно, показатели динамики роста его вначале были поразительно высокими. По мере насыщения отечественного рынка снековой продукцией показатели снизились, но тенденция к росту на сегодняшний день продолжает сохраняться.

Еще недавно новая для России категория продуктов – снеки – сегодня уверенно заняла свое место в ассортименте супермаркетов. И если до последнего времени развитие снековой группы характеризовалось устойчивым ростом основных сегментов, то уже сегодня игроки говорят о значительном усилении конкуренции и необходимости расширять предложение новыми продуктами и вкусами. В последние годы российский рынок снеков демонстрирует уверенный рост, а в некоторых сегментах – насыщение.

Несмотря на то что средний уровень потребления снековой продукции в России ниже, чем в других странах, темп роста потребления весьма высок. По данным Euromonitor International, в России в настоящее время потребление снеков на одного жителя составляет около 2,5 кг, в Западной Европе – 4 кг, а в США – около 11 кг.

Высокий уровень конкуренции заставляет производителей с каждым годом экспериментировать не только с новыми вкусами уже существующих видов продукции, но и включать в понятие «снеки» новые продуктовые категории. Так, рыбные, сырные и мясные снеки, которые всего несколько лет назад были новинками на рынке, в настоящий момент стали привычными для российских потребителей.

Согласно статистике, российский потребитель отдает предпочтение соленой или несладкой продукции. Безоговорочным лидером рынка на протяжении нескольких лет являются чипсы, орешки и экструдированные снеки. Эксперты прогнозируют, что у сегмента чипсов на ближайшие пять лет перспективы хорошие, тенденция роста сохранится. Также специалисты отмечают стабильно растущий интерес потребителей к фруктовым снекам.

С каждым годом число сторонников здорового образа жизни увеличивается. Люди придерживаются специальной программы физических нагрузок и режима питания. Как правило, они становятся активными потребителями натуральных фруктовых снеков и смесей. Также следует отметить, что фруктовыми снеками предпочитают перекусывать представительницы прекрасной половины человечества, которые время от времени садятся на разгрузочную диету. Орехи, зерновые хлопья, экструдированные снеки, фруктовые смеси женщины с удовольствием едят сами и дают детям с собой в школу для утоления голода между основными приемами пищи.

Российская специфика потребления снеков заключается в том, что значительная часть соленых и сладких снеков приобретается и употребляется с пивом и другими слабоалкогольными напитками. Поэтому такие показатели этого рынка, как объем производства и потребления, потребительские предпочтения, тенденции и др., оказывают влияние на рынок снеков. Действительно, интерес к разным видам снековой продукции развивается неравномерно и зависит от многих факторов, среди которых образ жизни в числе предопределяющих.

Интересно, что вкусовые предпочтения людей и объем употребления определенной снековой группы меняется в зависимости от времени года. К концу зимы и весной люди налегают на орешки, злаковые и фруктовые снеки, восполняя дефицит витаминов после зимы. В летнюю жару под пиво люди берут рыбные снеки, сухарики и орешки. В прохладный сезон наибольшим спросом пользуются мучные и сахаристые закуски.

Российский рынок снеков в большей степени, по сравнению с зарубежными рынками, подвержен влиянию сезонности. Так, апрель-май и сентябрь-октябрь становятся пиковыми периодами потребления (начало и конец сезона, пикники и т.п.), а летом наблюдается некий спад, связанный с отпусками.

Так, продажи снеков увеличиваются в летние месяцы и сокращаются в зимние, когда падают продажи пива и прохладительных напитков. Что же касается натуральных снеков, то их потребление, наоборот, падает в теплое время года, что связано с появлением свежих овощей и фруктов. Спрос на некоторые категории снеков, например семечки и орехи, менее подвержен сезонным колебаниям, он всегда стабильно высок, поскольку данная категория продукции не рассматривается как альтернатива летним и осенним сезонным продуктам.

Несмотря на стабильный рост, демонстрируемый большинством категорий, среднедушевое потребление снеков в России остается достаточно низким по сравнению с США, странами Западной Европы, а также большинством стран Восточной Европы.

▸ Какова ситуация в различных сегментах рынка снеков? В чем основные отличия по структуре потребления?

Профессиональные аналитики прогнозируют, что на рынке снековой продукции будущее есть только у крупных компаний. Мелкие российские компании имеют шанс удержаться, только объединившись в холдинги или выпуская уникальный нишевый продукт. Трудно выдержать конкуренцию с крупными производителями, которые имеют собственное производство, солидный оборот и налаженную систему сбыта.

Точно такая же ситуация складывается в сегменте крекеров и семечек, которые востребованы россиянами и не популярны среди жителей европейских стран. Такой выбор соотечественников объясняется не только вкусовыми предпочтениями и национальными традициями, имеется и более веская причина – низкая цена. Во время мирового финансового кризиса доходы людей сократились, платежеспособность покупателей снизилась. В новых условиях производители отреагировали сокращением доли сегмента дорогих снеков и увеличением эконом-сегмента. В настоящее время семечки побили все рекорды популярности, а дорогие фисташки и снеки из натурального мяса пользуются меньшим спросом: прослеживается тенденция роста спроса на продукцию в среднем и низком ценовом сегментах.

Цена снековой продукции важна для большинства покупателей, она определяет аудиторию основных потребителей. Согласно информации исследовательского центра, городские жители покупают снековой продукции в 2–3 раза больше, чем жители деревень. Такая тенденция устойчива и характерна для многих групп товара: городские жители имеют более высокие доходы и склонны употреблять более дорогие продукты. Молодые люди, которые пока не работают, т.е. учащиеся и студенты, покупают, например, экономичные сухарики, а не дорогие чипсы. В настоящее время производители предусмотрительно предлагают покупателям различные виды фасовки снековой продукции, которая рассчитана на разный уровень платежеспособности.

Несмотря на то что снековая продукция завоевала российский рынок не так давно, прослеживаются некоторые закономерности и аналогии с положением дел в странах, где снековая промышленность достигла грандиозных масштабов.

Например, в Америке, где за длительный период времени сформировался очень крупный рынок продаж, прослеживается жесткая конкуренция, в результате которой происходит активное продвижение снековой продукции. Тоже происходит и в России: отдельные производители снеков наращивают мощности для ведения борьбы за потребителя, продвигая новые виды качественной продукции по доступной цене. На рынке появляются полезные натуральные снеки, приготовленные из злаковых культур, овощей и орехов, которые подходят для взрослых и детей.

В 2009–2010 годах лидирующим сегментом российского рынка снеков была категория чипсов/криспов, по прогнозам экспертов, она должна была сохранить показатель 43% в натуральном выражении до 2015 года, но рынок вносит свои коррективы, и уже в 2012 году мы наблюдали снижение доли сегмента «чипсы» до 26%, к концу 2014 года она составила около

20%. Сегменты экструдированных снеков и орехов сегодня также занимают значительные доли – 10 и 12% соответственно.

