

ОТРАСЛЬ ИНГРЕДИЕНТОВ – ИТОГИ ДЕСЯТИЛЕТИЯ

По итогам развития отрасли ингредиентов, сырья и добавок в 2010 году и результатам выставки Ingredients Russia 2010 можно смело утверждать, что рынок пищевых добавок в РФ окончательно сформировался. Четко определились лидеры направлений и их специализация. Многие компании обзавелись собственными производственными структурами достаточного высокого уровня

За последние три года произошли качественные изменения большинства известных фирм-участников рынка с опытом работы более 15 лет: значительно вырос уровень профессионализма как в области ингредиентов, так и в отношении методов ведения бизнеса. Четко видна тенденция отраслевой и сегментной специализации по целевым группам потребителей и товарным группам. Все больше внимания уделяется функциональным, технологическим, химическим и сенсорным характеристикам ингредиентов: сырья и добавок. Растет уровень сложности разрабатываемых комплексных полифункциональных пищевых добавок. Простейшая «комбинаторика» моно-добавок и пищевого сырья — обычная практика начала и середины 2000-х годов — окончательно отходит в прошлое.

Естественно, тон развития задают зарубежные фирмы. Разработки отечественных предприятий

уступают зарубежным и лежат, в большинстве случаев, в сфере химических и биотехнологических изысканий или в области прикладных вопросов применения и отработки технологии производства конечной продукции. Тем не менее, отечественные научно-производственные предприятия малых и средних форм являются наиболее инновационно-активными предприятиями, которые, как правило, идут в авангарде отраслевых перемен и новых направлений деятельности.

Фактический рост организаций, объемов производимой и поставляемой продукции свидетельствуют о росте уровня инвестиций в предприятия и производства отрасли. Некоторые крупные ингредиентные компании, обладая значительным опытом и расширяя сферу продаж — диверсифицировали свой бизнес и организовали пищевые производства того или иного профиля. В большинстве случаев такой опыт оказался удачным.

Однако потенциал ингредиентной сферы достаточно высок — пищевой рынок все еще остается ненасыщенным сырьем и добавками.

Характерной чертой отрасли является рост зарубежных инвестиций в становление ингредиентных торговых и производственных компаний. Кроме того, можно выделить такую особенность как монополистический уклад экономики пищевой промышленности — а именно — тренд консолидации производственных предприятий под эгидой крупных компаний и холдингов. Небольшие, но успешные производственные компании, особенно имеющие высококлассных специалистов и существенную инновационную составляющую деятельности — скупаются, остальные — вытесняются с рынка. На данный момент это относится к пищевым концентратам, производством, предприятиям кондитерской, молочной и мясной промышленности, а также к отрасли переработки сырья. Вполне возможно ожидать, что подобная тенденция будет распространяться и на сектор пищевых добавок: производство и торговлю. Тренд укрупнения предприятий, усиления лидирующих позиций крупного капитала в инновационной деятельности и инжиниринге подтверждается и косвенными признаками — все чаще лауреатами конкурсов и призерами выставок становятся крупные холдинги и корпорации.

Т. о. конкуренция возрастает и ее главное направление — не борьба за сбыт, а получение права обслуживания того или иного конечного производителя, достижение и превышение среднерыночного уровня интегральной характеристики «цена-качество». В последние годы наблюдался значительный рост качества продукции и широты ассортимента, потребителю предлагается достаточно широкая номенклатура продуктов, линейка, как правило, составляет не менее 5–10 наименований. Лидирующие фирмы сами устанавливают высокую планку качества, к которой стремятся подойти в своей деятельности.

При этом отсталость нормативной базы старых государственных стандартов очевидно изжила себя и не соответствует потребностям рынка. Можно отметить, что в настоящий момент качество является основой для построения бизнеса b2 b как системы удовлетворения потребностей клиента. Именно поэтому все больше в практику производственных предприятий входит внедрение систем менеджмента качества — как неотъемлемой части обеспечения высокого уровня производства и как инструмент конкурентной борьбы.

