

Бизнес пищевых ингредиентов

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

№ 6 (111) декабрь 2025 – январь 2026

Зачем производителям
МКИ премиальные
эмульгаторы?
ТЕХНОЛОГ –
ТЕХНОЛОГИ

стр.
16

Е330: история
открытия и варианты
применения
НАУЧНЫЙ
АСПЕКТ

стр.
22

Перспективы СТМ –
самых быстрорастущих
потребителей
ингредиентов
ТРЕНД

стр.
36

Мы
в интернете



Запуск нового завода модифицированных крахмалов РУСТАРК

РУСТАРК во II квартале 2026 года завершит реализацию проекта по производству модифицированных крахмалов на площадке в Краснодарском крае, сообщает пресс-служба компании. Новый завод будет первым в России полномасштабным производством различных видов пищевых и технических модификаций крахмала общей мощностью более 60 тыс. т в год. В качестве сырья будет использоваться восковидная, зубовидная кукуруза, а также тапиока, картофель и др. Объем инвестиций составил около 7,5 млрд руб. Основная цель проекта – развитие отечественного производства критически важных ингредиентов с целью обеспечения продовольственной без-



опасности страны, снижение импортозависимости и развитие экспортных поставок продукции глубокой переработки зерна с высокой добавленной стоимостью.

Сегодня до 80% потребности рынка модифицированных крахмалов удовлетворяется за счет поставок из Китая, Индонезии, Тайваня и других стран. Некоторые категории крахмалов, например Е1442, не производятся в РФ

и полностью ввозятся из-за рубежа. Новые мощности позволят РУСТАРК производить весь актуальный ассортимент крахмалов и предложить конкурентную альтернативу импортным аналогам.

Генеральный директор РУСТАРК Александр Кияткин подчеркнул важную роль государственной поддержки в реализации проекта. Компания активно взаимодействует с органами исполнительной власти Краснодарского края и Министерства сельского хозяйства Российской Федерации. Государственное содействие реализовано посредством предоставления целевых финансовых инструментов, способствующих модернизации предприятия.

20 лет филиалу РОХА ДАЙКЕМ в России

В 2025 году компания РОХА ДАЙКЕМ, одна из крупнейших в мире компаний – производителей пищевых красителей, отметила 50 лет со дня создания. В 2026 году российскому филиалу исполняется 20 лет. Наша цель остается неизменной – беспере-

бийные поставки качественных ингредиентов, в том числе пищевых красителей, высушенных и сублимированных продуктов. Мы благодарны всем нашим партнерам и клиентам за поддержку и вдохновение и готовим много интересных новинок.

КОМПАНИИ, УПОМИНАЕМЫЕ В НОМЕРЕ:

Агропроммаш	26	БИОКОЛ	29
Аквалайн	30	Ватель	
Амадей	30	Консалтинг	30
Амилко	11	ВИДЬЯ РУС	21
АСИЛАБ	16, 21	Виртекс	13
АСТОН	10	ВкусВилл	8, 9, 31

Продолжение на стр. 15

СПОНСОР СПЕЦИАЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ



СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ

Бизнес индустрии напитков

Журнал для тех, кто применяет,
продает и производит ингредиенты
для выпуска напитков

стр. 31

← Наш внутренний рынок обеспечен и сельскохозяйственным сырьем, и продовольствием, а значит, потребители смогут и дальше выбирать именно те продукты, которые им нужны... Для дальнейшего интенсивного развития сектора требуется внедрение высокотехнологичных инструментов последнего поколения. Фактически речь идет о новом этапе формирования продовольственной безопасности страны. Если раньше надо было нарастить объемы выпуска собственных товаров, чтобы сократить импорт, то здесь уже добились весомых результатов, причем за достаточно короткие сроки. → 8



Главное – сохранять оптимизм, дорогие читатели!
В наступившем году это будет достаточно сложно, но именно сейчас оптимизм остро необходим. Вы спросите – как это возможно в бизнесе? Ведь на обозримую перспективу бюджет запланирован дефицитным, снижение покупательной способности будет сопровождаться с увеличением фискальной нагрузки, а сжатие рынков – с ростом накладных расходов? Можно! Смотрите сами.

Рынок продуктов питания находится в выигрышной позиции по сравнению с другими сегментами экономики. Покупатели ИТ-решений или, предположим, недвижимости могут поставить активности «на hold», но трехразовое питание люди не могут отложить «на перспективу». Поэтому производство и продажи продуктов питания – и нужных для этого пищевых ингредиентов! – будут идти на регулярной основе.

Наступившее время прекрасно подходит практически для всех вариантов бизнес-активностей, исключая только личную стагнацию, отказ от динамики, от развития, от инноваций. Сейчас, сохранив контроль над ситуацией, хорошо пробовать разные изменения – обновлять линейки продукции, находить дополнительные рынки сбыта, выходить в новые сегменты, искать новых партнеров и пр. Важность коллабораций особенно видна на пищевом рынке. Они нужны для понимания настроений и пожеланий конечного потребителя – человека, покупателя, едока – без этого сложно выстраивать собственные планы от тактики до стратегий. О стратегиях особенно часто задумываемся на рубеже нового года, и это правильно – сейчас важно видеть перспективу.

Желаю вам, дорогие читатели, умения с оптимизмом смотреть на перспективу!

**Александр Малыревский,
главный редактор**

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

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

Журнал выходит 6 раз в год.

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

Генеральный директор
ООО «Формула»
Андрей Лиханов

Главный редактор журнала
Александр Малыревский

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

Арт-директор Александр Замараев

Корректор Марина Чуланова

ЧИТАЙТЕ В НОМЕРЕ

АКТУАЛЬНО

Итоговое Общее собрание членов СППИ состоялось в ТПП РФ 12

НАУЧНЫЙ АСПЕКТ

Тамара ГОРИНА
Лактазы для создания новых молочных продуктов 14

ТЕХНОЛОГ – ТЕХНОЛОГУ

Марина ЕМЕЛЬЯНОВА, Альберт ИСХАКОВ
О цене и ценности: зачем производителям МКИ премиальные эмульгаторы? 16

Альфия АХМАРОВА

Качество начинается с документа 18

НОВЫЙ АССОРТИМЕНТ

НАУЧНЫЙ АСПЕКТ
Е330: история открытия и варианты применения 22

ДЕЛОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

«Агропромаш»:
цифры, мнения и полезные ссылки 26

Выставка «Продэкспо-2026» ждет вас 9–12 февраля на новой площадке 28

Что ждет индустрию напитков в 2026 году: проблемы, тренды, перспективы 30

СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ

БИЗНЕС ИНДУСТРИИ НАПИТКОВ 31

АКТУАЛЬНО

Статистика предпочтений, тренды сегмента и значение для индустрии ингредиентов 32

ТЕХНОЛОГ – ТЕХНОЛОГУ

Пиво и слабоалкогольные напитки.
Тенденции и перспективы 34

ТРЕНД

Собственные торговые марки:
две стороны одного тренда 36

Журнал распространяется во всех регионах России

ПО ПОДПИСКЕ

Подписной индекс:

- в объединенном каталоге периодических изданий «Почта России» – 41555;

- в каталоге «Урал Пресс» – 41555, <https://www.ural-press.ru/catalog/>

ПЕРСОНАЛЬНОЙ АДРЕСНОЙ РАССЫЛКОЙ

БЕСПЛАТНО:

- по пищевым производствам отрасли, соответствующей тематике СПЕЦИАЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ;

- на специализированных выставках, конференциях и семинарах.

Мнение авторов не всегда совпадает с точкой зрения редакции.

Редакция не несет ответственности за достоверность рекламных материалов.



Наша компания уже более 20 лет на рынке предлагает продукцию Plant Lipids Private Limited (Индия), которая является крупнейшим производителем и экспортером эфирных масел, экстрактов специй, натуральных пищевых красителей, цельных и молотых стерилизованных специй более чем в 80 стран мира.

603087, Н.Новгород,
Казанское шоссе, д.10, к.5, пом.П7,
+7 (831) 211-41-11 / 211-41-12,
info@citiimpeks.ru

АССОРТИМЕНТ ПРОДУКЦИИ:

- Эфирные масла
- Олеорезины и экстракты
- Молотые специи и смеси специй (для снэков и соусов)
- Инкапсулированные продукты
- Ароматизаторы натуральные и идентичные натуральным (для соусов, лапши, снэков, кулинарии и пр.)
- Натуральные пищевые красители
- Антиоксиданты (розмарин, зелёный чай и пр.)
- Фирменные и сверхкритические экстракты (CO2)
- Экстракты ванили, кофе и какао
- Экзотические экстракты
- Нутрицевтические ингредиенты (босвеллия, биоактивная куркума и пр.)
- Разработка уникальных вкусов для снэков, супов и соусов
- Ароматические ингредиенты.

www.plantlipids.com



ВДОХНОВЛЯЙТЕСЬ НАШИМИ УДИВИТЕЛЬНЫМИ ИНГРЕДИЕНТАМИ!

Нет «мясным» названиям для веганских продуктов!



Законодатели ЕС проголосовали за ограничения «мясных» названий для продуктов растительного происхождения, сообщает Food Ingredients. Это коснется сочетания слова «веганский» с названиями, например,

стейков, бургеров или сарделек. Предсказуемо закон приветствуют представители животноводства – от фермеров до изготавителей упомянутых продуктов, а веганское лобби выступает против.

Распространение продуктов питания растительного происхождения предсказуемо, а в имеющихся условиях – когда население растет, а рабочих рук в сельском хозяйстве становится все меньше – похоже, необратимо. Однако использование

устоявшихся терминов для описания привычных продуктов из сырья, которое в данном случае необычно, вряд ли можно считать правильным – это может ввести в заблуждение потребителя.

Дебаты в Европарламенте по этому вопросу идут достаточно давно. Возможно, это постановление не окончательное. Сторонники растительного питания, считающие, что данная инициатива ограничивает их права, намерены оспорить решение Европарламента.

Торты: треть россиян выбирают шоколадные

Смещение предпочтения в сторону шоколадных тортов, которым отдали предпочтение 33% россиян, отмечено в исследовании «Пятерочки», сообщает «Сфера Медиа». Исследование проводили по данным продаж в магазинах компании за десять месяцев 2025 года, но охват в 44 млн проданных тортов делает данные достаточно репрезентативными.

На втором месте по популярности с большим отры-

вом от лидера – всего 17% – идет собирательная «советская классика» (сюда входят, например, наполеон и медовик), на третьем месте с минимальным отрывом – чизкейки, которым отдали предпочтение 16% покупателей. Замыкают пятерку лидеров торты ореховые (5%) и муссовые (4%).

Делающим бизнес на пищевых ингредиентах при продвижении на рынок «кондитерки» стоит делать ак-



цент на шоколад или его заменители, а также на сочетаемые с ними добавки. Вариантов достаточно много: от ванилина до Е150с.

Новый игрок на рынке готовой еды

Готовую еду под собственной торговой маркой запустила сеть гипермаркетов «О'Кей», сообщает «Сфера.Медиа». Основная аудитория линейки продуктов под брендом «О'Кей, готово!» – что предсказуемо – жители крупных городов, на которых и позиционируют «ready to eat».

Линейка, по заявлению компании, создана с акцентом на сбалансированное и полезное питание. На момент запуска компания представила товары «О'Кей, готово!» оптимизированные, скорее, по стоимости: ролл с ветчиной и сыром по цене в 119 руб., мясную шаурму по 225,50 и пр.

Компания обладает собственными производственными мощностями, позволяющими выпускать готовую еду и масштабировать производство. В планах «О'Кей» – расширение ассортимента нового бренда, под которым должны появиться порционные салаты, каши, первые блюда и комплексные рационы.

Всем будет непросто

Россиянам все сложнее решать задачу сохранения ранее привычного уровня жизни: почти две трети (62%) готовы пересмотреть структуру своих расходов и сократить траты, сообщает «Московский комсомолец», а в 2024 году этот показатель составлял 48%. Большинство россиян не рассчитывают на рост собственных доходов в 2026 году со скоростью, опережающей инфляцию.

Россияне намерены отказываться от крупных трат – дорогостоящих покупок, празднований, путешествий и даже планового лечения. На мелких ежедневных покупках экономить пока не намерены, но розничный товарооборот за восемь меся-



цев 2025 года вырос на 2,2% год к году против 8,8% годом ранее, а в 2026 году этот показатель может уйти «в минус».

К снижению покупательной способности россиян следует готовиться всем бизнесам, в том числе производителям продуктов питания и пищевых ингредиентов. В этих условиях хороши все инструменты: оптимизация логистики, изменения рецептур, аккуратное применение инструментов стелсфляции и пр.

Вино выходит в онлайн

Запуск pilotного проекта по реализации спиртных напитков в российском e-commerce запланирован на апрель-сентябрь 2026 года, сообщает ТАСС со ссылкой на выступление Олега Качанова, заместителя главы Минцифры, на форуме «Цифровые решения». В эксперименте будут участвовать только российские вина.

Организация дистанционной продажи алкоголя много



лет актуальна как для e-розницы, так и для производителей спиртного, но технические возможности ее реализации в полном соответствии с требованиями закона и регуляторов появились недавно. Для этого, как отметил Олег Качанов, понадобились два механизма: прямой биометрии, интегрированной в Единую биометрическую систему, и фотографии в цифровом документе, подтвержденной в ЕБС.

Доступность спиртного в онлайн-заказах положительно повлияет на растущий российский рынок e-grocery, объем которого в 2026 году превысит 2 трлн руб., по прогнозам Infoline, сообщает портал New Retail.



OMEGA
МЫ СОЗДАЕМ ВКУС

С НОВЫМ ГОДОМ
И РОЖДЕСТВОМ!

МЫ РАДЫ ВСТРЕЧЕ С ВАМИ

DAIRY TECH-2026
МВЦ КРОКУС ЭКСПО, Павильон 1, Зал 4, Стенд А3053

ПРОДЭКСПО-2026
МВЦ КРОКУС ЭКСПО, Павильон 2, Зал 7, Стенд 7В010

Пальмовое масло: к чему приведут ограничения?



Ряд мер для ограничения использования пальмового масла в продуктах питания – повышение таможенных пошлин, введение акцизов, а также контроль поступившего сырья и готовой продукции – предложил комитет по контролю Государственной Думы, сообщают «Ведомости». Пальмовое масло занимает на российском рынке второе место по потреблению в классе растительных жиров. Оно существенно уступает подсолнечному, но каждый шестой килограмм в национальном спектре потребления растительных масел приходится именно на пальмовое.

В рекомендациях Роспотребнадзора указали на необходимость отменить действия бессрочных сертификатов соответствия

при изменении требований к продукции. Минсельхозу совместно с другими федеральными органами рекомендовали рассмотреть создание целевой программы для развития молочного животноводства. Минпромторгу, Минсельхозу и Роспотребнадзору рекомендовано подготовить предложения по штрафам за введение потребителя в заблуждение, в частности, за скрытие фактов использования в продуктах заменителей молочных жиров и снижения содержания белков. О результатах исполнения рекомендаций велено проинформировать Госдуму.

Повышение пошлин и введение дополнительных акцизов пополнит бюджет, но за счет граждан, которые сейчас вынужденно начинают экономить и переходят на продукты из более дешевых ингредиентов. В такой ситуации контроль за составом продуктов питания становится особенно важным – знание о составе потребляемого позволит россиянам осознанно контролировать свой рацион.

Пельмени с улиткой стали реальностью

В Рязани начали выпуск пельменей ручной работы с мясом серой виноградной улитки, сообщает портал «Мясной эксперт». Изделия с альтернативным белком на данном этапе будут нишевой продукцией, но их поставки уже начаты в рестораны Рязани, по заявлению «Рязанской улитки», а также производителю поступили заказы из Дагестана.

Пельмени с улитками выпускали и раньше. Например, выпуск пельменей из мяса виноградных улиток был еще в доковидные времена, о таком проекте в «Эко-Деревушке» под Коломной

сообщало ТАСС. Продукцию тоже позиционировали как деликатес, а в качестве начинки использовали не фарш из улитки, а целое тело моллюска.

Заметим, что пельмени с моллюсками на российском рынке присутствуют давно. Например, широко представлены изделия с мясом кальмара и каракатицы, которые тоже моллюски согласно общепринятой квалификации видов. Однако и кальмар, и каракатица – это морские моллюски, а вот мясо сухопутных моллюсков в пельменях пока редкость.

Слабоалкогольные коктейли: кризис преодолен?

Летом началось постепенное восстановление категории слабоалкогольных коктейлей, сообщает «Коммерсантъ». Обвальное падение прошлого года (–56,1% объема год к году, по данным Росалкогольтабакконтроля) было вызвано троекратным повышением акцизов на эту категорию продуктов с мая 2024 года. В текущем году падение продолжено (–87,2% за январь–октябрь), но, как отмечают аналитики, летом произошел перелом.