В 2014 году лидирующую позицию также занимают чипсы, однако в последующие три года ожидается увеличение доли рынка в сегментах сухофруктов и орехов.

Чипсы, как отдельный продукт, отличаются по виду сырья: их изготавливают из сырого картофеля или различных видов муки с добавлением крахмала, в том числе кукурузной муки.

Однако кукурузные чипсы на российском рынке не являются очень популярным товаром – они занимают менее 1% в общей доле продаж категории. В 2012 году эксперты оценили объем рынка чипсов в 75 тыс. тонн, а к 2016 году прогнозируется рост до 110 тыс. тонн.

На долю основных производителей чипсов – Mondelez International, PepsiCo, «КДВ Групп», «Русскарт» и «Русский продукт» – приходится около 70% рынка в натуральном выражении. Наиболее популярными чипсами в России являются чипсы со вкусом сыра – их предпочитают 36% потребителей.

Сегмент фруктовых снеков является самым быстрорастущим в стоимостном выражении. Приверженцы здорового образа жизни все чаще выбирают именно эту продукцию.

Самым динамично развивающимся направлением на рынке снеков является сегмент орехов и сухофруктов, так как, несмотря на быстрый ритм жизни современного человека, значительная часть населения начинает уделять особое внимание своему питанию. Неудивительно, что наиболее заметные показатели роста наблюдаются в сегменте орехов и фруктовых снеков.

На рынке «здоровых» снеков начал активно развиваться сегмент хлебцев. На это обратили внимание отечественные производители, начав наращивать объемы выпуска этого продукта, однако импортные производители пока доминируют на рынке.

Такие категории, как попкорн, крендельки и экструдированные снеки не могут соревноваться в популярности с фруктовыми снеками и чипсами.

Наряду с чипсами, к основным снекам, представленным на отечественном рынке, относятся сухарики. Данная категория не является для России новым продуктом. В структуре соленых снеков сухарики занимают третье место в стоимостном выражении с долей в 16% после чипсов и рыбных снеков.

Прослеживается одна специфическая особенность российских снеков – это развитие сегментов, нетипичных для европейского рынка. Группа «Другие» включает в себя такие популярные в России категории, как семечки, крекеры и снеки из морепродуктов. Эти категории составляют существенный процент в общем объеме российского «снекового» рынка.

Структура российского потребления соленых и сладких снеков значительно отличается от структуры потребления стран с развитой экономикой: в отличие от США и Западной Европы, где популярны такие продукты, как чипсы, экструдированные и кукурузные снеки и т. п., в России продажи «других снеков» – традиционных семечек, сухариков и сушеных морепродуктов – ощутимо превышают показатели других категорий.

▸ Какие игроки лидируют на российском снековом рынке?

Примерно 50% российского рынка в натуральном выражении занимают пять крупнейших компаний, которые в целом контролируют всю ситуацию. В пятерке лидеров числятся такие крупные зарубежные компании, как Kraft Foods Inc. и Frito-Lay Inc. Эти компании владеют самыми известными среди россиян брендами – Estrella (Kraft Foods) и Lay's, Cheetos (Frito-Lay).

Большинство лидирующих на рынке брендов принадлежат российским компаниям, однако в разных сегментах лидеры разнятся. Например, на рынке чипсов международные гиганты Kraft Foods и PepsiCo на двоих занимают почти 60% рынка в денежном выражении. Тем не менее именно российские компании лидируют в других сегментах, в частности в самой крупной категории «другие снеки». В ней лидерами являются такие компании, как «КДВ Групп», «Московская ореховая компания» и «Дальпико-Рыбсервис». Упомянутые компании находятся среди лидеров и в целом по всему рынку упакованных сладких и соленых снеков.

С целью удержания своих позиций производителями снековой продукции, скорее всего, будут проводиться новые эксперименты с дизайном упаковки и рекламой для создания дополнительной ценности продуктов насыщенных сегментов. Также продолжит свое развитие направление private label, когда производители снеков будут более активно заключать контракты с розничными сетями, и те смогут предлагать снековую продукцию под собственной маркой

Аналитические данные представлены по материалам «Маркет Аналитика», Euromonitor Inernational.

Беседовала Полина Семенова

Германия: курс на соленые снеки

Согласно международной классификации, снеки относятся к кондитерским изделиям. По данным Nielsen, общий оборот кондитерских изделий Германии в 2014 году составил 13,4 млрд евро, продажи кондитерских изделий упали до 10,1 млрд евро, тогда как в 2013 году они оценивались в 10,2 млрд евро.

В кондитерской отрасли Германии продукция снековой группы занимает следующие позиции (данные IRI, с января по октябрь 2014 года):

- - соленые снеки 23%
- - сладкая выпечка 13%
- - пироги 7%
- - батончики 11%.

По мнению Ханса Штромайера, председателя Правления международного союза Sweets Global Network, в целом 2014 год (по данным до конца октября) был достаточно переменчивым для кондитерской промышленности Германии. По объему производства кондитерской продукции в отрасли наблюдался застой, а согласно стоимостной оценке, наблюдалось повышение на 2,4% по сравнению с 2013 годом. Самый большое прирост в 2014 году был в категории соленых снеков 5,6% (по объему) и 8,2% (по стоимости).

Штефан Ниснер, председатель Федерального союза немецкой кондитерской промышленности, оценивая кондитерской отрасли Германии, отметил, что на рынке снековой продукции страны орехи вытесняют картофельные чипсы, которые до недавнего времени были самой продаваемой товарной категорией среди соленых снеков. По данным IRI, топ самых популярных соленых снеков в Германии выглядит так:

1. Орехи
2. Картофельные чипсы
3. Арахис
4. Чипсы в банках
5. Традиционные национальные снеки.

Глобальный рынок снеков: современные тенденции

В настоящее время популярность снековой продукции растет как никогда. Потребители хотят видеть на прилавках магазинов новые необычные снеки, обладающие интересным вкусом и дающие возможность быстро пополнить запас энергии. Актуальные тренды, существующие сегодня на мировом рынке снеков, открывают новые горизонты для отрасли.

Константин Власов,
специально для БПИ

Инновации – драйвер развития рынка

Активный образ жизни, постоянная занятость приводят к тому, что у потребителей просто отсутствует время для приготовления еды, поэтому они вынуждены все чаще использовать снековую продукцию. Это является дешевым, быстрым и удобным вариантом. Кроме того, снеки удовлетворяют растущий спрос на индивидуальные порции или «мини-блюда». Мировой рынок снеков продолжает постоянно расти, что вызвано образом жизни потребителей, предпочитающих «удобную» пищу в условиях нехватки времени, а также популяризацией здорового образа жизни.

На мировом рынке снековой продукции сегодня наблюдаются интересные тенденции. Изменения происходят и на развитых рынках, таких как США, и на растущих рынках, таких как Юго-Восточная Азия.