На данный момент эффективная работа на рынке ингредиентов — это удовлетворение потребностей клиентов, передача потребителю целевой технологической ценности (высокоинтеллектуаль-

ной технологии или продукта), качество, надежность, репутация, а также обеспечение права выбора для клиентов рынка. Далеко не все могут следовать этой норме жизни XXI века. Наибольшее количество претензионных ситуаций в вопросах качества продукции имеют, как правило, мелкие производители.

При этом необходимо признать, что действительно существует целый комплекс вопросов, которые ряд отечественных производителей не могут или не хотят решать. Главная проблема заключается в отсутствии системных междисциплинарных знаний и методологических приемов, в упрощении подходов и непонимании особенностей отраслевой специфики, а отчасти — в отсутствии ответственности перед потребителем.

Сегодня основная часть высококачественного сырья, ингредиентов и добавок импортируются в РФ, часть производится на внутренних производственных мощностях иностранных компаний — существенных проблем и нареканий эти продукты не вызывают. Вырабатываемые отечественными предприятиями сырье и ингредиенты на изношенной и устаревшей базе существенно уступают зарубежным продуктам и в общих показателях качества, и в ненормируемых стандартах характеристиках. Разумеется, что комбинация таких материалов сразу приводит к значительному снижению качества (в соответствии с теорией надежности). Однако ряд дополнительных факторов приводит к еще большему снижению качества до неприемлемого уровня, среди которых можно перечислить следующие. В повседневной практике отдельные производители допускают обобщение понятий: пищевое сырье, пищевой концентрат и пищевая добавка, что приводит к нарушениям условий разработки, производства, оборота, хранения и транспортирования ингредиентов. Упущен из виду вопрос товароведческой и практической классификации — отсутствует понимание того, что есть сама по себе пищевая добавка — и это несмотря на обилие справочной информации и нормированных терминов и определений. То есть отсутствует парадигма продукта. Нарушена методология разработки и постановки продукции на производство: начиная от маркетинговых исследований и разработки концепции продукта — до выбора сырья и адаптации разработки к условиям производства на конкретном предприятии.

Проблема отсутствия концепт-определения пищевой добавки, непонимание ее сути (как активного вещества с целевой технологической функцией и конкретными физико-химическими свойствами) приводит к неверному выстраиванию торговой доктрины продукта. В качестве одного из ярких примеров можно привести путаницу

в демонстрируемом клиентам определении физической формы пищевой добавки: жидкая, порошковая, кристаллическая. Отсутствие ясности в представлении физических свойств субстанции вводит потребителя в заблуждение: любой порошок (зернистая среда) — есть двухфазная система, обладающая конкретными свойствами и характеристиками, одним из главных параметров которой является гранулометрический состав дисперсных частиц. То есть, ведя речь о порошках — необходимо указывать их гранулометрические характеристики или определять их, для простоты, как мелко и крупно кристаллические продукты. Разумеется, что в качестве третьей формы пищевой добавки допустимо было бы указать, например, гранулированную или микрокапсулированную форму. Искажение понятий ведет к существенным технологическим ошибкам и не позволяет достигать полноты технологического эффекта. Другим примером принципиальных ошибок может служить отсутствие учета сопутствующих свойств моно-добавки и взаимного влияния ингредиентов композиции.

Зачастую порочная практика сопровождается приемами вторичного маркетинга и постоянными попытками снижения себестоимости сырья путем замены составляющих другими близкими по функционалу ингредиентами. Итогом такой деятельности становятся поэтапное и растянутое во времени ухудшение качества продукта, неудовлетворенность клиента, снижение лояльности к поставщику.

Кризисное и пост-кризисное состояние секторов экономики все еще сказывается на предприятиях поставщиках и изготовителях ингредиентов, сырья и добавок: возврата к прежним уровням сбыта так и не удалось достичь даже к концу 2010 года. Стоит отметить, что при этом четко сформировались некоторые тенденции развития ингредиентного рынка. Базовым стало направление натуральности. Разумеется, что эта тенденция, отчасти, является следствием расширения и поиска новых рынков сбыта. Именно по этой причине новые продукты регулярно поступают на рынки развивающихся стран, в т. ч. и РФ. Таким образом, независимо от желания населения — тенденции натуральности будут нарастать. Привычка части потребителей к высококачественным продуктам, сформировавшаяся в последние годы, никуда не ушла и движение к качеству и натуральности является сопутствующей и даже ускоряющей внутренней тенденцией ингредиентного рынка РФ. Естественно, что в нижнем ценовом сегменте особых изменений в данный момент не происходит, имеется стабильный уровень потребления, однако так продолжаться долго не будет. Через некоторое время и туда

придут разработки, уже начинающие устаревать в верхнем ценовом сегменте.