С начала лета идет рост производства, причем значительный на фоне низкой базы: в июле он был троекратным год к году, в октябре менее выраженным, но все же впечатляющим (+10,76% год к году). Сегмент



демонстрирует оживление: оставшиеся производители пересматривают рецептуры и бизнес-процессы, более того – в сегмент выходят новые игроки (группа «Ладога», Stellar Group и др.). Нужно обновление наборов используемых ингредиентов – ароматизаторов, красителей, стабилизаторов и пр. – до состояния, позволяющего производителям сохранять рентабельность производства.

Тревожные перспективы для какао и других ингредиентов

Климатические изменения – температурного режима, профиля осадков и т.д. – могут в обозримой перспективе создать проблемы для ряда культур, о чем сообщает журнал *Environmental Research Letters* со ссылкой на исследование, охватывающее 18 ключевых сельскохозяйственных регионов мира. Под угрозой, в частности, какао, виноград и кофе, причем уже в период 2036–2045 годов.

Проблема не столько в изменении на несколько градусов температуры, это растения в исследуемых регионах – Западной Европе, Южной Америке и Западной Африке – способны пережить без особых проблем. Изменения, обусловленные сменой температуры, которые произойдут в осадках и, как следствие, в параметрах влажности, гораздо серьезнее: они приведут к падению урожайности, активизации ряда болезней и пр.

Важно: бизнесу пищевых ингредиентов нужно быть готовым к возможным сбоям в поставках ряда важных ингредиентов, столкнуться с которыми можно гораздо раньше, чем принято считать. Рынок будет требовать обновленных рецептур, расширения предложения и объемов поставок различных вкусовых добавок и т.д.

26 ЛЕТ НА РЫНКЕ



Интеллект и Вдохновение

**Широкий ассортимент ингредиентов
и готовые решения для вашего производства**



Кондитерские
изделия



Масложировые
продукты и соусы



Молочные
продукты



Спортивное
питание



Напитки



Снеки



Фруктопереработка



БАД



Продукты
переработки
мяса и рыбы



Растительные
альтернативы

Приглашаем Вас посетить
наш стенд на Продэкспо 2026



№7В130

Павильон 2, Зал 7

8-800-333-00-89

www.soyuzopttorg.com

office@soyuzopttorg.com

Продбезопасность РФ: цели ушедшего года достигнуты, работу продолжаем

Уровень технологической независимости в сфере продбезопасности должен достичь к 2030 году показателя в 66,7%, согласно нацпроекту «Технологическое обеспечение продовольственной безопасности». В работы по импортозамещению и достижению технологической независимости вовлечены как аграрии и животноводы, так и производители ингредиентов.

Основные показатели, установленные на 2025 год

нацпроектом «Технологическое обеспечение продовольственной безопасности», достигнуты, сообщает ТАСС. Сформирован план работ на 2026 год в рамках данного нацпроекта, целью которого является повышение технологической обеспеченности продбезопасности для создания условий устойчивого роста производства.

«Для дальнейшего интенсивного развития сектора требуется внедрение

высокотехнологичных инструментов последнего поколения, – сказал Михаил Мишустин, председатель Правительства Российской Федерации. – Фактически речь идет о новом этапе формирования продовольственной безопасности страны. Если раньше надо было нарастить объемы выпуска собственных товаров, чтобы сократить импорт, то здесь уже добились весомых результатов, причем за достаточно короткие сроки».

Новый ГОСТ и дополнительные возможности для поставщиков ингредиентов



Создание нового ГОСТа «Продукция и услуги общественного питания. Русская кухня. Термины и общие по-

ложения» предусмотрено в плане национальной стандартизации, сообщает РБК. Поставщикам ингредиентов стоит начать работу по созданию новых наборов, сбалансированных для блюд нового типа, в том числе формата «ready to cook».

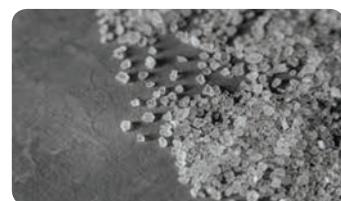
Сейчас рабочая группа при Минпромторге формирует перечень блюд, которые войдут в «стандарт русской

кухни». В список, который будет состоять не менее чем из 250 наименований, войдут как распространенные блюда (например, уха и блины), так и менее известные (курник, говяжий рубец, визига и пр.). Принятие ГОСТа на некоторое время приведет к повышению спроса на них, как минимум, краткосрочно, чем игрокам рынка можно воспользоваться.

Уменьшаем соль, а вкус компенсируем ингредиентами

Количество потребителей, готовых приобретать продукты с пониженным содержанием соли, уже составляет 60%, сообщает Foodingredients-first.com со ссылкой на данные Innova Market Insights. Тренд не требует потребления пресных продуктов. В рецептурах с пониженным содержанием соли применяют дополнительные ингредиенты: соли с низким содержанием натрия (хлорид калия, лактат калия или сульфат магния), пряности, усилители вкуса и пр.

Откликаясь на запросы покупателей, все больше производителей начинают предлагать продукты с уменьшенным содержанием соли.



Прежде всего это касается соусов и приправ, хотя среди такой продукции присутствуют и предложения других типов, например готовая еда, напитки и пр. Учитывая рост среди россиян тренда на ЗОЖ, на осознанное питание или хотя бы на более внимательное отношение к своему рациону, можно предположить, что востребованность продуктов с пониженным содержанием соли будет расти и на рынке РФ.

Ингредиенты как необходимость для восходящего тренда на протеин

Продажи продуктов с высоким содержанием белка на российском рынке растут опережающими темпами. Например, продажи высокобелковой молочной линейки демонстрируют рост на 69% год к году, что существенно опережает рынок, сообщает портал New Retail со ссылкой на данные сети «ВкусВилл».

В соответствующей категории наиболее востребованы творог, греческие йогурты, кисломолочные напитки PROTEIN+ со вкусами манго-персика и клубники, сообщают представители ритейлера. Востребованы традиционные источники белка – мясо и птица – а также

Сладкие традиции РФ

Сливочные, карамельные и ягодные десерты стабильно занимают первые позиции в рейтинге сладостей, сообщает «Сфера Медиа» со ссылкой на исследование «ВкусВилл». Это нужно учитывать поставщикам ингредиентов, как и сезонную динамику в подсегменте.

Новый год из-за длинных каникул несколько отличается от других праздничных дат в плане влияния на продажи сладостей. В начале декабря покупатели предпочитают сладости с долгим сроком хранения (шоколад, пастилу, мармелад), в конце месяца акцент перемещается на десерты для праздничного стола (торты, пирожные и пр.).

Продажи сладостей могут увеличиваться на 100-200% перед крупными праздничными датами – Новым годом, 8 Марта или 1 сентября, – отмечают во «Вкус Вилл». Праздники меньшего масштаба тоже дают рост продаж, хотя и менее выраженный – от 20 до 70%.

стабильно растет интерес к растительным источникам белка: продуктам из нута, чечевицы и сои, которые выступают альтернативой мясным и молочным блюдам.

В такой ситуации поставщикам ингредиентов следует пересмотреть акценты в маркетинге. Например, следует активней предлагать производителям еды такие компоненты, как протеин, миксы для хумуса и другие товары, задействованные в тренде на популяризацию высокобелковых продуктов.

Популярны также порционные упаковки и продукты с «чистым составом».

Скимпфляции нужны ингредиенты

Замена дорогих ингредиентов более дешевыми в рамках известной рецептуры – скимпфляция – быстро захватывает даже самые модные и элитные продукты, особенно если для них отсутствуют стандарты и нормативы. Отсутствие единого стандарта дубайского шоколада стало причиной появления «бюджетных аналогов», при производстве которых, например, фисташки заменяют на более дешевый фундук.

В процессе скимпфляции можно поддерживать базовые свойства продукта – разумеется, в определенных пределах, – но для этого нужна экспертиза специалистов по технологиям производства и по применению ингредиентов. Если этого не делать, результат будет плачевным: продажи начнут

быстро сокращаться. Этот вариант развития событий мы видим на примере дубайского шоколада, продажи которого в российской рознице упали в 2,7 раза по итогам сентября-октября год к году, сообщает «Коммерсантъ» со ссылкой на данные «Платформа ОФД».

В результате после неудачной скимпфляции многие плитки «дубайского шоколада» образца 2025 года лишь отдаленно напоминают изначальный продукт. Даже сейчас дубайский шоколад остается дорогим продуктом: медианная цена плитки в сентябре-октябре хотя и сократилась на 70% год к году, но составляет внушительные 796 руб. Сегмент никогда не вернется к былой популярности: вот что бывает при попытке экономии на экспертизе при замене ингредиентов.

В первом пищевом технопарке Москвы будут выпускать ингредиенты

Технопарк «Рябиновая 44», созданный в рамках инвестиционного приоритетного проекта, стал первым объектом такого типа со специализацией на пищевых производствах. На новой площадке планируют разместить производства питания для школ, обжарки кофе и разнообразных пищевых добавок, сообщает Сергей Собянин, мэр Москвы.

Город предоставил инвестору в аренду земельный участок площадью 0,9 га и льготу по программе стимулирования создания рабочих мест. Объект общей площадью около 15 тыс. кв. м построен в районе Очаково-Матвеевское. Новый кластер станет драйвером для развития пищевой промышленности столицы, уверен Сергей Собянин.

Самый быстрорастущий сегмент потребителей ингредиентов ограничат?

Сетевые ритейлеры превратились в самых быстрорастущих производителей продовольствия – создавая собственные торговые марки, они производят продукты питания или на собственных мощностях, или размещают заказы на контрактных производствах, но в любом случае нуждаются в ингредиентах, связанной с ними экспертизе и в коллaborации с профильными поставщиками при разработке новых продуктов.

Быстрый рост СТМ стал поводом задуматься об ограничениях для продукции такого типа на государственном уровне. Доля СТМ в ассортименте ритейлеров должна быть ограничена 25% ассортимента, согласно предложенными поправками в Закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности», сообщают «Ведомости». Сделать это нужно для защиты российских брендов и сохранения разнообразия в пред-

ложении продуктов питания, считают в инициировавшей данные поправки партии «Справедливая Россия». Доля СТМ в ассортименте основных торговых сетей уже достаточно велика: рекордсмен в этом «ВкусВилл», у которого доля «private labels» составляет до 95% от всего ассортимента; в супермаркетах «Да!» – 50%, почти столько же в «Чижике» – 47%, в «Пятерочке» и «Перекрестке» пока существенно меньше – порядка 24%.

Неконтролируемый рост СТМ у крупнейших ритейлеров способен быстро привести к высокой степени монополизации рынка. Это создаст проблемы российским брендам, специализирующимся на поставках продуктов питания, и окажет существенное негативное влияние на все элементы цепочки поставок, в том числе повлияет на бизнес пищевых ингредиентов.

Про СТМ читайте на с. 36



Пищевые
ароматизаторы,
красители,
подсластители
и другие
ингредиенты
высокого качества
для
различных отраслей



+7 (812) 449-92-20,
8 800 700-34-44,
e-mail: giord@giord.ru
www.giord.ru



■ **«ЭКО РЕСУРС»** представил свою бизнес-модель и опыт внедрения инновационных решений на ключевом международном событии года – муниципальном форуме стран БРИКС. Мероприятие собрало представителей более 70 государств и свыше 5000 участников: руководителей регионов, предпринимателей, экспертов и компаний, определяющие направления международного экономического сотрудничества.

В докладе Юхо Хювярия, директора по развитию бизнеса «ЭКО РЕСУРС», было отмечено, что устойчивость бизнеса в условиях глобальных вызовов определяется не только технологиями и финансами, но и качеством партнерской экосистемы. Сеть долгосрочных и диверсифицированных партнерств позволяет компании эффективно обеспечивать поставки сырья, развивать инновационные процессы и укреплять стабильность производства в условиях глобальной нестабильности. Представленный подход вызвал отклик участников и поддержку со стороны международных бизнес-ассоциаций – компания ведет стратегическую работу в направлении ответственного производства, создает востребованные модели и решения в глобальном контексте.

«ЭКО РЕСУРС» последовательно развивает производственный и научно-технологический потенциал Северо-Запада России, формируя экосистему для отрасли и снижения импортозависимости, способствуя укреплению роли Санкт-Петербурга и Ленинградской области в системе глобальных экономических связей.



■ **«АСТОН»** ввел в эксплуатацию новый завод по производству растительного масла. Ежегодно завод будет производить свыше 270 тыс. т подсолнечного масла. Новые производственные мощности группы компаний размещены в городе Бузулуке Оренбургской области.

Площадь, занимаемая производственными корпусами, составляет 28 га. Для предприятия построена железнодорожная ветка протяженностью 7,8 км и ТЭЦ, работающая на подсолнечной лузге.

Общий объем инвестиций в проект составил около 15 млрд руб. Проект получил господдержку в рамках программы льготного экспортного кредитования. Продукцию завода предполагают поставлять как на внутренний рынок РФ, так и на экспорт.



■ **«Еремино поле»** запустил производственную площадку «Фермерские колбасы Подмосковья». Объект, расположенный в городском округе Мытищи, обладает мощностью до 3600 т колбасной продукции в год.

Инвестиции в проект составили свыше 500 млн руб. Предприятию была представлена субсидия на приобретение оборудования. Новый комплекс, включающий производственный цех, магазин и котельную, создал более сотни рабочих мест.

Ввод в эксплуатацию производственной площадки

расширит возможности КФХ «Еремино поле» по выпуску мясной продукции. КФХ произвел 580 т продукции в 2024 году, а в 2025 году планирует выпустить 720 т.



■ **«Серволюкс Посад»** запустил завод для глубокой переработки мяса птицы. Мощность комплекса составляет 24 тыс. т готовой продукции в год. Полуфабрикаты, произведенные на этом заводе, будут поставлять в крупные федеральные торговые сети и предприятия общественного питания. Среди полуфабрикатов, выпускаемых заводом, отметим куриные наггетсы как особо ингредиентный продукт, востребованные и фастфудом, и розницей.

Объем частных инвестиций в реконструкцию и создание объекта составил 2,9 млрд руб. Запуск предприятия позволил создать 200 новых рабочих мест. В планах компании – строительство склада для замороженной продукции. Объект, рассчитанный на единовременное хранение 10 тыс. т готовой продукции, позволит оптимизировать производственные и логистические процессы завода. В настоящее время «Серволюкс Посад» разрабатывает проектную документацию для нового объекта.



■ **«Евпаторийский мукомольный завод»** открыт при местном элеваторе. Мощность нового предприятия состав-

ляет до 150 т в сутки. Евпаторийский элеватор ранее был специализирован на приеме, очистке, сушке, хранении и отгрузке зерновых и масличных культур, а теперь может выпускать муку, манную крупу и отруби.

В настоящее время на производстве выпускают пшеничную муку – высшего и первого сортов, так как она самая ходовая – но планируют расширение производства, в частности, рассматривая возможность выпуска макарон.



■ **«ЗС Агро холдинг»** объявил о планах запуска в 2027 году комплекса по переработке сои на территории ОЭЗ промышленно-производственного типа «Алга». Предприятие, расположеннное в ишимбайском районе Башкирии, мощностью переработки 60 т в сутки, будет производить шрот и соевое масло.

Строительство комплекса стартовало в 2021 году. Стоимость проекта на конец 2021 года оценивали в 307 млн руб. Об изменении объемов инвестиций в проект сообщений не было.

Соевые ингредиенты отвечают трендам на осознанное потребление, а также выступают основой для продуктов, ориентированных на вегетарианцев, людей с непереносимостью лактозы или стремящихся снизить потребление животных жиров. Соевая продукция важна для обеспечения продовольственной безопасности и экономической стабильности страны. Развитие собственного производства и обработки сои в рамках политики импортозамещения позволяет

ет РФ снижать зависимость от внешних поставок, поддерживать локальных аграриев и контролировать качество сырья, что особенно важно в условиях глобальной волатильности рынков.



■ **ЭФКО** планирует построить завод по производству шоколадной продукции – в том числе кондитерских глазурей – в особой экономической зоне «Узловая» (Тульская область), сообщает OleoScope. Инвестиции в предприятие составят 8,7 млрд руб. Это позволит создать 80 новых рабочих мест в ОЭЗ.

На территории «Узловой», которая была создана в 2016 году, уже открыто восемь производств, соответствующих профилю промышленно-производственному типа ОЭЗ. В настоящее время площадь зоны составляет 471 га, но есть планы по расширению территории более чем вдвое – до 1 тыс. га. Общий объем инвестиций, привлеченных в ОЭЗ «Узловая», уже превысил 60 млрд руб.