Европейский рынок снеков в прошлом году показал сильные позиции – продажи стабильно растут. По словам Себастьяна Эмига, генерального директора Европейской снековой ассоциации (European Snacks Association, ESA), опубликованным на портале BakeryandSnacks.com, «сегмент снеков Европы показывает хороший рост по сравнению с другими секторами рынка продовольствия, хотя отрасль находится в непростых экономических условиях. Производители снековой продукции в ЕС развивают сильный эффективный бизнес».

Традиционные картофельные чипсы – наиболее популярный снековый продукт во многих странах мира

Основный фактор, развивающий рынок снеков и в Европе, и во всем мире – применение инноваций и разработка новых продуктов. Внедрение новых технологий, применение новых сырьевых материалов – современный тренд снековой индустрии, двигающий его вперед. Себастьян Эмиг отмечает такие инновации, как использование специальных процессов экструзии, изготовление особых гранул, добавление растворенных в масле ароматизаторов в самом конце обработки, применение древних зерновых культур в индустрии снеков и др.

Изменение концепции потребления

Развитие рынка во многом зависит от культуры потребления данной категории продукции. Концепция потребления снеков сильно изменилась за последние годы. Снек – продукт, употребляемый, как правило, во время перекуса между основными приемами пищи и для быстрого утоления голода. Рост продаж и разнообразие видов снеков расширяется по мере увеличения поводов для перекуса на протяжении всего дня. Современный темп жизни становится все более динамичным, поэтому число постоянных потребителей снеков увеличивается. Исследование рынка снеков, проведенное фирмой Dupont, показало, что более 86% американцев употребляют снеки ежедневно. Количество употребления снеков в день также выросло, если в 2010 году в среднем оно составляло 1,9 раза, то в 2014 году – 2,8 раза (рост на 47%). В 2014 году 51% потребителей употребляют снеки три и более раз в день, 49% потребителей едят снеки 1–2 раза в день.

Сегодня человек вообще ест чаще, чем раньше, – предпочитает несколько небольших приемов пищи в течение дня, а не традиционные завтрак, обед и ужин. По данным исследования Packaged Facts, в 2014 году 38,5% опрошенных указали, что они едят несколько небольших приемов пищи вместо трех больших блюд, 10 лет назад этот показатель не превышал и трети респондентов.

Данные Dupont подтверждают тенденцию, что снеки употребляют в пищу в течение всего дня. Исследование 2014 года показало, что 18% респондентов едят снеки утром, 37% – в обеденное время, 68% – во второй половине дня, 62% – в вечернее время и 46% – поздно ночью.

По мнению маркетологов, завтрак – хорошая возможность для развития концепций новых снеков. Потребители теперь часто заменяют традиционный завтрак на более удобные снеки. Задача производителя – предоставить потребителю легкий, доставляющий удовольствие продукт, который также будет оправдывать его ожидания в получении здоровой полезной пищи для полноценного завтрака.

Потребители ценят комфорт и поэтому ищут продукты, которые удовлетворяли бы их потребность в еде «на ходу», что соответствует концепции активного образа жизни. С расширением видов продуктов, которые можно употреблять «на ходу», растут ожидания потребителей в отношении возможности широкого выбора снеков

с новыми вкусами, текстурами и представленных в новых формах. Упаковки продуктов, которые позволяют употреблять их содержимое «на ходу», их различные форматы и «миксы» также оказывают влияние на рост потребления снеков.

Еще одна тенденция современного продуктового рынка – расширение границ рынка снеков. Происходит сближение и смешивание продуктовых категорий, и сегодня акцент производства снековой продукции сместился в сторону кондитерского рынка.

Приоритетные вкусовые направления

По мнению экспертов, в ближайшем будущем, как и в прошедшем 2014 году, на рынке появится еще больше снеков с необычными пряными вкусами и ароматами. Сегодня наблюдается четкая тенденция к более широкому использованию специй и пряностей в производстве новой снековой продукции.

Использование смешанных вкусов в таких комбинациях, как «сладкий и соленый», появляющееся в снековых инновационных продуктах, также набирает обороты. Целый ряд новых продуктов имеют такое необычное сочетание вкусов, например, попкорн в коричном сахаре, соленые крендельки, картофельные чипсы и батончики в шоколаде и др.

Кроме того, наблюдается расширение географических границ вкуса. Влияние марокканских специй и восточных ароматов в настоящее время оказывается особенно сильным. Также используется сырье из этих регионов. Например, под влиянием растущего спроса на полках магазинов США стали появляться снеки из стран Ближнего Востока, Азии и Средиземноморья на основе нута, чечевицы и водорослей.

Еще одна тенденция – более широкое распространение фруктовых вкусов, в первую очередь вкуса манго. В сегменте снеков набирают популярность сублимированные тропические фрукты и продукты с добавлением аппетитных сладких соусов.

Наиболее заметные показатели роста сегодня наблюдаются в сегменте фруктовых и овощных чипсов

Тем не менее, несмотря на многочисленные инновации в области вкусоароматики, традиционные ароматизаторы остаются наиболее перспективными, хотя они и могут сильно различаться в зависимости от страны потребления продукта.

Снеки для здоровья

В мире продолжает расти стремление к здоровому образу жизни, которое предусматривает прием здоровой пищи, что заставляет некоторых потребителей искать альтернативные продукты, содержащие натуральные и полезные ингредиенты, а также сочетающие в себе одновременно интересный вкус, пользу для здоровья, простоту и удобство в употреблении. Поэтому все больше потребителей выбирают «здоровые» снеки, натуральные, низкокалорийные, содержащие мало жиров и много витаминов, минеральных веществ и пищевых волокон.

Здоровье и натуральность являются основными ключевыми факторами на рынке снеков. Эксперты ожидают рост спроса на натуральное сырье, используемое и в качестве основного компонента снека, и как ингредиент рецептуры.

Производители снеков в последние годы разрабатывали и выпускали новую продукцию, несущую пользу для здоровья. Так, в Европе было запущено много новых продуктов, которые производятся без обжаривания, путем запекания, содержат менее 70% жира, обогащены пищевыми волокнами или сделаны из многозерновых смесей.

В ближайшем будущем на рынке появится еще больше снеков с необычными пряными вкусами и ароматами. Сегодня наблюдается четкая тенденция к более широкому использованию специй и пряностей в производстве новой снековой продукции.

В США еще несколько лет назад на государственном уровне введена программа, нацеленная на то, чтобы приучить американцев потреблять только здоровую пищу. Продавцы и производители снеков в этой стране больше не могут игнорировать введение правительством моды на здоровый образ жизни. Теперь производители снеков, так или иначе, должны содействовать правительственной программе и производить здоровую продукцию. По данным компании Innova Market Insights, доля фирм, позиционирующих свои снеки как полезные для здоровья, выросла в США с 56% в 2011 году до 71% в 2013 году.