■ **«Амилко»** удваивает производственные мощности завода в Миллерово, доведя годовой объем глубокой переработки кукурузы с 270 тыс. т до 500 тыс. т. Завод выпускает крахмал, глюкозные и мальтозные сиропы, а также высокобелковые кормовые добавки. Проект по расширению мощ-

ностей – одна из составных частей стратегии развития «Амилко» до 2030 года. Инвестиции будут направлены на модернизацию оборудования, расширение линейки биотехнологической продукции, цифровизацию производственных процессов и выход на новые экспортные рынки.

Проект расширения производства, которое является ведущим в Южном федеральном округе предприятием по глубокой переработке кукурузы, поддерживает Минсельхоз Ростовской области. Поддержка будет продолжена, заявила Анна Касьянова, министр сельского хозяйства и продовольствия региона, во время рабочего визита на производственную площадку «Амилко», сообщает «Коммерсантъ».



■ **«Органические кислоты»** смешили сроки запуска предприятия по выпуску лимонной кислоты: теперь начало производства планируют на зиму 2025-2026 годов, хотя изначально рассматривали 2024 год. Производство возводят на площадке ОЭЗ «Узловая» в Тульской области. Мощность производства в Узловой на первом этапе составит около 20 тыс. т кислоты в год, полная будет достигать 60 тыс. т.

Сдвиг сроков в компании объясняют задержками в разработке технологической документации и, как следствие, в производстве необходимого оборудования, сообщали «Ведомости». Стоимость проекта в ходе реализации существенно возросла: когда проект был анонсирован, его оценивали в 19 млрд руб., но с 2022 года данная сумма успеладорсти

до 25 млрд руб. в силу объективных причин. За это время успело подорожать оборудование, выросла стоимость логистики, инжиниринговых услуг и т.д. **Оливковой кислоте** читайте на с. 22.



■ **«Томарина»** в 2026 году намерена развернуть активное производство протертого яблочного пюре, которое является ингредиентом для производителей еды: детского питания, соков и т.д. Компания объявила о планах выйти на переработку 230 тыс. т яблок в год.

На производстве по обработке помидоров «Томарина» дополнительно запустила новую линейку низкобриксовых ингредиентов из томатов. В компании отмечают, что эта продукция – пассат (протертые томаты), польпа (резаные томаты) и соус для пиццы (измельченные томаты) – пользуется спросом в гостиничном и ресторанном бизнесе, которые также являются потребителями пищевых ингредиентов.



■ **«Донбиотех»** ищет генерального подрядчика для завершения строительства главного производственного корпуса, сообщает OleoScope. Данный производственный блок должен стать ключевым элементом предприятия по глубокой переработке зерна, специализирующегося на выпуске аминокислот.

Мощность предприятия составит 90 тыс. т в год, выпускать будут две формы L-лицина. Основное применение лизина – в хлебобулочных, макаронных и кондитерских изделиях, куда его добавляют для баланса аминокислотного состава, улучшения питательной ценности и текстуры, а также в спортивном питании.

Строительные и монтажные работы на предприятии «Донбиотех» должны быть завершены в течение одного года после подписания контракта, в соответствии с условиями проводимого тендера. Стоимость проекта составляет 1,6 млрд руб.



■ **Satbayev University** объявил о разработке инновационного способа получения продукции из жома сахарной свеклы, в частности высококачественного пектина, пригодного для пищевой промышленности. Исследования проводили в Международном R&D-центре передовых функциональных материалов и их композитов, действующем на базе кафедры химических процессов и промышленной экологии.

Напомним, что жом является основным отходом сахарного производства, составляющим до 80% образуемой биомассы. Реализация в промышленных масштабах новой технологии позволит как повысить уровень безотходного производства, так и снизить цену на пектин. Пектин в качестве ингредиента добавляют в джемы, варенья, желатиновые десерты и конфеты, а также в выпечку, где он удерживает влагу, делая изделия сочными и мягкими.

Итоговое Общее собрание членов СППИ состоялось в ТПП РФ

10 декабря 2025 года в Торговой Промышленной Палате РФ состоялось Общее собрание членов Союза производителей пищевых ингредиентов. Были обсуждены итоги уходящего 2025 года, актуальные вопросы формирования стратегий развития компаний в условиях современной нестабильности и быстрого реагирования на изменения рынка, а также скрининг нормативно-правового регулирования и мер государственной поддержки сектора производства пищевых ингредиентов. В собрании приняли участие представители более 80 компаний — участников СППИ и приглашенные гости.

Общее собрание Союза открылось тематическим треком, где были обсуждены вопросы формирования стратегий развития компаний. Эксперты поделились видением о необходимости оперативной гибкости и быстрого реагирования на изменения рынка, а также о том, как анализ потребительских трендов помогает определять наиболее перспективные категории продуктов. Особое внимание уделили роли цифровых технологий и искусственного интеллекта в улучшении процессов анализа данных, оптимизации производства и принятия управленческих решений.

Приветствуя участников, президент СППИ **Татьяна Савенкова**, отметила, что деятельность Союза в течение года была направлена на решение задач, отражающих основные направления деятельности: развитие внутреннего производства ингредиентов и формирование мер поддержки в рамках реализации национальных проектов технологического лидерства в АПК и биотехнологиях, совершенствование требований технического регулирования и особенностей таможенного оформления.

Председатель Правления СППИ **Владислав Романцев**, открывая собрание, подчеркнул, что в 2025 году пищевая

промышленность и перерабатывающий сектор сталкивались с множеством вызовов, в их числе — высокий уровень неопределенности, затрудняющий выбор стратегических решений и обуславливающий их вариантность. Для устранения этого вызова требуется большая консолидация бизнеса на площадке профильных отраслевых объединений с целью выработки перечня решений, позволяющих более эффективно преодолевать различные барьеры. Деятельность правления и дирекции Союза в 2025 году была направлена в первую очередь на стабилизацию ситуации, фиксацию точек опоры и обеспечение коммуникации как внутри сообщества, так и на быстрый обмен ин-

формацией с федеральными органами власти. Отраслевая задача минимум — повышение устойчивости в текущей рыночной повестке: в частности, в вопросах таможенно-тарифного регулирования обращения продукции и подтверждения (оценки) соответствия, развитие надлежащих практик ведения производства и бизнеса в области пищевых ингредиентов.

Тематический трек «Формирование стратегии развития компании и адаптация к текущей реальности: гибкость, аналитика и цифровые технологии» открыл своим выступлением **Андрей Хижняк** (старший партнер Khizhnyak & Partners), в котором отметил, что потребительский рынок находится в турбу-

лентном состоянии, розничная торговля продовольствием консолидируется, формируются новые потребительские тренды, а также раскрылся алгоритм действий и пять основных направлений управления в условиях неопределенности. Успешное управление в условиях высокой неопределенности требует скорости адаптации, гибкости в выборе стратегий, культуры экспериментирования и полной интеграции систем управления спросом и операциями. Компании, способные быстро перестраиваться и принимать решения на основе данных, получают конкурентное преимущество, и ингредиентный сектор, как один из самых динамичных с позиции развития, не исключение.



ПРОИЗВОДСТВО • ЛОКАЛИЗАЦИЯ • ТЕНДЕНЦИИ • МАРКЕТИНГ • КАЧЕСТВО И БЕЗОПАСНОСТЬ • ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО • ТЕХНИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ
МАРКИРОВКА • НОРМИРОВАНИЕ И РЕГЛАМЕНТАЦИЯ • ПОДТВЕРЖДЕНИЕ СООТВЕТСТВИЯ И ЭКСПЕРТИЗА • ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ • ОБУЧЕНИЕ

Форбико

Air Liquide

УЗЛОВСКИЙ МОЛОЧНЫЙ КОМБИНАТ

IngreLand

symrise

VIRTEX FOOD

ЭКОДАР
ПРАВИЛЬНЫЕ ИНГРЕДИЕНТЫ

Sofos
Protein biotechnology

Gulf Flavours & Fragrances FFCO

СППИ FIPU
ЕДИНЕНИЕ
ДЛЯ РАЗВИТИЯ

#ШИРЕКРУГ
#НОВЫЕУЧАСТНИКИСППИ | 2025

ПИЩЕВЫЕ ДОБАВКИ • АРОМАТИЗАТОРЫ • КРАСИТЕЛИ • КОНСЕРВАНТЫ • АНТИОКИСЛИТЕЛИ, СТАБИЛИЗАТОРЫ
ЗАГУСТИТЕЛИ • ЭМУЛЬГАТОРЫ • ПОДСЛАСТИТЕЛИ • НОСИТЕЛИ • ГЛАЗИРОВАТЕЛИ • НАПОЛНИТЕЛИ • УЛУЧШИТЕЛИ
ФЕРМЕНТЫ • ЭКСТРАКТЫ • ПРЕБИОТИКИ И ПРОБИОТИКИ • ВИТАМИНЫ И МИНЕРАЛЬНЫЕ ВЕЩЕСТВА • ПИЩЕВЫЕ ВОЛОКНА

Елена Самодурова, директор департамента продаж потребительской панели ICMR («ГФК-Русь») в выступлении на тему «Аналитика потребления основных групп продуктов питания: как меняется тренд и какие категории продуктов выстrelili в 2024-2025 гг.» рассмотрела ситуацию на рынке пищевой продукции, являющемуся основным сегментом реализации, для которого индустрия ингредиентов выступает не только поставщиком сырья, но и источником идей, инноваций и технологических решений.

2024 год и первая половина 2025-го стали одними из самых успешных за долгий период, благодаря росту многих продуктовых категорий и позитивным настроениям покупателей. В I квартале 2024 года наблюдался пик покупательского оптимизма, когда было максимальное число устойчивых клиентов. Однако затем оптимизм начал снижаться. В периоды высокого потенциала покупатели больше ценили эмоциональные драйверы, желание порадовать себя и близких, и были готовы платить за функциональность, ЗОЖ и новинки.

В 2025 году заметны изменения в структуре покупательских затрат и привычках питания: снизилось число перекусов дома и на работе, выросла популярность легких вечерних ужинов. Спрос увеличился на белки и нестандартные решения – например, употребление взрослого детского питания.

Рост сегмента рынка готовой еды – один из ярчайших трендов, так как покупатели предпочитают экономить время. Ключевой вывод – своевременное отслеживание трендов помогает определить перспективные категории продуктов и повысить их конкурентоспособность.

Искусственный интеллект (ИИ) и цифровизация стали неотъемлемой частью современной производствен-

ной стратегии предприятий. Внедрение ИИ для анализа больших массивов данных способствует повышению эффективности, оптимизации цепочек поставок и контроля качества.

Продолжая дискуссию, **Кирилл Кучкин** (Центр квантовых технологий Физического факультета МГУ им. М.В.Ломоносова) подчеркнул, что ИИ открывает множество возможностей для улучшения производства пищевых ингредиентов – от разработки новых рецептур и повышения эффективности до контроля качества и анализа нормативных и экономических аспектов. Внедрение цифровых технологий требует инфраструктурных изменений, обучения и обеспечения безопасности данных, но преимущества превосходят сложности.

ИИ помогает автоматизировать контрольные задачи и создавать новые ингредиенты, делая компании более эффективными, экологичными и ориентированными на потребителей. Инструменты, такие как предиктивная аналитика и машинное обучение, способствуют развитию устойчивых и гибких бизнес-моделей.

ИИ уже сегодня меняет пищевую промышленность: он автоматизирует процессы, прогнозирует рыночные тренды и служит инструментом снижения издержек, однако не стоит считать его универсальным решением – это скорее средство оптимизации.

В рамках Общего собрания были подведены итоги деятельности по ключевым направлениям в сфере технического регулирования, стандартизации и законотворчества, касающимся применения пищевых ингредиентов, с особым акцентом на операционные риски и регуляторные особенности в предпринимательском секторе. Обсуждались вопросы тарифно-таможенного регулирования и маркировки продукции

средствами идентификации, а также межотраслевого взаимодействия на рынке пищевых продуктов, ингредиентов и добавок. Кроме того, был рассмотрен вопрос взаимодействия с федеральными органами исполнительной власти в части поддержки производства пищевых ингредиентов и устранения барьеров, а также вопросы информационно-выставочной и образовательной деятельности.

По итогам Общего собрания 10 декабря 2025 года в составе Союза зарегистрировано 94 компании-участника, из них по профилю деятельности «производство и реализация пищевых ингредиентов» – 86 компаний. Напомним, что в рамках июньского съезда к отраслевому сообществу присоединились компании – ООО «РесурсИнвест-Развитие» (Форбико), ООО «СИМРАЙЗ Рогово», ООО «Ингрелэнд Рус». На декабрьской встрече в состав СППИ были приняты 6 компаний: ООО «Торговый дом «ДАР», ООО «Эр Ликид», ООО «Узловский молочный комбинат», ООО «Софос Протеин Биотехнолоджи», ООО «ДЖИ ЭФ ГРУПП», АО «Виртекс».

Торговый дом «ДАР» специализируется на производстве комплексных ингредиентов для хлебопекарной и кондитерской промышленности.

ООО «Эр Ликид» специализируется на производстве и поставках газов для различных отраслей промышленности, в том числе для пищевой и фармацевтической. Имеет производственные площадки в разных регионах России. Главным направлением деятельности является производство технических газов и их смесей: кислорода, азота, аргона, водорода, углекислого газа.

ООО «Узловский молочный комбинат» известен как отечественный производитель продуктов переработки молока, таких как концентрат

молочных белков, мицеллярный казеин, сывороточный казеин, лактоза. Также комбинат развивает производство ацетилированного дикрахмалфосфата Е1414 и других ингредиентов.

ООО «Софос Протеин Биотехнолоджи» развивает производство пищевых ингредиентов, (пептиды, белки, коллагены, гидролизаты, бульоны, желатин и ароматизаторы), которые имеют широкое применение для производства БАД к пище, специализированного и функционального питания, FMCG и HoReCa, а также в фарминдустрии.

ООО «ДЖИ ЭФ ЭФ ГРУПП» реализует производство пищевых ароматизаторов, вкусоароматических препаратов и эфирных масел, косметических отдушек и парфюмерных композиций.

АО «Виртекс» реализует производство различных ингредиентов (наполнителей, концентратов, маринадов и функциональных смесей КПД для B2B и соусов и специй для B2C) на четырех производственных площадках в РФ (в Новосибирской области) и Республике Беларусь.

Встреча участников Союза производителей пищевых ингредиентов прошла в дружеской и конструктивной атмосфере, сопровождалась активными дискуссиями о текущей рыночной ситуации и мерах государственной поддержки. Обсуждались основные направления новой повестки, планы и задачи на 2026 год. Это еще раз подчеркнуло важность и актуальность роли Союза как объединения заинтересованных организаций, поскольку отраслевые экспертиза и мониторинг правоохранительной практики нормативно-правовых актов позволяют разрабатывать последовательные стратегии развития пищевой индустрии и способствуют согласованности усилий государства и бизнеса в гармонизации национального и международного законодательства.

Лактазы для создания новых молочных продуктов

В этой статье мы поговорим о ферменте лактаза, который наверняка уже хорошо известен производителям молочных продуктов.

Тамара Горина,

эксперт по ингредиентам
молочного направления, к. т.н.
ООО «СТАРУС»

В настоящее время ассортимент продуктов с использованием гидролиза лактозы значительно расширился. И есть две главные причины, почему эта категория так активно развивается. Во-первых, потребители все больше заботятся о своем здоровье и хорошем самочувствии, и здоровье желудочно-кишечного тракта играет здесь первостепенную роль. Продукты, не содержащие лактозы, ассоциируются с благополучием пищеварительной системы, комфортом пищеварением, и все больше позиционируются не только для людей с непереносимостью лактозы, сколько на более широкую целевую группу. И во-вторых, такие продукты создают хорошие возможности для дифференциации продуктового ассортимента и для выделения продукта на торговой полке.

Лактаза – фермент семейства β -галактозидаз, расщепляющий β 1-4 гликозидные связи в молекуле лактозы. Он вырабатывается в пищеварительной системе млекопитающих с рождения, так как необходим для расщепления лактозы в грудном молоке. С возрастом производование лактазы в организме человека имеет тенденцию сокращаться, и это затрудняет усвоемость молока с лактозой. Лактаза, как и все ферменты, имеет белковую природу и является катализатором, который проводит

довольно сложную реакцию распада дисахарида лактозы на два моносахарида – глюкозу и галактозу.