Одними из новых и популярных здоровых снеков стали продукты на основе морских водорослей. В первой половине 2013 года на американском рынке появилось 16 новых снеков с водорослями. Компания Beanitos заменила в своей рецептуре кукурузу на черные бобы и фасоль пинто, указывая на этикетке, что теперь снеки имеют низкий гликемический индекс и высокое содержание клетчатки.

Японская компания Calbee в апреле запустила на американском рынке чипсы Snapea из гороховых стручков. Калифорнийская Wonderfully Raw Gourmet расширила линейку за счет закуски из сушеных овощей – пастернака и брюссельской капусты. Компания Starbucks Corp. также сообщила, что намерена расширить свое присутствие в сегменте здорового питания США, в частности, выпущена новая линия снеков Evolution Harvest в партнерстве с ритейлером Whole Foods Market Inc. Новая линия снеков впоследствии будет расширена и дополнена смесями из сухофруктов и орехов.

Тенденция увеличения производства функциональных снековых продуктов остается в силе. Спрос на здоровые и полезные снеки в прошедшем году продолжил набирать обороты. Снековые продукты предлага-

ют огромное разнообразие преимуществ для здоровья и полезного питания – отсутствие глютена, применение натуральных компонентов, цельнозерновых смесей, обогащение витаминами, антиоксидантами и другими ингредиентами, привносящими в продукт пользу для здоровья.

Наиболее заметные показатели роста наблюдаются в сегменте фруктовых и овощных чипсов, которые в отличие от большей части других снеков для перекуса воспринимаются как натуральный и здоровый продукт.

Одной из основных тенденций на рынке снеков можно назвать более широкое использование орехов, в первую очередь миндаля. По данным Innova Market Insights, использование миндаля в снековой продукции продолжает расти высокими темпами, главным образом в Европе. Миндаль – универсальный продукт, он широко применяется при изготовлении сладостей, острых закусок и набирающих популярность изделий со смелыми необычными вкусами.

Широкое использование орехов в индустрии снеков – современная тенденция на мировом рынке

Снек с миндалем соответствует основным современным тенденциям – это вкусный, натуральный, полезный для здоровья продукт. Использование миндаля в продукте улучшает его вкус и текстуру, повышает хрустящие свойства. По мнению экспертов Sterling-Rice Group, более половины европейских потребителей считают, что миндаль является правильным выбором, который соответствует принципам здорового образа жизни. Миндаль является натуральным источником белка и клетчатки, содержит 15 эссенциальных питательных веществ, в том числе витамин Е (65% суточной потребности организма). Кроме того, миндальные снеки относятся к безглютеновой продукции, спрос на которую непрерывно растет. Сегодня европейские потребители делают ставку на миндаль как на наиболее универсальный продукт по сравнению с другими орехами.

Растущее потребление снеков и увеличивающийся диапазон поводов для перекуса постоянно расширяют возможности производителей воспользоваться этой категорией продукции. На рынке снеков сектор ореховой продукции – один из самых динамично развивающихся. Он будет расти и в дальнейшем, как и весь сегмент натуральных и полезных для здоровья снеков, так как несмотря на быстрый ритм жизни современного человека, значительная часть населения уделяет особое внимание своему питанию.

По материалам BakeryandSnacks.com, FoodNavigator-USA.com, Foodingredientsfirst.com.

Международная выставка

VIV Russia 2015

МЯСНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ & КУРИНЫЙ КОРОЛЬ

ИНДУСТРИЯ ХОЛОДА для АПК

19-21 Мая

Москва, Крокус Экспо

САММИТ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ОТРАСЛИ | 18 МАЯ, LOTTE HOTEL MOSCOW

FEED to MEAT

Организаторы:

Асти Групп выставочная компания

Тел.: +7 (495) 797-6914 • Факс: +7 (495) 797-6915

E-mail: info@vivrussia.ru

www.vivrussia.ru • www.viv.net

Organized by:

vnu exhibitions europe

Российские снеки: верность традиционным вкусам

В последние годы российский рынок снеков демонстрирует уверенный рост, который будет наблюдаться и дальше. Однако темпы роста российского рынка снижаются, это связано с насыщением его отдельных сегментов.

Екатерина Калачева,
специально для БПИ

Тенденции рынка снековой продукции

В современной жизни снеки – соленые и сладкие – сопровождают нас в течение всего дня. Ассортимент снеков постоянно расширяется. Сегодня снековая продукция включает в себя не только традиционные чипсы, крекеры, мелкую выпечку, экструзионную продукцию, сухарики, орешки, попкорн, семечки, но и снеки из мяса, рыбы, морепродуктов, фруктов, овощей, сыра и пр.

Российский рынок снеков продолжает стабильно расти и развиваться: появляются новые производители, расширяется ассортимент, создаются новые вкусы. По темпам роста продаж снеки опережают рынок продуктов в целом.

В последние годы российский рынок снеков демонстрирует уверенный рост, который будет наблюдаться и дальше. Однако темпы роста российского рынка снижаются: это связано с насыщением его отдельных сегментов.

По данным компании «Маркет Аналитика», в 2014 году средний годовой прирост на рынке снеков составит 3% в натуральном и 1% в денежном выражении (без учета инфляции). Эксперты прогнозируют, что среднегодовой прирост рынка в ближайшие годы останется на этом же уровне. Российский рынок снеков по структуре продуктовых категорий отличается от рынка западных стран – в нашей стране большой популярностью пользуется такая снековая продукция, как сухарики, семечки, сухие рыбо- и морепродукты.

Чипсы являются наиболее крупной категорией рынка снеков. В 2014 году лидирующую позицию также занимали чипсы, однако в последующие годы ожидается увеличение доли рынка сегментов сухофруктов и орехов. Но сегодня чипсы – самый большой сегмент рынка и все еще активно растущий. В 2012 году, по данным компании «Маркет Аналитика», объем рынка чипсов составил 75 тыс. тонн, а в 2015 году прогнозируется рост до 106 тыс. тонн.

К основным сегментам также можно отнести сухарики. В структуре соленых снеков сухарики занимают третье место в стоимостном выражении после чипсов и рыбных снеков. В 2012 году объем рынка сухариков составлял 39 тыс. тонн и, по прогнозам экспертов, в 2014 году он возрастет до 44 тыс. тонн.

Сегмент снеков из рыбы и морепродуктов на российском рынке активно растет, по оценке экспертов «Маркет Аналитика», с 2008 по 2012 год он увеличился на 10%. Сегмент мясных снеков пока развит слабо, но он считается одним из самых перспективных, эксперты прогнозируют рост рынка мясных и колбасных снеков.

В 2014 году сохраняется интерес со стороны покупателей к сегменту натуральных «здоровых» снеков (сухофрукты, орехи, продукты с добавленной пользой для здоровья), что объясняется усилением среди россиян интереса к здоровому образу жизни, в том числе здоровому питанию.