Для производства лактазы промышленным способом используются микроорганизмы. Лактаза, как продукт их жизнедеятельности, экстрагируется, специальным образом очищается и стандартизируется. Условно лактазы можно подразделить на два типа:

- нейтральная лактаза, которая обычно работает при значении pH 6,0-7,0 и уже при pH 5,5 инактивируется. Такая лактаза используется при производстве безлактозного/низколактозного молока, сливок, масла, мороженого.
- кислая лактаза, у которой интервал pH ее активности сдвинут в кислую сторону. Кислая лактаза востребована при создании безлактозных/низколактозных кисломолочных продуктов, где технологически оправдано проведение гидролиза одновременно со сквашиванием.

Согласно ТР ТС 033 «О безопасности молока и молочной продукции», уровень лактозы в безлактозном молочном продукте строго регламентируется и составляет не более 0,1 г на 1 л готового к употреблению продукта (то есть, не более 0,01%). По низколактозным молочным продуктам точного показателя остаточной лактозы в ТР ТС 033 нет, и поэтому производитель сам может выбирать уровень пониженной лактозы для своего про-

дукта и его придерживаться. Исключение составляют низколактозные продукты для лечебного и диетического профилактического питания для детей раннего возраста, которые, согласно Приложения 3 ТР ТС 027 «О безопасности отдельных видов специализированной пищевой продукции, в том числе диетического лечебного и диетического профилактического питания», должны иметь уровень остаточной лактозы не более 10 г/л (не более 1%). Этот уровень остаточной лактозы или близкий к нему обычно является стандартным выбором для производителей всех низколактозных молочных продуктов.

Следует иметь в виду, что обычные кисломолочные продукты не бывают безлактозными – в них микроорганизмы «съедают» только часть, около 30%, всей имеющейся лактозы, и до 3% лактозы остается в кисломолочном продукте и требует расщепления ферментом. Условно безлактозными можно считать только сыры с хорошим сроком и условиями созревания, но даже при производстве таких продуктов есть рекомендации по добавлению небольшого количества фермента лактазы для точного соответствия безлактозному уровню.

Что касается технологических аспектов производства продуктов безлактозных и с пониженным содержанием лактозы, то практически любой молочный продукт можно сделать низколактозным и безлактозным. Мы можем управлять процессом гидролиза. Для этого у нас есть

три параметра, которыми мы можем оперировать: время, температура и дозировка фермента, и эти параметры находятся во взаимосвязи. Под любой технологический процесс можно подстроиться с гидролизом и подобрать необходимую дозировку.

Помимо прямого назначения применения лактазы для создания низколактозных/безлактозных продуктов, этот фермент еще можно использовать для производства продуктов со сниженным содержанием добавленного сахара и сниженной калорийностью – например, в йогуртах – или производства специальных продуктов со сладкой нотой – например, молоко и сливки для кофе. В данном случае используется свойство, что продукты распада лактозы более сладкие по восприятию, чем сама лактоза, в целом на 65-80%.

Компания «СТАРУС» поставляет для российских производителей молочных продуктов как нейтральную, так и кислую лактазу от проверенных крупных китайских производителей – лидеров в производстве ферментов. Если вас заинтересовал данный фермент или есть интерес с другим ингредиентом для молочного применения, пожалуйста, обращайтесь в нашу компанию.

Компания «СТАРУС» поздравляет всех с наступающим Новым годом и желает в следующем году благополучия и свершения всех поставленных целей и задач!

Искренне благодарим за ваше доверие и выбор нашей компании!

Актуальные комплексные решения для молочного бизнеса

Формула успеха и развития

- Заквасочные и пробиотические культуры
- Лактаза и другие ферменты
- Загустители и гелеобразователи: крахмалы, желатины, КМЦ, пектины, каррагинаны
- Функциональные добавки: витаминно-минеральные премиксы, DHA, ARA, олигосахариды грудного молока
- Растительные экстракты и ароматизаторы
- Фруктовые порошки
- IQF овощи и фрукты

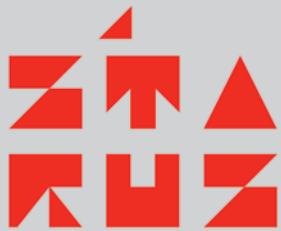
Интересно?

Звоните!

Не нашли того, что искали?

Тем более - звоните!

Подберем ингредиенты
под ваши потребности!



секретный ингредиент
вашего производства

ООО «СТАРУС»

г. Санкт-Петербург,
пр-кт Московский,
д. 183-185, литер А,
офис 502

г. Москва,
Тетеринский пер,
д.4, стр.2, офис 301

+7 (495) 740-85-55
www.starus.su

Preze™

КОМПАНИИ, УПОМИНАЕМЫЕ В НОМЕРЕ | ИНДЕКС |

Гиорд.....9	М.Видео.....32	РОХА ДАЙКЕМ	1, 40	Федеральный научный центр пищевых систем	Environmental Research Letters
Государственная Дума РФ	Нильсен.....31	РУСТАРК.....1		им. В.М. Горбатова.....21	ESAROM
Да!.....9	Норд Ингредиентс.....29	Рябиновая 44	9	Чижик	FOODIGITAL
ДАР.....13	НьюБио.....21, 28	Серволюкс Посад.....10		Центр квантовых технологий Физического факультета МГУ	GlobalData
ДЖИ ЭФ ЭФ ГРУПП.....13	О'Кей	СИМРАЙЗ Рогово.....13		им. М.В. Ломоносова...13	Gorilla Drinks
Донбиотех.....11	ОМЕГА ФУД	СИТИ ИМПЭКС	3	ЭКО РЕСУРС.....10, 34	ICMR (ГФК-Русь)
Евпаторийский мукомольный завод ...10	ТЕХНОЛОДЖИС.....5	Софос Протеин		Экодеревушка.....6	Innova Market Insights
Еремино поле.....10	Органические кислоты.....11	Биотехнолоджи.....13		Экспоцентр.....26, 28	Khizhnyak & Partners ...12
ЗС Агро холдинг.....10	Перекресток	СОЮЗНАПИТКИ	30	Эр Ликид.....13	Lapochka Drinks
Ингрелэнд Рус.....13	Правительство РФ....1, 8	Союз производителей пищевых ингредиентов	12	ЭСАРОМ РУС.....29	NTech
Кема Клаб.....29	Пищёвка3D.....30	Союзоптторг	7	ЭФКО	Palsgaard A/S.....17
Кодекс.....18	ПК натуральные напитки.....30	Справедливая Россия...9		-----	Phizer
Крокус Экспо.....28	Платформа ОФД.....9	СТАРУС	14		Satbayev University.....11
Ладога.....6	РесурсИнвест-Развитие (Форбико).....13	Томарина	11		Stellar Group
Минпромторг РФ.....6, 8	Роспотребнадзор РФ ...6	Узловский молочный комбинат...13			The Scandalist Energy Drink.....30
Минсельхоз РФ.....6					CCL-Контур
					Top Decor

АСИЛАБ – о цене и ценности: зачем производителям МКИ премиальные эмульгаторы?



В поточном производстве мучных кондитерских изделий (МКИ) даже минимальные отклонения в технологическом процессе приводят к ощутимым экономическим потерям. В условиях дефицита квалифицированных кадров, роста себестоимости сырья и повышения требований к бесперебойности работы линий стабильность теста становится важным фактором устойчивости производства. Особую актуальность эта проблема приобретает при работе с бисквитным тестом – наиболее востребованным, но и наиболее чувствительным к рецептуре и режимам производства в ассортименте МКИ.

**Марина Емельянова,
Альберт Исхаков,**
направление мучных
кондитерских изделий,
Компания АСИЛАБ

Именно в этом контексте приобретает особую значимость выбор ингредиентов, обеспечивающих **максимальную стабильность теста**. В данной статье специалисты компании АСИЛАБ – эксклюзивного поставщика продукции компании Palsgaard A/S в Рос-

сии – подробно рассказывают, почему ведущие производители МКИ делают ставку на премиальные эмульгаторы, как обеспечить стабильность бисквитного теста в условиях дефицита квалифицированных кадров и какие технологические преимущества дают активированные взбивающие эмульгаторы на практике.

Бисквит: уязвимости производства

Бисквитное тесто, используемое для производства торты, пирожных, рулетов, кексов и сдобного печенья, подвергается интенсивной механической обработке, термическому воздействию и непрерывной транспортировке в рамках единого технологического цикла. Любое отклонение от заданных параметров – от замеса в миксере, скорости расходования теста до нестабильности температурного режима в туннельной печи – приводит к нарушению структуры, снижению объема, увеличению брака и остановке линии. Для

бесперебойной работы линии требуется максимально стабильное тесто. Бисквит чрезвычайно чувствителен к отклонениям:

- тесто может «перестоять» и потерять взбитость;
- быть «перевзбитым» в миксере или аэраторе, став плотнее, чем требуется;
- коржи могут проседать в печи, теряя объем и равномерность;
- пласт может порваться, вызывая остановку линии;
- вес и толщина изделий могут выходить за допуски.

Традиционно компенсация таких отклонений обеспечивалась за счет опыта персонала. Однако в условиях системного дефицита технологов и операторов, отмечаемого на предприятиях всех уровней, человеческий фактор больше не может выступать в роли страховки. В этих условиях стабильность бисквитного теста становится не просто технологическим требованием, а условием стабильного дохода предприятия.

Роль эмульгатора

Ключевую роль в обеспечении стабильности бисквит-



нога теста играет **взбивающий эмульгатор** – компонент, составляющий всего 1-2% от массы рецептуры. Он обеспечивает стабилизацию воздушной фазы теста. Его основная задача – формирование и укрепление межфазной пленки на поверхности воздушных пузырьков за счет взаимодействия с белками яйца, предотвращение коагуляции и сохранение газовой структуры при механических нагрузках, перекачке и простоях.

На российском рынке преобладают **два типа взбивающих эмульгаторов**:

1. Пастообразные эмульгаторы – водосодержащие композиции (до 50% воды), содержащие сахар, сорбит, глицерин, пропиленгликоль, несколько эмульгаторов (и иногда консервант). Поставляются в таре по 10-18 кг, имеют срок хранения 9-12 месяцев. Обладают низкой стоимостью за килограмм, но требуют точного дозирования, не очень стабильны при изменении температуры и могут вносить посторонний вкус.

2. **Активированные взбивающие эмульгаторы** (Palsgaard®) – сухие порошкообразные продукты, полученные методом экструзии. Активная форма эмульгатора нанесена на инертный носитель (рисовая мука или крахмал), что обеспечивает удельную поверхность в несколько квадратных метров на 1 г. Это позволяет достичь мгновенной и равномерной активации в тесте даже при высоких скоростях смешивания и в условиях автоматизированных линий.

Стабильный источник премиальных взбивающие эмульгаторов

В последнее время из-за санкций на российском рынке труднее найти премиальные взбивающие эмульгаторы. В ответ на запросы клиентов АСИЛАБ предлагает проверен-

ные решения от датской компании Palsgaard A/S:

- **Emulpals® 116;**
- **Palsgaard® SA 6610.**

Данные продукты разработаны **Palsgaard A/S** – мировым лидером в производстве эмульгаторов с более чем 100-летней историей – и поставляются в Россию компанией АСИЛАБ, официальным партнером с многолетним опытом. Эмульгаторы Palsgaard® соответствуют международным стандартам пищевой безопасности и требованиям технологических регламентов ЕАЭС.

Emulpals® 116 и Palsgaard® SA 6610 – универсальны и используются в производстве всех видов бисквитных изделий и кексов. Исследования, проведенные в условиях, приближенных к промышленным, показали, что при корректном пересчете рецептуры (с учетом влажности и пищевой ценности сырья) **качественные параметры готовых изделий** (объем, вес, равномерность поистине) не уступают показателям, полученным на традиционных пастах для взбивания. При этом **размах вариации** по объему изделий снижается на 70% по сравнению с пастообразными аналогами.

Экономическая эффективность премиальных взбивающих эмульгаторов

Несмотря на более высокую цену за килограмм, совокупная себестоимость производства при использовании Emulpals® 116 и Palsgaard® SA 6610 снижается за счет следующих факторов.

■ **Дозировка меньше** – приблизительно на 30% по сравнению с пастообразными эмульгаторами – за счет высокой активности и отсутствия воды.

■ **Высокая стабильность теста и готовых изделий** – минимальные колебания плотности теста и объема готовых изделий, в то время как пасты показывают значительные отклонения;



■ **Срок хранения эмульгатора 18 месяцев** с сохранением функциональных свойств даже после вскрытия упаковки – снижает риски брака и потерь.

■ **Короткий состав** соответствует трендам на «чистую» этикетку, способствует получению доверия потребителей и маркетинговому продвижению продукции.

■ **Нейтральный вкус** – отсутствие привкуса, который возможен при использовании паст для взбивания, исключает риски снижения органолептической оценки.

■ **Полная совместимость с автоматическими дозирующими системами** снижает зависимость от оператора и минимизирует риск ошибок при дозировании.

Технологическое сопровождение как фактор успеха

Использование премиум-ингредиентов в производстве

мучных кондитерских изделий – это не расточительство, а стратегическая инвестиция в стабильность бизнеса. В условиях, когда каждая минута простоя линии и каждый процент брака напрямую влияют на финансовый результат,

технологическая предсказуемость становится ключевым активом. Премиальные взбивающие эмульгаторы обеспечивают именно эту предсказуемость:

- стабильную структуру теста;
- минимальные отклонения от партии к партии (стабильное качество);

- совместимость с автоматизированными линиями;
- короткий и понятный состав продукта («чистая этикетка»).

Однако максимальная отдача от таких ингредиентов достигается только при адаптации рецептуры под конкретное оборудование и сырье. Именно здесь на помощь производителям приходят **специалисты компании АСИЛАБ**.

Компания АСИЛАБ последовательно развивает собственные R&D-компетенции и является не только поставщиком ингредиентов, но и полноценным технологическим партнером. Наш Прикладной исследовательский центр (ПИЦ) оснащен современным пилотным и лабораторным оборудованием, максимально приближенным к промышленным условиям. АСИЛАБ предоставляет полный цикл технологической поддержки – от лабораторных испытаний до внедрения на производственной линии.

Получите подробную консультацию о продуктах Palsgaard® и практические рекомендации по их применению:
тел.: +7 (495) 185-06-45,
электронная почта:
alb@asilab.ru

www.asilab.ru TELEGRAM



Качество начинается с документа

Производство пищевой продукции остается одной из наиболее жестко регулируемых областей промышленности. Многочисленные отраслевые нормы, ужесточенные санитарные и экологические требования, положения, касающиеся пожарной безопасности, охраны труда и работы инженерно-технических служб – перечень правил, регулирующих работу предприятия пищевой промышленности, крайне обширен. Эксперты цифровой платформы «Техэксперт» анализируют, как цифровые решения способны помочь предприятиям справиться с большим объемом разнородных законодательных требований и как работа со справочными системами может повлиять на качество продукции.

 КОДЕКС
ТЕХЭКСПЕРТ



Альфия Ахмарова,

руководитель проекта «Техэксперт»
в сфере аккредитации и единства
измерений,
Консорциум «Кодекс»

Когда нужно все и сразу

Пищевая отрасль крайне чувствительна к вопросам качества и безопасности продукции. Это та сфера, где любая ошибка может обернуться не только крупными штрафами, но и остановкой производства, разрывом контрактов с торго-

выми сетями или проблемами с поставками продукции.

Даже в условиях моратория до 2030 года специалисты пищевых предприятий жалуются, что проверки продолжаются, но уже не со стороны государства, а со стороны собственных контрагентов. Клиентам важно не только получить продукт, но и быть уверенными, что он соответствует стандартам качества, – и компании-производители соглашаются на проведение внешних проверочных мероприятий, осознавая, что

отказ может привести к финансовым убыткам в несколько миллионов рублей в случае разрыва контракта или полной потери партнера.

Там, где строгий контроль производственных процессов становится фактором выживания, компании вынуждены искать доступ к актуальным и надежным сведениям о нормах и правилах, регламентирующих эти процессы. Обращение к непроверенным интернет-ресурсам – необоснованный риск, единствен-

ной достойной альтернативой которому становится работа с профессиональными справочными системами (ПСС), гарантирующими полноту и актуальность своей базы нормативных документов.

Важной особенностью пищевого производства является то, что экологические, санитарные и технологические требования здесь тесно связаны. А значит, службы, отвечающие за их соблюдение, должны работать в одном информационном контуре. Именно на стыке

зон ответственности разных отделов зачастую возникают ошибки, которые провоцируют проверки и штрафы. В поисках эффективной справочной системы производители пищевой продукции ожидают получить решение, в котором будут собраны сведения по всем зонам контроля – от санитарии до пожарной безопасности.

Занимаясь созданием цифровых инструментов для работы с нормативными документами, специалисты цифровой платформы «Техэксперт» хорошо понимают потребности производителей пищевой продукции. Они также осознают, что у разных специалистов пищевого производства будет не только свой набор документов, регламентирующих профессиональные обязанности, но и собственные сценарии работы с информацией: кто-то должен исследовать полный срез документов по своей тематике, кто-то – регулярно отслеживать актуальность конкретного списка важных документов. Это значит, что разным специалистам нужны разные цифровые сервисы для работы с документацией.

Создать универсальное решение, которое в одинаковой степени подошло бы всем организациям пищевой промышленности, практически невозможно. А если и возможно, то технически нецелесообразно из-за избыточности итогового результата. Именно поэтому, разрабатывая решение для производителей пищевой продукции, специалисты цифровой платформы «Техэксперт» не остановились на одной справочной системе, а сформировали «конструктор» из нескольких ПСС, которые полностью охватили разные стороны работы пищевого производства.

В комплект «Техэксперт. Пищевая промышленность» помимо системы для лаборатории по выбору пользователя могут войти ПСС, посвященные экологическому контролю, охране труда, пожарной и про-

мышленной безопасности, электро- и теплоэнергетике, эксплуатации зданий и сооружений. Разработчики стремились собрать такой комплект, который смог бы удовлетворить потребности всех технических специалистов, задействованных в работе пищевого производства: сотрудников лаборатории, технологов, специалистов производства и отдела контроля качества, работников, отвечающих за сертификацию и стандартизацию, метрологов, специалистов СМК, отдела снабжения или планово-экономического отдела. В то же время каждая компания может формировать конкретный комплекс под себя, учитывая свою специфику и особенности работы сотрудников.

Не только документы

Каждая система, входящая в комплект, включает базу нормативных и технических документов по определенному профилю: фонд федерального законодательства, включая профильные стандарты и ведомственные документы. Однако их содержание этим не ограничивается. В ПСС также есть проекты документов по техническому регулированию и стандартизации, картотеки зарубежных и международных стандартов, картотеки методик измерения, словари терминов, основные отраслевые классификаторы.

Существенную часть содержания систем «Техэксперт» составляют дополнительные справочные материалы. Зачастую они представляют собой авторский контент, разработанный эксклюзивно для платформы «Техэксперт»: обзор судебной практики, чек-листы для самоподготовки перед прохождением проверок. Кроме того, в системах собраны статьи, консультации экспертов по самым значимым вопросам: маркировка, выпуск и реализация пищевой продукции, ее хранение, транспортирование и многое другое.

Среди других важных материалов в комплект «Техэксперт.

Пищевая промышленность» по умолчанию включена система «Справочник ХАССП+». Тема перехода на ХАССП слишком объемна, и хотя на большинстве предприятий система уже внедрена, специалистам «на местах» по-прежнему нужна дополнительная информационная поддержка по этому направлению. «Справочник ХАССП+» содержит обширный тематический раздел, который может стать настоящей «настольной книгой» для специалистов, отвечающих за безопасность пищевой продукции. Кроме того, ни одна внедренная система ХАССП не будет исправно функционировать и давать результаты, если работники пищевого предприятия не понимают ее значения – важно проводить обучение по этой теме с опорой на качественные справочные материалы. Видеосеминары по ХАССП, статьи и консультации – все это также есть в системе.

В ПСС «Техэксперт» есть и прикладные материалы, призванные упростить выполнение рутинных операций: формы и образцы документов, расчетчики, готовые инструкции и т.д. Они позволяют не тратить время на разработку типовых документов или составление расчетных формул «с нуля»: все необходимые сведения уже есть под рукой. При этом можно быть уверенным, что предлагаемые образцы отражают актуальные нормы законодательства и обновляются по мере изменения нормативных документов.

Полезные помощники

Одно из главных преимуществ цифровых справочных систем – это возможность работать с информацией в структурированном виде. Разработчики ПСС «Техэксперт» предусмотрели целый ряд сервисов, которые помогают ориентироваться в большом объеме нормативной документации и быстрее обнаруживать в ней нужные сведения. Например, сервисы интеллектуального

и атрибутного поиска с гибкой настройкой фильтров помогают находить необходимые документы, в т.ч. по сроку действия, статусу документа или принявшему его учреждению.

Работая с текстом документа, специалист может за пару кликов перейти к его предыдущим редакциям, посмотреть, какова связанные с данным документом судебная практика, на какие законы или стандарты он ссылается и какие документы ссылается на него.

В тех случаях, когда в системе нет готового ответа на вопрос, специалист может обратиться за разъяснением в службу поддержки пользователей. Такая поддержка становится хорошей подмогой в ситуации, когда важно разобраться, как трактовать спорные положения нормативных документов или уточнить, какими нормативными документами регулируется та или иная рабочая задача.

Сервисы позволяют не только найти нужные сведения, но и гибко настроить работу с документами для каждого специалиста. С помощью тематических папок пользователь может создавать внутри своего цифрового профиля необходимые перечни документов для решения любой рабочей задачи. Таким образом можно не только держать под рукой все самые нужные документы, но и создавать базу знаний по каждому процессу и делиться ею с коллегами.

Одним из наиболее востребованных в ПСС «Техэксперт» сервисов неизменно остается «Документ на контроле». Он оповещает специалиста, если в выбранном документе появляются изменения. Сервис помогает не пропустить важные законодательные нововведения, что позволяет специалистам оперативно вносить обновления во внутреннюю документацию и бизнес-процессы компании.

Возможности роста

Важнейший фактор высокого качества производства – это

квалификация персонала. При этом для успешной работы современному специалисту мало базового образования, обучаться профессии надо постоянно – системы «Техэксперт» могут стать удобным подспорьем в этом вопросе, помогая «вплести» обучение в повседневную рабочую рутину.

Если молодым специалистам справочные материалы систем «Техэксперт» пригодятся, чтобы адаптироваться к рабочим задачам и процессам, опытным они помогут погрузиться в детали при решении узкоспециализированных вопросов: подготовиться к проверке с учетом изменившихся производственных процессов, разработать документацию для нового направления деятельности компании и т.д.

Кроме справочных материалов, которые можно использовать в обучении персонала, на платформе «Техэксперт» есть и специализированные образовательные инструмен-

ты. К примеру, в системах для функциональных служб интерактивный сервис «Академия безопасности» помогает провести обучение и тестирование сотрудников по основам соблюдения требований производственной безопасности на рабочих местах, а в системах по охране труда и промышленной безопасности у профильных специалистов есть возможность дистанционно повысить квалификацию или пройти профессиональную переподготовку с получением подтверждающих документов.

Еще один востребованный формат обучения в ПСС – тематические видеосеминары, которые регулярно проходят на платформе «Техэксперт». Они бывают посвящены самым злободневным темам, связанным с нормативным или техническим регулированием. Ведущие эксперты-практики анализируют ключевые аспекты применения зако-

нодательства и отвечают на вопросы слушателей в прямом эфире. Записи всех выступлений и дополнительные материалы, включая ответы спикера на вопросы, сохраняются в профильной справочной системе. Семинары позволяют сотрудникам повышать профессиональный уровень и оставаться в курсе актуальных тенденций в своей сфере.

Резюме

В условиях, когда качество информации оказывается ключевым фактором успеха компании, цифровые справочные системы становятся насущной необходимостью не только для бухгалтеров или юристов, но и для большинства технических специалистов. Разработчики цифровой платформы «Техэксперт» стремятся обеспечить ими профессионалов во всех отраслях промышленности. Эксперты не только

увеличивают разнообразие профессиональных справочных систем, но также повышают уровень цифровой зрелости представленных в ПСС документов, чтобы создавать все более эффективные и разнообразные сервисы. Как именно использовать новые возможности цифровой платформы и какие сервисы применять в своей работе, каждая организация выбирает самостоятельно – цифровые помощники «Техэксперт» позволяют сделать деятельность компании максимально продуктивной.

Узнать больше о комплекте «ТЕХЭКСПЕРТ».

**ПИЩЕВАЯ
ПРОМЫШЛЕННОСТЬ**
и других программных
решениях платформы
«Техэксперт» можно
по электронной почте
spp@kodeks.ru
или телефону
8-800-505-78-25.



ВЫСТАВКА

ОБОРУДОВАНИЯ, МАТЕРИАЛОВ
И УПАКОВКИ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА
ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ И НАПИТКОВ

22–24 АПРЕЛЯ 2026

Краснодар, ВКК «Экспоград Юг»



ПОЛУЧИТЕ БЕСПЛАТНЫЙ
БИЛЕТ ПО ПРОМОКОДУ
промокод BFI



**НАЙДИТЕ
ГТОВЫЕ РЕШЕНИЯ
ДЛЯ БИЗНЕСА**

5 400+
посетителей*

*Аудитория выставок FoodTech Krasnodar, InterFood Krasnodar, «Винорус. Винотех» в 2025 году

90+
участников

Организатор



Международная
выставочная
компания



Компания Akras Flavours GmbH



Гидролизованный коллаген с высокой биодоступностью

Компания Akras Flavours GmbH взяла на себя роль первоходца, разработав с учетом потребностей современных потребителей высококачественные и вкусные коллагеновые напитки, которые становятся разумным и приятным способом поддержания эластичности кожи и жизнеспособности суставов.

Начиная с 25-летнего возраста естественная выработка коллагена в организме уменьшается, что часто отражается на снижении упругости кожи и возникновении дискомфорта в суставах. Биоактивные коллагеновые пептиды могут помочь противодействовать этому процессу, поддерживая эластичность, подвижность суставов и общий внешний вид кожи. В то время как традиционные пищевые добавки, такие как порошки и ампулы, давно известны, новое поколение готовых к употреблению коллагеновых напитков обеспечивает удобное ежедневное увлажнение и обладает функциональными преимуществами.

Компания Akras Flavours GmbH придерживается этой тенденции, создав освежающие безалкогольные напитки, обогащенные гидролизованным коллагеном с высокой биодоступностью. После тщательного изучения рыночных качеств коллагена только чистые сорта коллагена с нейтральным вкусом и длительной стабильностью соответствовали строгим стандартам качества компании Akras Flavours GmbH. В сочетании с фруктовыми вкусовыми качествами и дополнительным

витамином С, поддерживающим синтез коллагена, эти напитки делают ежедневное потребление в количестве 5-10 г приятным и практичным.

Обладая опытом в создании вкусов и функциональных рецептур, компания Akras Flavours GmbH разработала коллагеновые напитки, которые не только эффективны, но и доставляют удовольствие – привлекательное дополнение к современному образу жизни, ориентированному на долголетие.

ООО «ВИДЬЯ РУС»



Экстракт куркумы (Curcuma longa)

Экстракт куркумы содержит активное вещество – куркумин – уникальный природный антибиотик. Он повышает иммунитет, борется с бактериями и вирусами, укрепляя клеточную мембрану и повышая ее защитную функцию, помогает больным с хроническими заболеваниями восстановить силы после болезни, уберечься от простуды и гриппа в период вспышек заболеваний. Обладает антибактериальным, антисептическим и противовоспалительным действием, антимикробной активностью и при этом не наносит вреда желудочно-кишечному тракту. В Индии в народной медицине используют куркумин в том числе для профилактики и лечения коронавируса, он укрепляет иммунную систему в 5-8 раз лучше, чем витамин С, именно благодаря высокому содержанию антиоксидантов. В куркуме огромное количество витаминов С, Е и К, она снижает уровень вредного холестерина, замедляет возникновение тромбов в крови, блокирует

производство воспалительных веществ, препятствует возникновению амилоидных бляшек в головном мозге, снижая риск заболевания болезнью Альцгеймера.

ООО «НьюБио»



Волокно кукурузное растворимое «ИНТЕНСФЛОР»

В Угличе на базе Всероссийского научно-исследовательского института маслоделия и сыропроделия – филиала Федерального государственного бюджетного научного учреждения «Федеральный научный центр пищевых систем им. В.М. Горбатова» РАН разработали творожные сыры с ингредиентами «НьюБио». Продукты были сделаны в соответствии с ГОСТ 33480-2015.

Специалисты создали функциональный творожный сыр нового поколения с использованием волокна кукурузного растворимого «ИНТЕНСФЛОР». Такой ингредиент обладает пребиотическими свойствами: способствует нормализации микрофлоры кишечника, улучшению пищеварения и общего состояния здоровья человека. При этом волокно сохраняет натуральный вкус молочного продукта.

Творожные сыры также приготовили с изомальтоолигосахаридом компании. Ингредиент придал продуктам приятный сладковатый вкус. Это хорошо сказалось на органолептической характеристике, где сыры получили высокие оценки. Представители института отметили, что вкус данных образцов стал более гармоничный.

Эксперты разработали творожный сыр и с мальтодекстрином DE 10. Высокая связывающая способность ингреди-

ента сбалансировала вкус и улучшила текстуру продукта. По сравнению с контрольным образцом сыр был более сливочным и однородным.

Сотрудники Всероссийского научно-исследовательского института маслоделия и сыропроделия рекомендуют добавлять пищевые ингредиенты «НьюБио» в состав творожных сыров в следующем количестве:

- волокно кукурузное растворимое «ИНТЕНСФЛОР» (1,5%);
- изомальтоолигосахарид (от 3 до 6%; повышение дозы приводит к увеличению выраженности сладковатого вкуса);
- мальтодекстрин DE 10 (не более 3%).

Отметим, что предприятие презентовало творожные сыры на выставке «Всероссийский день поля – 2025», где гости смогли продегустировать их.

ООО «АСИЛАБ»



Сорбет суфле.

Оболочка для «Лакомки»

Благодаря решению АСИЛАБ всем известное мороженое «Лакомка» – это вкус детства, который теперь может быть еще интереснее!

Представляем композицию стабилизационных систем Асилааб® Асиферм 04, Асиайс 312 и Асиайс 820 – решение, которое открывает новые возможности для производителей мороженого «Лакомка» на том же оборудовании.

Теперь можно не ограничиваться выпуском классического мороженого, покрытого взбитой глазурью, – расширите ассортимент практически бесконечно за счет инновационной суфлейной оболочки, которая меняет подход к оформлению и текстуре десерта.

Е330: история открытия и варианты применения

Лимонная кислота — она же Е330 — старейший и один из самых экологичных пищевых ингредиентов. Ее открыли в XVIII веке, одной из первых кислот, и сейчас производят в огромных масштабах — 2,2 млн т в год! — при этом не за действуя ни одного лимона. Причина популярности лимонной кислоты — ее универсальность как пищевого ингредиента, хотя это соединение находит применение и в других индустриях.

Лимонную кислоту впервые выделил шведский химик Карл Вильгельм Шееле из натурального лимонного сока в 1784 году. Он конденсировал лимонный сок, обработал его известью, получил осадок цитрата кальция, а затем обработал серной кислотой, получив знакомые нам белые кристаллы. Шееле принадлежит открытие многих других кислот — щавелевой, молочной, серной, синильной и пр., а также ряда химических веществ, например кислорода и хлора.

До начала XX века лимонную кислоту получали из цитрусовых, процесс был дорогим и неэффективным — из центнера лимонов получали не более 3 кг продукта. Ситуацию изменил американский исследователь Джеймс Карри, который в 1917 году обнаружил, что грибок *Aspergillus niger* может выделять лимонную кислоту в промышленных масштабах. Более ста лет — с двадцатых годов прошлого века — этот метод стал основным в производстве Е330. Коммерциализировала этот процесс фирма Pfizer, известная многими другими революционными разработками — от пенициллина до виагры.

Как производят лимонную кислоту

Процесс производства отработан. Сырьем служит



источник углеводов: меласса (отходы сахарного производства), кукурузный крахмал или глюкоза из целлюлозы.

Проводят ферментацию при температуре 28-32 °С, pH ~5 и с доступом воздуха, в ходе которой грибок *Aspergillus niger* начинает «дышать» и выделять лимонную кислоту как побочный продукт метаболизма. Длительность процесса — 5-14 дней.

После ферментации биомассу фильтруют и обрабатывают гидроксидом кальция, получая нерастворимый цитрат кальция. Его промывают, затем «растворяют» серной кислотой, получая лимонную кислоту и осадок гипса (сульфа-

та кальция) как побочный продукт — его используют при строительстве, в дизайне и т. д.

Финальная стадия — очистка и кристаллизация Е330. На выходе — безводная форма лимонной кислоты, белые кристаллы более стабильны и лучше подходят для хранения.

Лимонная кислота в природе...

Важно: лимонная кислота не равноцenna натуральному лимону. Е330 обеспечивает узнаваемую кислинку, но натуральный вкус лимона создает ансамбль многих компонентов: лимонен, присутствующий в цедре, отвечает за цитру-

совый аромат и за ощущение свежести, которое усиливает витамин С, яблочная и малоновая кислоты смягчают резкость, а флавоноиды (гесперидин, эриоцирин) создают легкую горечь (и дополнительный антиоксидантный эффект).