По мнению экспертов «Маркет Аналитика», среди тенденций, определяющих развитие рынка снеков на ближайшие несколько лет, выделяются активное развитие сегмента хлебцев и попкорна, а также дальнейший рост продаж орехов и фруктовых снеков.

Рост осведомленности потребителей о положительных для здоровья свойствах отдельных сегментов снековой продукции, в первую очередь орехов и фруктовых снеков, будет способствовать дальнейшему развитию рынка.

Сегмент орехов и сухофруктов сегодня стал самым динамично развивающимся на рынке нату-

ральных снеков. В ассортименте сегмента как традиционные продукты, так и экзотические орехи (пекан, макадамия и бразильский орех) и сухофрукты (ананас, дыня, манго, папайя). Сегодня наблюдается стабильный спрос на экзотическую продукцию, однако число потребителей и объемы потребления экзотики несоизмеримо меньше, чем у традиционных видов продукции. Рост интереса к экзотическим продуктам – это усиливающаяся тенденция последних лет, которая связана с повышением качества жизни потребителей, расширением «продуктового кругозора», а также маркетинговой активностью производителей.

Предпочтения потребителей

Изучение потребительских предпочтений, проведенное компанией Synovate Comcon (исследование за 9 месяцев 2014 года) показало, что большей популярностью у россиян пользуется снековая продукция традиционных вкусов. Так, чипсы, хотя и являются продуктом иностранного происхождения, демонстрируют российский колорит во вкусе. Наиболее популярный вкус чипсов – вкус традиционной закуски средней полосы «Сметана и лук» (такие чипсы покупают 47% потребителей категории, и здесь предпочтения россиян стабильны на протяжении последних пяти лет). При этом классические вкусовые сочетания картофеля с грибами или картофеля с сыром становятся все менее популярны (-5,1% и -3,3% за последние пять лет, соответственно), уступая место чипсам без вкусовых добавок (+3,5%).

Наиболее популярный вкус чипсов – «Сметана и лук» (такие чипсы покупают 47% потребителей, и здесь предпочтения россиян стабильны на протяжении последних пяти лет). При этом классические вкусовые сочетания картофеля с грибами или картофеля с сыром становятся все менее популярны (-5,1 и -3,3% за последние пять лет, соответственно), уступая место чипсам без вкусовых добавок (+3,5%).

Среди потребителей сухариков также наблюдается тренд предпочтения традиционных для России вкусов. Например, наиболее активно растет число любителей сухариков со вкусом «Холодец с хреном» (+11,4% за последние пять лет). Сухарики со вкусом грибов также наращивают аудиторию (по данным 9 месяцев 2014 года 20% потребителей сухариков выбирали этот вкус, +3,5% за последние пять лет). А сырный вкус сухариков теряет число поклонников (-3%), так же как уменьшается и доля любителей сырных добавок у чипсов.

Исследование предпочтений в сегменте семечек показало, что россияне подавляющим большинством склоняются в пользу привычных традиционных черных семечек – их предпочли 95% потребителей семечек в упаковке, 17% выбирали белые турецкие с ореховым вкусом, а полосатые сорта привлекли только 12% потребителей категории.

Несмотря на растущую популярность снековой продукции у российского потребителя, среднедушевое потребление снеков в России остается достаточно низким – в 4,4 раза ниже, чем в США, и в 1,6 раза меньше, чем в странах Западной Европы. По данным Euromonitor International, в России потребление снеков на одного жителя составляет около 2,5 кг, в Западной Европе – 4 кг, а в США – около 11 кг. Это говорит о том, что в нашей стране для развития рынка снеков есть еще есть значительный потенциал.

Орехи: ситуация на рынке

Самый популярный вид натуральных снеков – орехи. Грецкий орех, миндаль, арахис, фисташки, кешью, фундук, бразильский орех – вот далеко не полный список разновидностей орехов, которые присутствуют сегодня на российском рынке.

Дмитрий Будько,
специально для БПИ

Согласно социологическим опросам, орехи пользуются у россиян особой любовью, при этом более 50% потребителей ореховых снеков обязательно покупают новинки, выпускаемые производителями брендов, к которым они привыкли, а 15% – готовы покупать абсолютно новые продукты, появляющиеся на рынке. Это способствует росту спроса на эту категорию снеков, что увеличивает объем отечественного рынка орехов.

По данным исследования GfK Rus, в 2014 году на отечественном рынке орехов наблюдался сдержанный рост – 5,5%, однако развитие рынка будет существенно зависеть от экономической ситуации в стране и динамики доходов населения. Российский рынок орехов в денежном выражении растет преимущественно за счет ценовых факторов.

Российский рынок орехов состоит в основном из импортной продукции, что обусловлено климатическими условиями нашей страны. Наибольшую долю в импорте орехов в натуральном выражении занимает арахис, далее идут миндаль, фисташки, кешью, фундук, грецкие орехи и другие виды орехов.

Объемы импорта орехов зависят от различных факторов, влияющих на цену продукта. Рассмотрим ситуацию на рынке по каждому виду орехов в основных странах-экспортерах.

Арахис

IndexMundi (информационный портал, который собирает факты и статистические данные из различных источников по всему миру) опубликовал данные о поведении цен на арахис за последние 6 месяцев 2014 года, их анализ показывает, что за период с апреля по октябрь арахис подешевел на 19,04%. По прогнозу экспертов, мировой экспорт арахиса сократится на 10,07% до 2543 тыс. тонн в сезоне 2014/2015 в сравнении с сезоном 2013/2014. Основными странами – поставщиками арахиса в нашу страну являются Китай, Индия, Аргентина, США, Бразилия, ЮАР.

Индия. Индийский совет по производству и экспорту масличных культур при министерстве торговли (IOPEPC) подвел итоги прошедшего маркетингового года 2013/14 и наметил цели и задачи на предстоящий сезон. По оценке IOPEPC, Индия является вторым по объему мировым производителем арахиса, в прошедшем сезоне Индия экспортировала арахиса незначительно меньше, чем в предыдущем сезоне: 257 443 тонн (против 299 482 тонн). Для того чтобы постоянно расширять долю индийского продукта на мировом рынке, Индии надо решить две непростые задачи, а именно: доступ на рынки и проблемы с качеством экспортируемого продукта. Многие страны создают искусственные торговые барьеры, препятствующие проникновению индийского арахиса на свои рынки. Проблема качества ореха действительно очень серьезная проблема, связанная с афлатоксином, из-за которого индийский продукт практически отсутствует на европейском рынке. В настоящий момент Совет совместно с министерством торговли готовит поправки в фитосанитарный кодекс по афлатоксину, который будет соответствовать стандартам ЕС. Совет надеется, что новое регулирование позволит значительно увеличить экспорт индийского арахиса в Европу.