Е330 присутствует в разных продуктах. Кроме лимонов и других цитрусовых (лаймы, апельсины, грейпфруты) ее содержат фрукты (ананасы, гранат, абрикосы, персики, сливы, яблоки и др.), ягоды (клюква, черная смородина, малина, брусника, вишня, рябина, земляника, клубника, крыжовник) и овощи (например, помидоры, болгарский перец, морковь, ревень).

**28–30
АПРЕЛЯ
2026**

Москва,
МВЦ «Крокус Экспо»



GLOBAL INGREDIENTS SHOW

28-я Международная выставка
ингредиентов, сырья и оборудования
для их производства



**ЗАБРОНИРУЙТЕ
СТЕНД**

Организатор



Международная
Выставочная
Компания

new.ingred.ru

+7 (495) 252-11-07
ingred@mvk.ru

...и в пищевой индустрии

Основной потребитель лимонной кислоты – индустрия продуктов питания. Е330 – один из самых «чистых индексов»: не вызывает аллергий, организм ее не накапливает, а полностью метаболизирует в цикле Кребса (как и природная цитрат-ион в клетках). В России, ЕС, США, Китае и даже в «ограничительных» юрисдикциях (например, Израиле) Е330 разрешен без оговорок.

В качестве пищевого ингредиента лимонная кислота нужна для трех основных задач.

1. Регулятор кислотности (рН-контроль) – стабилизирует вкус, продлевает срок годности, подавляет рост патогенных микрорганизмов.
2. Антиоксидантный синергист – не являясь антиоксидантом, усиливает действие витамина С и других консервантов, связывает ионы железа и меди, которые катализируют окисление жиров.
3. Усилитель вкуса и аромата, который в газированных напитках активирует «кислые рецепторы» потребителя, при этом не перебивает сладость,

в безалкогольных энергетиках – маскирует горечь кофеина и таурина.

Полностью дублировать свойства лимонной кислоты сложно: она дешева, безопасна, нейтральна по аромату и универсальна. Когда все же бывает нужно заменить лимонную кислоту на другие ингредиенты, выбор варианта замены зависит от задачи (см. таблицу).

За пределами «пищевки»: где еще применяют лимонную кислоту

Пищевая промышленность – основной, но не единственный потребитель лимонной кислоты. Соединение активно используют в чистящих и моющих средствах – «лимонка» хелатирует ионы кальция и магния, смягчая воду и усиливая действие поверхностно-активных веществ. Лимонной кислотой заменяют фосфаты в «эко-средствах», например в таблетках для посудомоечных машин. Также лимонную кислоту применяют в косметической продукции (например, как регулятор рН в шампунях или как компонент пилингов), в текстильном производстве, электронике и даже в строительстве.



Задача	Альтернативы Е330	Особенности замены
Регулирование рН	Яблочная, винная или уксусная кислоты	Яблочная – мягче, чем лимонная, но дороже; винная тоже дорогая, а уксусная обладает резким запахом
Консервация	Сорбиновая или бензойная кислоты	Эффективнее против грибков, чем Е330, но к ним строже регуляторные требования
Улучшение вкуса	Сукциновая или молочная кислоты	Особенности восприятия: например, молочная кислота дает «кремовую» кислинку, но обладает нециструсовым профилем, а сукциновая – солоновато-кислая, поэтому хороша в некоторых ситуациях, например для морепродуктов



Возможно, лимонная кислота произведет революцию в аккумуляторах. «Цитратные батареи», в которых лимонная кислота служит основой для биоразлагаемых электролитов, могут стать экологичной альтернативой литий-ионным аккумуляторам. Пока эффективность цитратных батарей невелика, но над этой задачей работают инженеры.

Вместо заключения

Е330 – не «злая химия», а один из самых древних и безопасных метаболитов на Земле. Мы производим ее в каждой клетке при расщеплении глюкозы. Научились этому давно: в таком качестве лимонную кисло-

ту начали использовать для внутренних биохимических процессов еще первые аэробные прокариоты. Процесс остается неизменным по структуре и функциям уже около двух миллиардов лет.

Наш организм непрерывно синтезирует лимонную кислоту (в виде ее аниона – цитрата) и потребляет ее в огромных количествах – в организме взрослого человека порядка двух килограммов в сутки. Соответствующие процессы идут каждую секунду в каждой клетке, способной к аэробному дыханию. Поэтому организм не отторгает Е330 как чужеродное вещество, это соединение – наше, родное.



24-я Международная выставка оборудования для производства молока и молочной продукции

27-29.01.2026

Москва, Крокус Экспо
павильон 1, зал 4



Узнайте
условия участия
в выставке

md@ite.group
+7 495 799 55 85
dairytech-expo.ru



Мясопереработка теперь на DairyTech

Новая экспозиция
«Оборудование
и технологии
для переработки
мяса»



Организатор
Organiser

«Агропродмаш»: цифры, мнения и полезные ссылки

Выставка «Агропродмаш» традиционно приносит участникам задел контактов, договоренностей, соглашений, контрактов и позитива на год вперед, а то и более.

Сегодня мы собрали для вас статистику и полезную информацию, которая, надеемся, пригодится в работе.

«Агропродмаш-2025» в цифрах:

- 853 компаний из 22 стран;
- свыше 2000 брендов;
- более 26 000 посетителей из 62 стран.

Чего ждут от выставки участники? Что она дает? И самое вкусное на десерт: каким быть продукту будущего? Рассказывают экспоненты (продолжительность видео 13:56):



На новой площадке АО «ЭКСПОЦЕНТР» удалось сформировать масштабную и насыщенную экспозицию: много оборудования, причем оборудования в действии.

В экспозиции были представлены решения для всей цепочки производства продуктов питания и напитков: от сырья и ингредиентов до



выпуска готового продукта, его упаковки, контроля качества, охлаждения, хранения и логистики.

В интернет-каталоге выставки вы найдете интересующую вас компанию по названию, павильону, стране или выпускаемой продукции:



нируют закупать оборудование, 25% – ингредиенты, 12% – упаковку.

Подробная статистика, кто и зачем приезжает на выставку, опубликована здесь:



Смотрите отзывы посетителей (продолжительность 16:52):



Традиционно на выставку приезжают ТОП-менеджеры пищевых производств, сетей общественного питания, руководители отделов развития, снабжения, закупок и производственных лабораторий, технологии и инженеры из России и зарубежья.

По данным регистрации, 3/4 посетителей принимают решения о закупках или оказывают влияние на них.

К слову, 58% посетителей «Агропродмаш-2025» сообщили о планах совершить закупки. Причем 63% пла-



Если нужно зарядиться позитивом, погрузитесь в атмосферу выставки – смотрите видеодневник «Агропродмаш-2025»:



Выставка «Агропродмаш-2026» состоится

28 сентября – 1 октября 2026 года

в МВЦ «Крокус Экспо» (65-66-й км МКАД, станция метро «Мякинино»), павильон 3, залы 13, 14, 15, 18.

До встречи на выставке!

Организатор: АО «ЭКСПОЦЕНТР» – ведущий российский конгрессно-выставочный оператор, организатор крупнейших в России, странах СНГ и Восточной Европы выставок и конгрессов.

Выставка проводится при поддержке Министерства сельского хозяйства РФ, Министерства промышленности и торговли РФ, под патронатом ТПП РФ.

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

9–12 **2026**
февраля

Москва,
МВЦ «Крокус Экспо»

ПРОД ЭКСПО



ПРОД
ЭКСПО **FOOD**

САЛОН «ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ»

ПРОД
ЭКСПО **WINE**

САЛОН «ПРОДЭКСПОВАЙН»

ПРОД
ЭКСПО **ORGANIC**

САЛОН «ОРГАНИЧЕСКИЕ ПРОДУКТЫ»

ПРОД
ЭКСПО **PACK &
TECHNOLOGY**

САЛОН «УПАКОВКА И ТЕХНОЛОГИИ»

WWW.PROD-EXPO.RU

Реклама



18+



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

Организатор
ЭКСПОЦЕНТР



Выставка «Продэкспо-2026» ждет вас 9-12 февраля на новой площадке

В 2026 году выставка «Продэкспо», организуемая АО «ЭКСПОЦЕНТР», впервые пройдет в МВЦ «Крокус Экспо».

«Продэкспо» – крупнейшая в России продовольственная выставка для бизнеса. Ее отличают обилие трендовых новинок, обширная деловая коммуникация и контракты на сотни миллиардов рублей.

По данным Общероссийского рейтинга выставок, «Продэкспо» лидирует по размерам выставочных площадей, профессиональному интересу, международному признанию и охвату рынка.

Участники выставки отмечают ее высокую результативность: 92% производителей продовольствия и напитков и 96% закупщиков достигают поставленных целей на «Продэкспо».

Выставка охватывает все сегменты продовольственной индустрии и является эффективной деловой пло-

щадкой для производителей и поставщиков продуктов питания и напитков с закупщиками федеральных и региональных сетей, маркетплейсов, розничной торговли, с профессионалами ресторанных бизнеса и сетей общественного питания, корпоративными закупщиками, а также представителями власти.

Организатор: АО «ЭКСПОЦЕНТР» – ведущий российский конгрессно-выставочный оператор, организатор крупнейших в России, странах СНГ и Восточной Европы выставок и конгрессов.

Выставка проводится при поддержке Министерства сельского хозяйства РФ, Министерства промышленности и торговли РФ, под патронатом ТПП РФ.

Экспозиция «Продэкспо-2026» сформирована в привычном масштабе, со всеми востребованными тематиками, включая продукты питания, напитки, алкоголь, табак, ЗОЖ, экзотические продукты, халаль, органическое, спортивное, функциональное питание, ингредиенты, оборудование, упаковку и упаковочные решения, стеклотару.

Продукцию представляют около 2000 компаний более чем из 40 стран.

Географический охват впечатляет – в выставке принимают участие производители и дистрибуторы продовольствия и напитков из Азии, Африки, Европы, Южной Америки. Основу экспозиции формируют российские производители.

Ежегодно на выставке представляются новые торговые марки, бренды, инновационные продукты, а также специалитеты – автохтонные, эксклюзивные деликатесы географических регионов.

«Экспоцентр» планирует и на новой площадке организовать комфортную атмосферу для делового общения. Традиционно около 70 тыс. байеров из сотни стран находят поставщиков и договариваются о закупках на «Продэкспо».

Ингредиенты и пищевые добавки будут представлены в павильоне 2, залах 7 и 8. Участие в выставке подтвердили порядка ста компаний из России, Беларуси, Казахстана, Китая, Индии, Австрии, Турции.

В преддверии выставки мы поинтересовались, какие разработки и инновации компании планируют представить на «Продэкспо-2026» и какое направление в сфере продовольствия считают наиболее перспективным.

Илья Львович Степанов, генеральный директор ООО «НьюБио»:

– На выставке мы представим инновационные ингредиенты для пищевой отрасли в сфере здорового образа жизни – волокно кукурузное растворимое, изомальтоолигосахарид с пробиотическими свойствами. Завод «НьюБио» единственный в России и странах СНГ освоил крупномасштабный выпуск таких продуктов для широкого круга потребите-



лей. Импортозамещающие ингредиенты востребованы в производстве специализированного и функционального питания. Они актуальны в спортивной, молочной, кондитерской промышленности, индустрии мороженого и напитков. Впервые на «Продэкспо-2026» компания презентует безлактозный сухой заменитель сливок на растительной основе. Ингредиент можно использовать в кофейных смесях «3 в 1», продуктах быстрого приготовления (каши, супы, пюре) или как альтернативу цельного сухого молока во множестве пищевых продуктов.

Также на стенде мы расскажем о наших классических ингредиентах – крахмале, патоке, сухих глюкозных сиропах и широком ассортименте мальтодекстринов, включая коричневый.

Наиболее перспективным направлением в сфере продовольствия считаем создание функциональных продуктов. Производители заинтересованы в расширении такого ассортимента, чтобы попасть на «полезные полки» магазина и удовлетворить потребности покупателей. «Нью-Био» следует трендам и выпускает ингредиенты, волокно кукурузное растворимое и изомальтоолигосахарид, из которых можно делать низкокалорийные продукты с пребиотическими свойствами в разнообразных видах пищевой промышленности.

Сейчас также высокий спрос на производство продуктов для тех, у кого непереносимость лактозы, поэтому производители в поиске альтернативы молока и наш сухой заменитель сливок актуален в данном направлении. Ингредиент позволяет выпускать мясные и молочные продукты, мороженое и многое другое.

Ольга Игоревна Соколова, коммерческий директор компании «БИОКОЛ»:

– Компания «БИОКОЛ» представит новейшие реше-

ния: пищевые красители, экстракты, красящие соки, антиоксиданты и консерванты, применяемые в рецептурах напитков, кондитерских, хлебопекарных и мясных изделий.

Среди новых разработок – уникальные консерванты, таухмассы (покрытия) для колбасных изделий, красители на основе бета-каротина для сыров, не имеющие аналогов в России.

Смещение трендов в сторону натуральных красителей, антиоксидантов и консервантов, соответствующих концепции «clean label» («чистая этикетка») – сокращения синтетических добавок при сохранении функциональности.

Анастасия Самсонова, руководитель отдела продаж направления «Пищевые ароматизаторы» ООО «Кема Клаб»:

– На выставке «Продэкспо-2026» мы представим одно из ключевых направлений нашей компании – комплексные пищевые добавки для хлебобулочных изделий.

В линейку продукции войдут сухие смеси для приготовления кремов, печенья, бисквитов, маффинов, сдобы и других изделий, а также улучшители, обеспечивающие сохранение свежести и увеличение сроков годности готовой продукции.

Категория хлебобулочных изделий продолжает демонстрировать рост. Производители ищут технологичные решения, которые легко интегрируются в производственный процесс без привлечения дополнительных ресурсов. Мы активно работаем с такими запросами.

Оксана Динис, менеджер по продажам ООО «ЭСАРОМ РУС»:

– Компания ESAROM GmbH представляет высококачественные пищевые ингредиенты для создания новых трендов в производстве напитков, кондитерских изделий и мороженого, соответствующих передовым мировым тенденциям и отвечаю-



щих постоянно меняющемуся потребительскому спросу.

Одно из основных направлений – это функциональные напитки, производство которых во всем мире удвоилось за последние 5 лет.

Газированные напитки с добавлением пищевых волокон, белка, а также обогащенные ВСАА (комплекс незаменимых аминокислот из лейцина, изолейцина и валина) – это простой и приятный способ разнообразить повседневный рацион.

В условиях растущих цен на сырье производители все активнее ищут решения для изготовления сокосодержащих напитков с низким содержанием сока, которые одновременно гораздо полезнее пакетированных соков. Компания ESAROM предлагает экономичное решение и новые разработки, сохранив полноценные вкусовые ощущения продукта. Эти напитки отличаются легкостью и отлично насыщают организм жидкостью в течение всего дня.

Кроме того, мы готовы представить инновационные разработки в сфере производства мороженого. На «Продэкспо-2026» будут представлены образцы мороженого, созданные по эксплуативным рецепттурам австрийских технологов.

Будем рады представить новые вкусовые сочетания для кондитерских изделий. Вафли со вкусом десертов, а также без сахара, печенье, летняя серия мармелада с яр-

кими вкусами – вот далеко не полный перечень предложений компании ESAROM на 2026 год.

Екатерина Андреевна Муравьева, руководитель отдела маркетинга ООО «Норд Ингредиентс»:

– На «Продэкспо-2026» мы представим направления, связанные с «чистой этикеткой», высокобелковыми смесями и фортификацией продуктов. В центре внимания – витаминные и минеральные премиксы, решения для функциональных напитков и технологичные смеси с повышенной пищевой ценностью. Мы также готовим запуск второго производства в России, что позволит расширить линейку ингредиентов и повысить стабильность поставок.

33-я международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо-2026» состоится 9-12 февраля 2026 года в МВЦ «Крокус Экспо» (65-66-й км МКАД, станция метро «Мякинино»).

Ваш билет на официальном сайте выставки: <https://www.prod-expo.ru/>



Что ждет индустрию напитков в 2026 году: проблемы, тренды, перспективы

16-17 октября 2025 года в Сочи состоялась бизнес-конференция ДРИНКОНФ. Мероприятие стало первым профильным проектом от семейства конференций «Пищёвка3D», посвященным индустрии напитков – от воды и соков до пива.

Производители, поставщики в отрасль, аналитики и другие причастные к индустрии не только обсуждали актуальные вопросы отрасли, но и активно участвовали в насыщенной программе мероприятий. Конференцию посетили как представители нишевых брендов, так и гиганты отрасли, среди которых Baikalsea Company, Gorilla Drinks, «Аквалайн», генеральный директор «СОЮЗ-НАПИТКИ», представители ритейла и многие другие.