США. В настоящее время в США, по данным Agfax.com, несмотря на превосходное качество и низкий уровень афлатоксина, предложение на новый урожай арахиса на внутреннем рынке ограничено, а на экспорт в Европу вообще отсутствует. Бланшированные мощности полностью загружены до лета 2015 года. Запасы лущеного пищевого арахиса на 31 октября 2014 года оказались на 7% выше показателей предыдущего года и составляют в натуральном выражении 1 814 369 тонн (против 1 714 579 тонн).

Бразилия. Согласно последним оценкам бразильской национальной компании CONAB, производители арахиса соберут в сезоне 2014/15 рекордный урожай на уровне 345,4–365,2 тыс. тонн, что на 9,37–15,64% больше урожая предыдущего года (315,8 тыс. тонн). Несмотря на предполагаемое увеличение объема нового урожая, посевные площади под арахис сократились до 99,1–104,4 тыс. га, против засеянных 105,3 тыс. га в прошлом году, таким образом, средний урожай арахиса должен достичь 3,5 тонны с 1 га (против 3 тонн годом раньше). Производство арахиса в Бразилии концентрируется в южных регионах. Основным производителем является штат Сан Пауло, в котором выращивается 70% всего бразильского арахиса. Главной проблемой арахисовой отрасли в Бразилии яв-

ляется афлатоксин. По мнению экспертов, на это частично влияют климатические условия, способствующие развитию грибка, частично – отсутствие адекватного ухода за растениями, но главной причиной этой проблемы они считают неэффективную работу государственных служб, ответственных за мониторинг афлатоксина.

ЮАР. В новом сезоне в ЮАР наблюдается значительный спрос на арахис со стороны фермеров, и, соответственно, ожидается значительное увеличение посевных площадей под арахис, как минимум на 11,3%. Такое решение фермеров связано, во-первых, с резким падением цен в последние месяцы на кукурузу, пшеницу и сою, во-вторых, производство арахиса менее прозрачно для банков при оценке затрат.

Российский рынок орехов состоит в основном из импортной продукции. Наибольшую долю в импорте орехов в натуральном выражении занимает арахис, далее идут миндаль, фисташки, кешью, фундук, грецкие орехи и другие виды орехов.

Кешью

Мировое производство ореха кешью оценивается, по данным FAO, приблизительно в 3 млн тонн ежегодно. Основными поставщиками сырья кешью на мировой рынок являются Вьетнам, Нигерия, Индия, Бразилия и Индонезия. Вьетнам, Индия и Бразилия совокупно дают более 90% мирового экспорта орехов. Изначально кешью введено в культуру в Бразилии, теперь его выращивают в 32 странах мира с теплым и влажным климатом. Всего в мире плантациями кешью занято более 35 тыс. кв. км.

По данным thehindubusinessline.com, рынок сырых орехов кешью (RCN) с августа до середины октября 2014 года двигался вверх. При этом цены на западноафриканские RCN выросли.

Согласно рыночным источникам, индийский орех кешью имеет самую адекватную цену, двигающуюся в довольно узком диапазоне, по сравнению с ценами на другие орехи на индийском рынке. В связи с тем, что, начиная с середины августа и вплоть до середины октября, рынок орехов кешью демонстрировал тенденцию к росту, деловая активность на рынке явно находилась в депрессивном состоянии. Несмотря на то что рынок орехов кешью находится сегодня в довольно неопределенной ситуации, при которой трудно прогнозировать, в какую сторону он будет двигаться, тем не менее, по мнению экспертов, цены на ядра орехов кешью будут держаться на уровне 7,50–8,16 долл./кг в течение следующих 3–4 месяцев, а может быть, даже дольше.

Фундук

Почти 75% мирового производства фундука приходится на Турцию, которая экспортирует 70% своей продукции по всему миру. Таким образом, без преувеличения можно сказать, что урожай турецкого фундука определяет ситуацию на глобальном рынке в целом. Экспортный сезон 2014/2015 года стартовал 1 сентября при средней цене предложения 10 042 долл. за 1 тонну ореха без скорлупы, сообщает www.agra-net.net.

Согласно информации Союза экспортеров черноморского фундука, в сентябре Турция экспортировала порядка 22,5 тыс. тонн фундука на 225 млн долл. За аналогичный период 2013 года было экспортировано 32 тыс. тонн ореха (221 млн долл.). Так как урожай в этом году низкий, цены – очень высокие. Основная масса турецкого экспорта поступила на европейский рынок (около 18 тыс. тонн).

На урожай повлияла цепочка неблагоприятных погодных факторов: сначала мороз в конце марта и в первых числах апреля, затем необычно затяжная засуха, в результате – «неблагоприятная» для рынка цепочка последствий: производство фундука в Турции сократилось приблизительно на 35% в 2014 году, хотя цены при этом выросли гораздо больше, чем на 35%. Несмотря на то что фундук выращивают более чем в 48 провинциях по всей Турции, основное производство сконцентрировано главным образом вдоль турецкого побережья Черного моря. Ореховые сады раскинулись на площади 600–650 тыс. га, и в производство фундука прямо или косвенно вовлечено более 4 млн человек местного населения.

Фундук – относительно нетребовательная культура, и затраты на содержание ореховых деревьев незначительные. Турецкий фундук созревает в течение августа в зависимости от состояния садов и погодных условий. Сбор урожая продолжается обычно несколько недель в августе и сентябре.

Турция производит порядка 650 тыс. тонн продукта при нормальных климатических условиях. Союз экспортеров черноморского фундука оценивает производство этого года на уровне 500 тыс. тонн, а Союз торговых кооперативов фундука считает, что урожай этого года составляет 430 тыс. тонн, и наконец, Министерство сельского хозяйства и животноводства Турции дает цифру в 410 тыс. тонн.

В июле 2014 года итальянский гигант шоколадной продукции Ferrero Group купил Oltan Gıda, который является одним из основных турецких экспортеров фундука. Через эту компанию проходит почти треть всего экспорта продукта, при этом 80% всех поставок идет в Ferrero Rocher. Остальные игроки на турецком рынке опасаются, что теперь главным регулятором цен на фундук станет Ferrero Rocher.

Эксперты глобального рынка фундука из голландской торговой компании Peeters Produkten уверены, что в течение следующих 12 месяцев цены на все продукты, в которых содержится фундук, будут расти из-за неурожайного года в Турции.