Мероприятие прошло при активном участии ключевого партнера «CCL-Контур» и других партнеров-компаний – NTech, «Амадей», Top Decor.

Ключевые темы деловой программы

Пять сессий деловой программы охватили ключевые вопросы индустрии. В частности, много внимания участники уделили аналитике рынка и потребительских трендов. Дмитрий Три-

фонов, сооснователь NTech, подчеркнул, что в 2025 году напитки стали лидирующей категорией FMCG. Уровень составил +21% в деньгах, +7% в «физике» – «напитки опережают все категории главной полки холодильника при общем росте продукта питания +16%».

Активно обсуждалась тема функциональных напитков, суперфудов и безалкогольного пива. Александр Ровер, коммерческий директор «ПК натуральные напитки», основатель проекта Roverstm.ru, начальник производства The Scandalist Energy Drink, осветил проблемы ниши: «95% запусков умирают сразу: без изюминки продукт не выживает, и красавая этикетка уже не является аргументом. Хороший рост можно вывести через HoReCa, поскольку обеспечивается максимальное касание с потребителем».

Интересной также оказалась история развития бренда Lapochka Drinks. Сооснователь Всеволод Балыков рассказал, что сейчас компания увеличивает обороты за счет сотрудничества с крупным ритейлом: «Мы делаем другие вкусы под сети, которые они продвигают уже сами, своим бюджетом. Так мы можем проверить спрос для себя. Лучше конкурировать с собой, чем с другими».

Неформальные активности

Был поставлен новый рекорд «Пищёвки3D»: места на Speed Networking разобрали за пол-часа после анонса. Участников ждал час нетворкинга, десятки новых знакомств и ценные деловые контакты.

Неформальная программа в виде Bubble Party и финального пивного бранча стала одной из ключевых особенностей конференции. Участники отметили, что индустрии напитков не хватало именно такого формата – где можно обсудить бизнес-вопросы в дружеской обстановке и наладить долгосрочные партнерские связи.

Что дальше?

Дискуссии о будущем пищевой индустрии продолжаются! 20-21 ноября в Университете ИТМО в Санкт-Петербурге пройдет конференция FOODIGITAL, посвященная цифровой трансформации пищевой промышленности.

Также уже открыта предварительная регистрация на события 2026 года – новые форматы, новые отрасли, новые города. От науки до бизнеса, от хлеба до биотехнологий – у каждого представителя пищевой промышленности теперь есть своя точка сборки.

Организатор:
ООО «Ватель Консалтинг»
<https://pischevka3d.ru/>



Бизнес индустрии напитков

Журнал для тех, кто применяет, продает и производит ингредиенты для выпуска напитков

Изменения предпочтений в напитках
как отражение динамики продуктового рынка
АКТУАЛЬНО

стр.
32

Пиво – древнейший напиток, который всегда
в развитии, требуя инноваций и переосмысления
ТЕХНОЛОГ – ТЕХНОЛОГУ

стр.
34

Swicy – восходящий тренд в напитках

Сочетание сладкого с острым, пряным и другими резкими вкусами в составе одного напитка глобальным трендом называют разные эксперты, а на практике мы видим такие варианты в предложении игроков российского рынка. Миксы «ананас с перцем» или «малина с перцем» – выразительные примеры тренда «swicy», название которого составлено из слов «сладкий» и «пряный»

Создавать сочетания новых ингредиентов, которые ранее не применяли вместе при промышленном производстве, зачастую приходится с привлечением внешней экспертизы. Получение напитков, способных даже при таком соседстве ингредиентов сохранять то-

варный вид при транспортировке и даже при длительном хранении, требует совместной работы технологов, производителей и экспертов поставщиков ингредиентов.

Смелые сочетания, которые недавно считали невозможными, обладают как новизной, так и «многослойностью», что обеспечивает потребителям новые ощущения и привлекает внимание. Первыми на тренд откликнулись торговые сети, предложившие новые коктейли в линейках своих СТМ: «Ананас-Чили» и «Вишня-Гибискус с перцем» появились у «ВкусВилл», лимонад с соком малины и экстрактом кайенского перца – у «Пятерочки».

«Ботанические вкусы»: между эко и ЗОЖ

В моде – интерес к «ботаническим оттенкам», который выражен в поиске «природных» вариантов: с ароматом хвои, вкусами лесных ягод, травяных чаев и т.д. Легко видеть, что тренд соседствует с запросом на природность: экологичность, чистоту вкусов, простоту и т.д. Создание эффекта простоты и природности в технологическом плане непростая задача, но решаемая.

Для удовлетворения запросов потребителя нужно очень правильно и точно подобрать сочетание ароматизаторов и вкусовые добавки, при этом комбинируя оригинальные ингредиенты

с синтетическими. В очередной раз отметим важность коллабораций: экспертиза в исследованиях потребительских предпочтений, которой обладают торговые сети, и умение сочетать вкусовые добавки с ароматическими, в которой преуспели поставщики ингредиентов, – это микс, способный творить чудеса на современном рынке.

Примеры успешных решений в «ботаническом» тренде можно найти у СТМ крупных федеральных сетей, которые уже создали варианты с акцентом на вкусы груши, бузины, пихты, «сибирских трав» и лимона.

Алкоголь: все больше СТМ на российских прилавках

Доля СТМ уверенно растет и в сегменте алкогольных напитков: для джина в этом году она составила 19,2%, что на 4,7 процентного пункта (п.п.) больше год к году (по данным «Нильсен» за первые девять месяцев 2025 года), у рома – 13,9% (+0,9 п.п.), хотя виски падает – с 1,9 до 1,1%, сообщает New Retail. На этот тренд следует обратить внимание производителям ингредиентов, у которых появляется

новая категория заказчиков, настроенных на агрессивное расширение рыночных долей, ранее контролируемых ЛВЗ и профильными брендами.

Федеральные сети, практически монополизировавшие сегмент доступного алкоголя, способны обеспечить стабильный спрос на эту продукцию и ее продвижение на рынке. Такие компании запускают линейки классических напитков.

Официальный представитель завода VIDYA HERBS (Индия)



РАСТИТЕЛЬНЫЕ ЭКСТРАКТЫ, КАРОТИНОИДЫ И ОЛЕОРЕЗИНЫ



БЕТА-КАРОТИН | ЛЮТЕИН | ЛИКОПИН | ЗЕАКСАНТИН
ОЛЕОРЕЗИН ПАПРИКИ | ЭКСТРАКТ КУРКУМЫ
ЭКСТРАКТ ИМБИРЯ | МАСЛО | ЭМУЛЬСИЯ | ПОРОШОК

Продажа растительных компонентов и ингредиентов для производства БАД, косметической, пищевой и фармацевтической продукции

+7(931)334-61-27, +7(921)591-08-19,
info@vidyarus.com, www.vidyarus.ru



Тренды в сегменте напитков, значимые для рынка ингредиентов

Современные тренды в индустрии напитков направлены на объединение функциональности, экологичности и уникального потребительского опыта.

Бизнес пищевых ингредиентов обладает особенностью: работающие в этом сегменте компании практически лишены коммуникаций с конечным потребителем, с человеком, который в итоге оплачивает функционирование всего процесса создания продуктов. Это ограничивает компаниям со специализацией в области ингредиентов возможности влияния на развитие рынка, а также получение информации о предпочтениях и пожеланиях потребителей.

Ситуация присутствует, например, в сегменте розничных продаж напитков, продаваемых в формате RTD (Ready-to-Drink), для создания которых нужны мно-

гочисленные ингредиенты. Заметим, что RTD – не единственный сегмент рынка напитков, связанный с бизнесом ингредиентов. Сейчас игрокам рынка стоит учитывать пожелания бизнесов из сегмента HoReCa, которые относительно менее ингредиедоемкие, но высокомаржинальные. Многие самостоятельно готовят напитки в домашних условиях – от кофе (см. врезку) до комбучи, включая домашнее вино, настойки и др., – им тоже нужны ингредиенты; этот сегмент в ближайшее время будет расти особенно интенсивно.

Индустрия напитков широка и разнообразна

Рассматриваемое в этом спецвыпуске направление очень широкое, оно охватывает диапазон от ЗОЖ-сегмента до алко, от локальных молочных продуктов (рассмотренных нами в предыдущем номере) до заморского кофе. Внутри каждого направления своя специфика, а зачастую есть особенности в регуляторике.

Продажи напитков сильнее других товарных категорий зависят от экономической ситуации. Потребление хлебобулочных изделий почти не меняется, а воду в бутылке на тренировку или кофе в термосе на прогулку можно брать с собой из дома, а не покупать по дороге. Сегмент напитков более всего подвержен сезонности, например, летом прохлади-

тельные напитки продаются лучше по вполне понятным причинам.

Трендов внутри сегмента множество, в каждом подсегменте могут действовать собственные, но существуют

протеин предлагают как в готовых продуктах, так и в виде порошка-ингредиента для DIY – чтобы обогащенный напиток можно было приготовить самостоятельно для достижения экономии.

СПРАВКА

Тренд на домашнее приготовление напитков виден на примере кофе: кофемашины и кофеварки россияне с января по ноябрь 2025 года покупали в 1,3 раза чаще относительно того же периода прошлого года, сообщает «Российская газета». Аналогичный прирост отмечают и другие игроки рынка: за девять месяцев 2025 года в стране было продано около 1,7 млн кофеварок, по оценке «М.Видео», что на 10% больше, чем за тот же период 2024 года, при этом почти половина продаж приходится на модели стоимостью до 5 тыс. руб. Потребители пытаются получать ставшее привычным качество за приемлемые деньги, но для этого им нужны как сам кофе, так и разнообразные специи-ингредиенты: корица, кардамон и пр.

и сквозные. Какие направления аналитики сейчас считают настолько акцентированными, что знание о них будет важно для работающих в сегменте пищевых ингредиентов?

ЗОЖ и его аспекты

Повышенное внимание к здоровью во всех формах – от выбора активностей до приобретения продуктов – восходящий тренд потребительского поведения, влияющий на большинство направлений экономики. Он находит проявления в рассматриваемом нами сегменте напитков.

Одно из новых интересных направлений – протеиновые напитки. Это могут быть коктейли или обогащенная вода в формате RTD, получившие 15-20 г белка на бутылку. Интересно, что

Протеиновые напитки – только часть общего тренда на товары «с присадками», которые в современных условиях могут быть самые разные, функциональные варианты индустрия предлагает в широком спектре. Набирают популярность напитки с адаптогенами – натуральными или синтетическими веществами, помогающими организму адаптироваться к стрессам, повышающими неспецифическую устойчивость к неблагоприятным факторам (накопившая усталость, высокие физические нагрузки и т.д.). Вариантов адаптогенов много: функциональные грибы, ГАВА для сна и от стресса, колструм для иммунитета и пр.

Высоким спросом пользуются напитки с пробиотиками. Обычно в таком ключе рассматривают молочную



продукцию – кефiry, йогурты, айран – но пробиотики добавляют и в другие товары, например, в популярную сейчас комбучу. Напитки с пробиотиками, полезными для здоровья кишечника, также следует отнести к рассматриваемому ЗОЖ-направлению.

Моктейли – новое слово в сегменте

Отказ от напитков с содержанием спиртов можно рассматривать как часть ЗОЖ-направления, но это существенно более широкий и интересный тренд, в основе которого не только более требовательное отношение к здоровью, но и поиск новых интересных вкусов. Внутри этого тренда существуют как безалкогольные вино и пиво, так и классические или модернистские коктейли, но лишенные спиртной составляющей.

Заметим, что безалкогольные коктейли стали настолько распространены, что для них уже используют новое слово – моктейли (mock англ. – ложный, мнимый). Благодаря отсутствию алкоголя в рецептуре моктейли в формате RTD актуальны для интернет-зака-

зов, причем и как отдельные продукты, так в составе готовых рационов. Такая продукция особенно привлекательна для поколения миллениалов и для зумеров – родившихся в 1981-1996 гг. и в 1997-2012 гг., соответственно, но и в других возрастных группах потребителей она тоже набирает популярность.

Обилие вкусовых вариантов делает моктейли особо интересным направлением для поставщиков ингредиентов. Компании могут поставлять производителям напитков отдельные ингредиенты для такой продукции, а также готовые к применению ингредиент-миксы, составленные и сбалансированные экспертами на стороне поставщика.

Новые вкусы, новые ощущения

Напитки для здорового образа жизни нередко получают наряду с функциональными возможностями необычные вкусовые сочетания. Сочетания могут быть самыми экзотическими, например, лимонад без сахара на малиновом соке с кайенским перцем, включенный в ЗОЖ-ориентированную линейку «Вкус & польза», в конце года выпущенную «Пятеркой» под собственной торговой маркой (про СТМ см. материал на с. 36). Сочетание вполне в рамках моды на «swicy» («пряное и острое»).

Газированные напитки со сливочным вкусом – открытие 2025 года. С ними экспериментируют разные производители, но не всегда успешно. Обеспечить соседство внутри одной упаковки газированной и сливочной составляющей достаточно сложно, поэтому иногда эти компоненты продают в составе единого комплекта, но в отдельных упаковках. Смешивание компонентов нужно выполнять самому покупателю перед употреблением.



Поставщикам ингредиентов нужно быть готовыми к странным запросам производителей, желающих получать оптимальное сочетание вкусов перца с малиной или пряностей с клубникой.

«Ботаника» в новых условиях

Требованиям покупателей к питьевой продукции во многом отвечает концепция «чистой этикетки», о которой мы говорили в предыдущем номере журнала. Многие считают, что чем проще рецептура, тем продукт полезней или, как минимум, тем меньше его побочные влияния на организм. А если в рецептуре напитка присутствуют «ботанические вкусы», то такой продукт может оказаться в топе спроса – его воспринимают как «очень натуральный».

Разные травяные вкусы – «сибирские травы», «полевые сборы», «лесные сборы» и прочие «луговые миксы» – сейчас на пике популярности, который может просуществовать достаточно долго. Заметим, что тяга к локальным вкусам без проблем соседствует с интересом к напиткам из других регионов мира – «этническое» направление занимает значимую долю сегмента напитков. Например, аналитики отмечают в течение последнего года значительный прирост покупателей в категории пива из стран Азии – Японии, Китая, Кореи и пр. – общий оборот этого направления в нату-

ральном выражении прибавил четверть по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года, по данным «ГФК-Русь».

Вместо заключения

Трендов внутри сегмента достаточно много. Почти все новые запросы современных потребителей находят отражение в предпочтениях напитков. Кроме рассмотренных новых модных требований и предпочтений в сегменте продолжают сохранять значимость уже известные тренды. Например, все еще важны направления пониженной калорийности и продуктов «без сахара», а также все еще востребованные товары «без ГМО».

Мы рассмотрели только наиболее выраженные изменения в пользовательских предпочтениях, оставив за рамками происходящее в алкосегменте и у посетителей сегмента HoReCa, к чему еще вернемся. Там тоже много интересного – например, заказчиками некоторых «натуралистических» ингредиентов могут выступать HoReCa (используя их для создания коктейлей) или пекарни (под применение в пропитках сдобы, пирожных и пр.).

Кроме совмещения пользы и удовольствия в сегменте напитков набирает силу тренд гибридизации – когда напиток заменяет перекус или даже прием пищи – что тоже повлияет на рынок ингредиентов, но это уже предмет отдельного рассмотрения. ■



Пиво и слабоалкогольные напитки. Тенденции и перспективы

2025 год – переломный для пива и слабоалкогольных напитков, когда натуральность и функциональность стали главными стимулами развития рынка. Компания «ЭКО РЕСУРС» изучила данные популярных аналитических агентств и рассказывает, как видит развитие этого направления в пищевой промышленности.

По сведениям GlobalData, мировой рынок напитков с содержанием менее 3% алкоголя вырос на 8% за последний год, а доля пива и сидра с экологичным составом увеличилась до 23%. Прогнозируется, что производство слабоалкогольных напитков продолжит рост с годовой динамикой около 7-8,5%, особенно в сегментах с натуральными красителями и ароматизаторами. В России и странах СНГ хорошо заметно ускорение такого перехода: 30% новинок в категории пива и сидра уже содержат не менее 70% природных ингредиентов.

Экстракти природных красителей активно внедряются в рецептуры пива и слабоалкогольных напитков. Красящие экстракти из органического сырья полностью соответствуют тренду «чистой этикетки» и позволяют получать яркие естественные цвета. Современные ароматизаторы часто базируются на компонентах, полученных из растений, – они открывают новые горизонты для создания многогранных вкусовых профилей и сохраняют стабильность аромата.