Выставки 2015 года

17–19 марта
Ingredients Russia
Москва, ВВЦ, пав. 75
ITE
+7(495) 935-73-50
www.ingred.ru

17–19 марта
Молочная индустрия. Мясная индустрия
Москва, ВВЦ, пав. 75
ITE
+7(495) 935-73-50
www.dairy-industry.ru
www.meat-industry.ru

24–27 марта
Anuga FoodTec
Германия, Кельн
Koelnmesse GmbH
www.anugafoodtec.com

25–28 марта
Пищевая индустрия. Современное хлебопечение
Красноярск, «Красноярская ярмарка»
МВДЦ «Сибирь»
+7(391) 22-88-611, 29-88-805
www.krasfair.ru

24–27 марта
ПродМаш. Холод. Упак
Беларусь, Минск
«Манеж»
(+375) 17-226-95-04,
www.minskexpo.com

25–27 марта
World Food Узбекистан
Ташкент, Узбекистан
НВК «Узэкспоцентр»
ITE Uzbekistan
www.worldfood.uz

7–10 апреля
Сибпродовольствие
Иркутск, «СибЭкспоЦентр»
+7(395 2) 35-22-39
www.sibexpo.ru

15–17 апреля
InterFood Krasnodar. Пищевая индустрия. Винорус. Винотех.
Краснодар, «КраснодарЭКСПО»
+7(861) 200-12-34
www.krasnodarexpo.ru

15–17 апреля
Пивная ярмарка Сибири
Новосибирск,
«Сибирская ярмарка»
+7(383) 363-00-63
www.ite-siberia.ru
www.horex-siberia.ru

21–23 апреля
Интерфуд. Продтех
Санкт-Петербург,
«Ленэкспо»
ITE, «Примэкспо»
http://en.infoodspb.ru

22–24 апреля
Modern Bakery Moscow / Современное хлебопечение
Москва, «Экспоцентр»
Messe Frankfurt
www.modernbakery-moscow.com

27–29 апреля
Food ingredients Russia
Москва, ВВЦ, пав. 75
«UBM», «Рестек»
www.ubmlive.com
http://fi-russia.ru

5–7 мая
Vitafoods Europe
Швейцария, Женева
Informa exhibitions
www.vitafoods.eu.com

13–15 мая
Food Ingredients Istanbul
Турция, Стамбул
«UBM»
+31(0)20 40 99 506
www.figlobal.com, www.ingredientsnetwork.com/event

19–22 мая
Пиво
Сочи, ГК «Жемчужина»
«СОУД-Сочинские выставки»
+7(8622) 62-26-93, 62-30-15
www.soud.ru

21–23 мая
Food Ingredients Vietnam
Вьетнам, Хо Ши Мин
«UBM»
+31(0)20 40 99 506
www.figlobal.com, www.ingredientsnetwork.com/event

28–30 мая
InterFood Astana
Казахстан, Астана,
ВЦ «Корме»
Iteca
+7(727) 258-34-34, 258-34-44
www.iteca.kz

3–5 июня
Интерфуд
Санкт-Петербург, КВЦ «ЭКСПОФОРУМ»
«Примэкспо»
http://interfood.primexpo.ru

24–26 июня
Food Ingredients Asia-China
Китай, Шанхай
«UBM»
+31(0)20 40 99 506
www.figlobal.com/asia-china

11–14 июля
IFT
США, Чикаго Institute of Food Technologists
www.am-fe.ift.org

22–30 августа
Агрорусь
Санкт-Петербург
«Ленэкспо»
+7(812) 321-26-37
www.agrorus.lenexpo.ru
www.lenexpo.ru

9–12 сентября
Напитки
Сочи, ГК «Жемчужина»
«СОУД-Сочинские выставки»
+7(8622) 62-26-93, 62-30-15
www.soud.ru

9–11 сентября
Food Ingredients Asia
Таиланд, Бангкок
«UBM»
www.figlobal.com/asia-thailand

8–11 сентября
Хлебное и кондитерское дело
Белоруссия, Минск
«Хлебпром-Медиа»
(+37517) 292-43-35, 292-44-72
www.expo.hlebopek.by

12–17 сентября
Iba
Германия, Мюнхен
GHM
www.iba.de

14–17 сентября
World Food Moscow
Москва, «Экспоцентр»
ITE
+7(495) 935-73-50
www.world-food.ru

21–24 сентября
Polagra-food. Taropak
Польша, Познань
Poznan international fair ltd
+(4861) 869-20-00
www.polagra-tech.pl

5–9 октября
Агропродмаш
Москва, «Экспоцентр»
+7(495) 255-37-35
www.agroprodmash-expo.ru

7–9 октября
Health Ingredients Japan
Япония, Токио
«UBM»
www.hijapan.info

10–14 октября
Anuga
Германия, Кельн
Koelnmesse GmbH
www.anuga.com

14–15 октября
Food Ingredients India
Индия, Бомбей
«UBM»
www.figlobal.com/india

20–23 октября
Агропромышленная неделя
Иркутск, «Сибэкспоцентр»
+7(3952) 35-22-39, 35-13-98
www.sibexpo.ru

21–23 октября
InterFood Siberia
Новосибирск, Экспоцентр
ITE Сибирская ярмарка
+7(383) 363-00-63/36
www.interfood-siberia.ru

21–23 октября
Ростов гостеприимный
Ростов-на-Дону
КВЦ «ВертолЭкспо»
+7(863) 268-77-68
www.vertolexpo.ru

28–30 октября
ВолгоградАГРО
Волгоград
«Волгоградэкспо»
+7(8442) 55-13-15
www.volgogradexpo.ru

10–12 ноября
Brau Beviale
Германия, Нюрберг
Nuremberg Messe
www.brau-beviale.de

10–12 ноября
Петерфуд
Санкт-Петербург
«Империя»
+7(495) 730-79-06, +7(812) 327-49-18
www.peterfood.imperiaforum.ru

18–20 ноября
Агропромышленный форум Сибири
Красноярск
Красноярская ярмарка
МВДЦ «Сибирь»
+7(391) 22-88-611
www.krasfair.ru

24–27 ноября
Югагро
Краснодар
«КраснодарЭкспо»
+7 (861) 200-12-34
www.yugagro.org

1–3 декабря
Fi Europe
Париж, Франция
«UBM»
www.figlobal.com/fieurope

ufi Approved Event

18-я Международная выставка

Пищевых ингредиентов

ingredients RUSSIA

17–19 марта 2015 года

ВДНХ (ВВЦ), Павильон 75
Москва, Россия

ОРГАНИЗАТОР ITE ГРУППА КОМПАНИЙ

По вопросам участия обращайтесь:
Тел.: +7 (495) 935 7350
Факс: +7 (495) 935 7351
ingredients@ite-expo.ru

При поддержке: СППИ

www.ingred.ru

Одновременно Молочная и мясная индустрия

19-я Международная выставка
продуктов питания, напитков и оборудования
для пищевой промышленности

interfood
ST. PETERSBURG

3–5 июня 2015

Место проведения:
Санкт-Петербург, КВЦ «ЭКСПОФОРУМ»

www.interfood-expo.ru

Организаторы:

primexpo ITE

+7 (812) 380 6010
food@primexpo.ru

INVITATION
XXIV МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ
ПИВО
Фестиваль «Море пива в Сочи»
18-20 МАЯ 2015
ПРИГЛАШЕНИЕ