В крафтовом сегменте – ботанические ноты и дубовая выдержка

Продолжает расти интерес к крафтовому пиву. К концу 2025 года оно представлено на рынке в самых разных стилях, каждая коллекция стремится к уникальности и обязательно ко вкусоароматическому богатству.

Сочетание классической хмелевой основы с неожиданными ингредиентами – ароматами свежих трав, цитрусовых, шоколада – позволяет создавать уникальные профили с балансом горечи, фруктовой свежести и пряных нюансов, соответствующая тенденции к персонализации и натуральности. Для создания оригинального вкусового звучания в рецептуру крафтового пива добавляют ноты плодов, ягод; солод



разной обжарки и даже кофе. Ваниль, танины и карамель насыщают модное пиво древесными ароматами.

Компания «ЭКО РЕСУРС», лидер в производстве пищевых ингредиентов, предлагает новые разработки: идеи вкусов и концепций пива с учетом мировых трендов, адаптированные под локальный рынок. В лимитированных линейках пива аромат раскроет свои секреты.

Орех великолепно сочетается с карамельно-солодовым вкусом (барливайн, портер).

Тыква + мускатный орех добавляют напитку мягкие сладковатые ноты (эль, стаут).

Каштан созвучен с шоколадно-кофейным и поджаренным профилем (браун эль).

Базилик + томат дарят впечатление средиземноморской кухни (гозе).

В ярком формате – сочный сидр и выразительный пуаре

Сегмент классического пива в уходящем году уступил лидерство производству си-

дра и пуаре. Их триумф многие объясняют отсутствием глютена: напитки рождаются из ферментированного яблочного (грушевого) сока, после выдержки обретая натуральную легкость и яркий фруктовый профиль. Это вполне отвечает стремлению к чистоте состава, к локальным продуктам и сезонным ингредиентам.

Инновационные напитки с пуаре – сочетание разных сортов груш с добавлением экзотических фруктов (асаи, личи, гуавы); комбинации пуаре с функциональными элементами, введение в рецептуру пряностей и трав; эксперименты с выдержкой в винных бочках. Ожидания взыскательной аудитории – высокое качество, уникальность, эстетика и функциональность.

Сочные, натуральные оттенки крафтового сидра и пуаре говорят на языке ботаники и фруктов – их цвет будто зовет погрузиться в глубину вкуса, усиливая визуальную притягательность, обещая качество.

В премиум-классе – медовая традиция и восточный профиль

Совсем недавно на пике популярности в сегменте слабого алкоголя была медовуха – благодаря интересу к органике и связи с культурными традициями. А сегодня с медовухи фокус сместился к более изысканным продуктам: это мид и меломель. Добавление в рецептуру фруктовых соков, цветочных настоев, ягодных экстрактов, легких дистиллятов расширяет сенсорный спектр медовых напитков и возвышает их до премиального класса.

Необычные ароматы и вкусы все чаще связаны у сегодняшних потребителей с пользой, и производителям необходимо учитывать растущий спрос на напитки с азиатским вкусовым профилем: они содержат экзотические ингредиенты, традиционные для восточной медицины и кулинарии, – имбирь, лемонграсс, матчу, гinkго билоба – растения с антиоксидантными и адаптогенными свойствами. Эти компоненты считаются способными поддерживать иммунитет, понижать уровень стресса и улучшать общее самочувствие. Именно поэтому диковинные вкусы стали восприниматься как знак заботы о здоровье и естественного образа жизни.

В перспективе – функциональные добавки и нулевой алкоголь

Аналитики прогнозируют, что в 2026 году сохранится устойчивая тенденция к снижению потребления крепких напитков, а интерес аудитории будет направлен на слабоалкогольные и безалкогольные варианты. Этот сдвиг обусловлен ростом числа людей, стремящихся к здоровому образу жизни и желающих совмещать удовольствие от напитков с пользой для здоровья. Эксперты прогнозируют дальнейшее развитие этой тенденции благодаря усилию спроса на прозрачность состава и функциональные добавки.

По данным исследований Mintel, популярность напитков с велнес-компонентами в 2026 году увеличится на 12%. Приоритетные ингредиенты, которые будут определять востребованность низкоалкогольных напитков:

Ботанические и функциональные добавки: лаванда, шалфей, базилик, можжевельник, еловые шишки – антистресс и общее оздоровление.

Адаптогены и суперфуды: матча, куркума, алоэ вера, женьшень – поддержание энергии и иммунитета.

Низкокалорийные подсластители: стевия, эритритол – сохранение сладости без лишних калорий.

Здоровые акценты: комбуча, зеленый чай, яблочный уксус – детокс и укрепление микрофлоры.

Рецептуры напитков с такими компонентами открывают возможности для создания коллекций, сочетающих наслаждение, оздоровление и соответствие современным запросам. Компания «ЭКО РЕСУРС» представляет инновационные решения: линейку ароматизаторов АРОМАВИЛ™ и сахарных колеров АРОМАКОЛОР™, разработанных специально для производства напитков.

2026 год обещает качественные перемены на рынке пива и слабоалкогольных напитков. Красители и ароматизаторы природного происхождения из модной идеи превращаются в важный инструмент для привлечения потребителей, становясь гарантом успеха и роста брендов.

АО «ЭКО РЕСУРС»

Телефон: 8 (800) 7777-331

E-mail: ingredients@eco-recource.com

ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ, ЧТО...

В КАЖДОМ НОМЕРЕ ЖУРНАЛА
«БИЗНЕС ПИЩЕВЫХ ИНГРЕДИЕНТОВ»
 есть тематическое спецприложение?
Расписание спецприложений известно на год вперед.

№ 1 (февраль-март)

Хлебопекарная и кондитерская индустрия

№ 2 (апрель-май)

Продукты здорового и спортивного питания

№ 3 (июнь-июль)

Снеки и продукты быстрого приготовления

№ 4 (август-сентябрь)

Мясная индустрия

№ 5 (октябрь-ноябрь)

Молочная индустрия

№ 6 (декабрь-январь)

Индустрия напитков



Подписка на «Бизнес пищевых ингредиентов» открыта. Подробности – на с. 38.

Напоминаем, что для юридических лиц, членов СППИ, действуют специальные цены как на подписку, так и на размещение рекламы. За подробностями обращайтесь по адресу soltanovich@bfi-online.ru или по телефону +7 903 672-7083.

Собственные торговые марки: две стороны одного тренда

В условиях турбулентности и растущей ценовой чувствительности потребителей российский продуктовый ритейл активно развивает направление собственных торговых марок (СТМ, private labels). Происходящее трансформирует не только ассортимент на полках супермаркетов, но и всю цепочку создания стоимости в пищевой промышленности.

СТМ в продуктовом ритейле России: стратегия выживания или долгосрочный тренд? И то, и другое. Высокая конкуренция на насыщенному рынке, давление на маржу из-за роста логистических и операционных издержек, а также запрос потребителей на доступные цены делают СТМ важным инструментом для торговых сетей.

Подчеркнем, что СТМ перестали быть инструментом создания бюджетной альтернативы массовым продуктам питания, сегодня private labels формируют новый рыночный ландшафт. В новых условиях ритейлер выступает не только продавцом,

лучает полный контроль над соответствующим товаром: себестоимостью, ценообразованием, маржой и т.д. Это требует дополнительных ресурсов и привлечения компетенций, но дело того стоит.

В продуктах под СТМ для ритейлера исключены компоненты себестоимости товара, включаемые традиционным производителем, – затраты на рекламу и на прочие маркетинговые активности, а также часть издержек посредников. В результате СТМ позволяют торговым сетям достигать более высокой рентабельности по сравнению с продажами брендированных товаров.



развития СТМ, тоже важно в современных условиях. Знакомство покупателей с качественным и доступным продуктом под СТМ форми-

Преимущества для производителей продуктов питания

Парадоксально: появление и развитие СТМ открывают новые возможности и для производителей продуктов питания. Производители получают крайне важное в современных условиях: гарантированный объем заказов, обеспечивающий стабильность корневого бизнеса. Контракт с крупной сетью обеспечивает долгосрочную загрузку производственных мощностей, что критически важно для эффективного планирования. Особенно это актуально для средних и крупных предприятий с современными мощностями.

Производитель снижает маркетинговые и сбытовые издержки, связанные с продвижением своей продукции. Полностью затраты на маркетинг исключить не удастся. Но переходя на контрактные поставки СТМ, сам производитель уже может

ДЛЯ БИЗНЕСА ПИЩЕВЫХ ИНГРЕДИЕНТОВ РАЗВИТИЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОБСТВЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК В ЭКОНОМИКЕ ОЗНАЧАЕТ ВКЛЮЧЕНИЕ РИТЕЙЛЕРОВ, РАБОТАЮЩИХ С СТМ, В ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ МАРКЕТИНГОВЫХ И ПРОДУКТОВЫХ ИНИЦИАТИВ.

но и заказчиком, создателем брендов и даже стартапером/инноватором/визионером. В современных экономических реалиях развитие собственных марок стало особенно актуально как для сохранения экономической эффективности, так и для роста бизнеса.

В чем преимущества СТМ

Ритейлер, создающий линейку продукции под собственной торговой маркой, по-

Управление ассортиментом позволяет получить и другие преимущества, например, уйти от любой конкуренции. Ритейлер может сформировать уникальные предложения продовольственных товаров, которые нельзя напрямую сравнить с продукцией конкурентов, но которые занимают свободные ниши.

Повышение лояльности покупателей, которое является одним из результатов

рует доверие к сети в целом. Потребитель начинает ассоциировать магазин с надежным поставщиком хороших товаров по честной цене, так что СТМ можно рассматривать и как мощный маркетинговый инструмент. Но тут есть и обратная сторона, создающая риски для репутации сетевого ритейлера: любой инцидент с качеством продукта, поставляемого под СТМ, ударит по имиджу всей розничной сети.

сосредоточиться на продвижении себя в базовом качестве, работая в сегменте B2B.

Работая в рассматриваемом сегменте СТМ, производитель фокусирует активность на мероприятиях, обеспечивающих рост качества и снижение себестоимости продукции, перекладывая затраты на продвижение, дистрибуцию и мерчандайзинг на ритейлера, владеющего private labels. Освобождая ресурсы, производитель может сосредоточиться на собственном корневом бизнесе, например, выполняя модернизацию производства. Работа на строгие стандарты огромных сетевых ритейлеров – особенно в сегментах premium, который тоже может быть СТМ, – стимулирует производителей инвестировать в контроль качества, новые технологии и т.д.

Есть и обратная сторона у этого процесса. Ритейлер в отношении производителя одновременно выступает и как партнер (покупатель), и как конкурент (владелец конкурирующего бренда). Возможный конфликт интересов может привести к подрыву доверия и разрушению долгосрочности отношений.

Недостатки и риски концепции СТМ

Несмотря на оптимизм – как ритейлеров, так и производителей – агрессивное развитие СТМ создает риски, причем в масштабах всей национальной экономики. Основная причина – риск монополизации рынка продуктов питания крупными федеральными ритейлерами. Концентрация влияния в руках нескольких сетей может оказывать давление не только на производителей, но и в долгосрочной перспективе – на поставщиков сырья и сельхозпроизводителей, еще больше сжимая их маржу.

Крупные производители продуктов питания, продвигающие товары под собственными брендами, высту-

пают основными источниками развития рынка и инноваций. Ритейл обычно не обладает глубокой технологической экспертизой, что ограничивает возможности инноваций. Однако, располагая СТМ как инструментом для продвижения продукции на рынок, сети могут вытеснить из розницы другие национальные бренды продуктов питания, что приведет к снижению инновационности всего рынка.

Расширение СТМ ведет к структурным изменениям, которые имеют неоднозначные последствия для всей экосистемы. Поэтому инициативы законодательного ограничения СТМ, которые появляются в Госдуме РФ, не лишены смысла.

Особенности момента

Период низких темпов роста экономики и сжатия реальных доходов населения становится «звездным часом» для

ции минимизация рисков особенно актуальна для всех участников рынка.

Однако в условиях стагнации сохранены все опасности, связанные с распространением СТМ, а в ряде случаев риски даже акцентированы.

СТМ может стать ответом на снижение покупательской способности. В периоды экономической стагнации СТМ могут стать «амортизатором», удерживающим покупателя в магазине за счет

ПРИ РАЗВИТИИ ВОЗНИКАЕТ ВОСТРЕБОВАННОСТЬ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ВНУТРИ ПОРТФЕЛЯ СТМ ОТДЕЛЬНЫХ РИТЕЙЛЕРОВ, КОТОРЫЕ НАЧИНАЮТ РАЗВИВАТЬ НЕ ТОЛЬКО БЮДЖЕТНЫЕ, НО И ПРЕМИАЛЬНЫЕ ЛИНИИ СОБСТВЕННЫХ МАРОК, СТРЕМЯСЬ УДЕРЖАТЬ РАЗНЫЕ ГРУППЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ПОВЫСИТЬ СРЕДНИЙ ЧЕК.

При самом негативном развитии ситуации сегмент в перспективе может получить спектр однотипных предложений, где конкуренция практически смешена только в ценовую плоскость. От монополизации пострадают и потребители – снижение количества производителей ведет к обеднению ассортимента и снижению возможностей выбора. При доминировании нескольких сетей их СТМ могут привести к исчезновению с полок нишевых и региональных брендов, обедняв реальное разнообразие продуктов питания для граждан.

Новым производителям продуктов питания и новым брендам в современных условиях сложно выходить на российский рынок, а масштабное развитие СТМ только усложняет ситуацию. Молодым брендам становится практически невозможно конкурировать за место на полках супермаркетов, где есть товары, которые и заказывают, и продвигают, и устанавливают на них приоритетную цену сами федеральные ритейлеры.

СТМ, но также задает новые векторы развития. На первое место выходит импортозамещение, зачастую в формате гиперлокализации. Сети будут активнее искать региональных производителей для производства СТМ, сокращая логистические плечи, поддерживая локальную экономику. Это полностью отвечает государственной повестке, принятой в РФ.

Для потребителей важен баланс: важным фактором для выбора в пользу товаров под СТМ станет не просто низкая цена, а оптимальное соотношение цены и качества. Акцент сместится на улучшение рецептур, использование узнаваемых ингредиентов (например, «сделано из молока от...»), экологичную упаковку даже в среднем ценовом сегменте и т.д.

Выбор баланса в случае с СТМ становится проще: использование «Больших данных» для анализа потребительского поведения позволяет создавать максимально релевантные продукты под СТМ, минимизируя рыночные риски при запуске новинок. В условиях стагна-

формирования доступной ценовой линейки. Но за пределами кризиса СТМ тоже сохраняют актуальность: их возможности много шире, чем создание спектра «продуктов первой цены».

Заключение

Развитие собственных торговых марок в российском продуктовом ритейле – уже не тактика, а системная стратегия, во многом определяющая будущее отрасли. В условиях стагнации она является для сетей актуальным «демпфером», а для ряда производителей – шансом на выживание. Однако устойчивое развитие рынка возможно лишь при сохранении баланса: здоровой конкуренции между СТМ и национальными брендами, партнерской, а не диктаторской модели взаимоотношений с поставщиками и, главное, при сохранении фокуса на реальных потребностях и качестве жизни конечного потребителя. В противном случае рынок ждет не инновационный рост, а ценовая стагнация и монополизация ассортимента.

иД «Формула»

Бизнес пищевых ингредиентов

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

Открыта

ПОДПИСКА

на 2026 год

- стоимость подписки - **7590 рублей**
на печатную и электронную версию,
- стоимость подписки - **5520 рублей**
только на электронную версию.

Можно подписаться на первое полугодие (3 номера)
и в июле продлить подписку на второе полугодие (3 номера).

Как оформить подписку:

- запросить счет по телефону
+7 (496) 522-40-45,
- скачать счет на оплату с сайта
bfi-online.ru,
- подписать через каталог «Урал-Пресс»,
подписной индекс **41555**.





**MODERN
BAKERY
MOSCOW**



CONFEX
КОНДИТЕРСКАЯ
ЭКСПЕРТИЗА



GOTOVO
ПРОИЗВОДСТВО
ГОТОВОЙ ЕДЫ

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



24–27.03.2026

Москва, ВЦ «Тимирязев»



Получите бесплатный
билет по промокоду
MB26-DBWWX

modern-bakery.ru
confex-expo.ru
gotovo-expo.ru

Организатор

ГЕФЕРА МЕДИА

50 ЛЕТ В МИРЕ
20 ЛЕТ В РОССИИ

roha.com | rohagroup.ru



ROHA

INNOVATING FOR YOU. WITH YOU.

ПИЩЕВЫЕ КРАСИТЕЛИ
ВЫСУШЕННЫЕ И СУБЛИМИРОВАННЫЕ ПРОДУКТЫ