При содействии:
Министерства сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности Краснодарского края, ГНУ Всероссийского научно-исследовательского института пивоваренной, безалкогольной и винодельческой промышленности Российской академии сельскохозяйственных наук (г. Москва), ТПП Краснодарского края, Администрации г. Сочи и Торгово-промышленной палаты г. Сочи

Место проведения:
г. Сочи, Гранд Отель «Жемчужина»

Подробная информация на сайте: **www.soud.ru**

УЧАСТВУЕМ
ПОСЕЩАЕМ
ПЛАНИРУЕМ

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР:
СОЮЗ РОССИЙСКИХ ПИВОВАРОВ, Москва

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАРТНЕР:
ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ
Пивоварение
ПИВО. НАПИТКИ

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПАРТНЕРЫ:

Организатор: ЗАО «СОУД – Сочинские выставки»
Тел./факс: (862) 262-26-93, 262-30-15, 262-10-26, 262-11-02
e-mail: alf@soud.ru, inna@soud.ru, www.soud.ru

ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ ПИВА ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ!

Нормирование пищевых ингредиентов в снековых продуктах

Снековая продукция пользуется высоким спросом у потребителей, ее качество и безопасность 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 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» и ТР ТС 005/2011 «О безопасности упаковки».

При производстве продукции снековой группы применяется широкой спектр пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств, а также функциональных ингредиентов в форме минорных биологически активных компонентов пищи (витамины, минеральные вещества, витаминоподобные и пр.). 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 «согласно ТИ», 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.

Классификации снековой продукции по основным сегментам	Нормативная документация
Соленая группа	
Классические – чипсы, продукты экструзии	По показателям безопасности должны соответствовать требованиям: п. 1.5 Приложения 2 ТР ТС 021/2011. Также рекомендовано применение стандарта ГОСТ 15113.
Натуральные – орехи и семечки	По показателям безопасности должны соответствовать требованиям Приложения 1 ТР ТС 021/2011, п. 1.5 Приложения 2 ТР ТС 021/2011 п. 5 Приложения 3 ТР ТС 021/2011. Также рекомендовано применение стандартов: ГОСТ 31788–2012 «Орехи фисташковые неочищенные. Технические условия»; ГОСТ 16835–81 «Ядра орехов фундука. Технические условия»; ГОСТ 16830–71 «Орехи миндаля сладкого. Технические условия»; ГОСТ 16832–71 «Орехи грецкие. Технические условия»; ГОСТ Р 52827–2007 «Орехи кедровые очищенные. Технические условия»; ГОСТ 28502–90 «Фрукты семечковые сушеные. Технические условия»; ГОСТ 9576–84 «Семена подсолнечника. Сортовые и посевные качества. Технические условия».
Мучные – сухарики, соленая соломка, крекеры и печенье	По показателям безопасности должны соответствовать требованиям: п. 1.4 и 1.12 Приложения 2 ТР ТС 021/2011, п. 4. Приложения 3 ТР ТС 021/2011 Также рекомендовано применение стандартов: ГОСТ 24901–89 «Печенье. Общие технические условия»; ГОСТ 14033–96 «Крекер (сухое печенье). Общие технические условия».
Морские – сушеная рыба, кальмары	По показателям безопасности должны соответствовать требованиям: п. 1.2 Приложения 2 ТР ТС 021/2011, Приложения 4 ТР ТС 021/2011. Также рекомендовано применение стандартов: ГОСТ Р 50380–2005 «Рыба, нерыбные объекты и продукция из них. Термины и определения»; ГОСТ Р 53850–2010 «Кальмар сушеный. Технические условия».
Мясные – мясные чипсы	По показателям безопасности должны соответствовать требованиям: п. 1.1 Приложения 2 ТР ТС 021/2011. Также рекомендовано применение стандарта : ГОСТ Р 55791–2013 «Изделия сырокопченые и сыровяленые из мяса цыплят-бройлеров. Технические условия».
Сырные – копченый сыр	По показателям безопасности должны соответствовать требованиям: п. 2 Приложения 3 ТР ТС 021/2011,а также требованиям ТР ТС 033/2011. Также рекомендовано применение стандартов: ГОСТ Р 52176–2003 «Продукты маслоделия и сыроделия. Термины и определения»; ГОСТ Р 52686–2006 «Сыры. Общие технические условия».
Сладкая группа	
Классические – кукурузные и другие продукты экструзии, попкорн	По показателям безопасности должны соответствовать требованиям: Приложения 1 ТР ТС 021/2011, п. 9 Приложения 3 ТР ТС 021/2011. Также рекомендовано применение стандартов: ГОСТ 19327–84 «Завтраки сухие. Кукурузные палочки и трубочки «Мальвина»; ГОСТ Р 50365–92 «Завтраки сухие. Хлопья кукурузные и пшеничные. Общие технические условия».
Мучные – печенье, вафли	По показателям безопасности должны соответствовать требованиям: п. 1.4 и 1.12 Приложения 2 ТР ТС 021/2011, п. 4. Приложения 3 ТР ТС 021/2011. Также рекомендовано применение стандартов: ГОСТ 24901–89 «Печенье. Общие технические условия»; ГОСТ 14031–68 «Вафли. Технические условия».
Сахаристые – шоколадные батончики, мармелад	По показателям безопасности должны соответствовать требованиям: Приложения 1 ТР ТС 021/2011; п. 1.4 Приложения 2 ТР ТС 021/2011; п. 5. Приложения 3 ТР ТС 021/2011. Также рекомендовано применение стандартов: ГОСТ 6442–89 «Мармелад. Технические условия»; ГОСТ 31721–2012 «Шоколад. Общие технические условия»
Натуральные – злаковые и ореховые батончики	По показателям безопасности должны соответствовать требованиям: Приложения 1 ТР ТС 021/2011; п.1.4 и 1.5 Приложения 2 ТР ТС 021/2011; п.5. Приложения 3 ТР ТС 021/2011. Также рекомендовано применение стандартов: ГОСТ Р 50228–92 «Восточные сладости мучные. Общие технические условия»; ГОСТ Р 50230–92 «Восточные сладости типа мягких конфет. Общие технические условия»; ГОСТ 4570–93 «Конфеты. Общие технические условия».

OMEGA

МЫ СОЗДАЕМ ВКУС®

INGREDIENTS RUSSIA 2015

17 - 19 МАРТА

МОСКВА, ВДНХ (ВВЦ),

ПАВИЛЬОН 75, ЗАЛ В

СТЕНД – В317

ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

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

OMEGA FOOD TECHNOLOGIES

ОМЕГА - НЕВА - Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

ОМЕГА - ЮГ - Г. КРАСНОДАР

ОМЕГА - СИБИРЬ - Г. НОВОСИБИРСК

WWW. OMEGA-TECH.RU WWW.OMEGA-RUS.COM