Бурное развитие премиального сектора подстегивается потребительским спросом на дорогую, натуральную высококачественную продукцию, имеющую качественную и привлекательную упаковку. Вопрос цены товара важен — но этот параметр может быть отрегулирован в настоящее время грамотной системой подбора и закупки сырья, оптимизацией логистики, ценообразования и дистрибуции. Таким образом, изначально предполагаемый дорогостоящим и затратным в разработке продукт может стать образцом стабильного высококачественного товара массового производства и потребления.

В сфере индустрии напитков также усилился тренд функциональных и здоровых продуктов, что снижает интерес к привычным интенсивным подсластителям, сахарозаменителям, а также их смесевым композициям. Подтверждением тому служит снижение объемов их потребления на протяжении почти двухлетнего периода. Учитывая существенные размеры финансирования, программы продвижения и вовлечения — преобладающей будет становиться тенденция применения натуральных или природо-производных веществ класса «органик» (веществ растительного происхождения или их переработки). Уже сейчас виден рост применения инновационных продуктов: сукралозы и неотама, стевиизидов, тауматина и других веществ (неотам E961 — в РФ уже разрешен к применению).

Интересной особенностью сезона стало значительное увеличение предложений по дрожжевым и белковым экстрактам и другим натуральным препаратам для усиления вкуса и аромата пищевых продуктов. Ключевым достоинством новых усилителей вкуса и аромата являются существенные результаты по достижению целевого технологического эффекта в продуктах и ряд дополнительных преимуществ: низкая калорийность, снижение доли различных присутствующих солей, снижение доли Na, снижения доли активных компонентов и пряностей, что удешевляет себестоимость готового изделия, включение дополнительных функциональных ингредиентов для повышения качества и потребительских свойств пищевого продукта и некоторые другие.

Учитывая пресыщенность потребителя высокими веяниями в приправах, основных продуктах и пр. — спрос на глутамат-содержащие продукты будет снижаться. Вероятность подобного снижения в колбасных, паштетных производствах и снековых направлениях, а так же в сфере выпуска полуфабрикатов и блюд быстрого приготовления — также велика. Дополнительным негативным фактором может служить


введение аналитических методов контроля содержания пищевых добавок — усилителей вкуса и аромата, предписываемое Едиными санитарно-эпидемиологическими и гигиеническими требованиями к товарам, подлежащим санитарно-эпидемиологическому надзору (контролю). Тем не менее, уровень потребления глутаматов значителен, и в ближайшие 2–3 года резкого снижения их применения в массовом производстве наблюдаться не будет.

Растет сфера применения растительных рафинированных и дезодорированных жиров и специальных масложировых систем, которые характеризуются высоким содержанием полиненасыщенных жирных кислот. Такие жировые продукты способствуют сбалансированному питанию и соответствуют стратегии ВОЗ по высокой безопасности пищевой продукции. Лидирующими компаниями этого направления отрасли разработаны и широко внедряются фритюрные и кулинарные жиры, шортенинги, заменители молочного жира, композиции для кремов, взбивных сливок и суфле, заменители масла какао, жировые системы для производства глазурей и мороженого. Всплеск потребления охлажденных продуктов жарким летом 2010 году привел к увеличению спроса на смеси для мягкого и закаленного мороженого. Однако рост цен на сырье и дефицит молочных ресурсов привел к росту спроса на растительные жиры, заменители молока, сухую сыворотку и белковые продукты. В последние годы вообще наблюдался рост потребления охлажденных молочных напитков, мороженого, десертов, пудингов, коктейлей и молочно-сывороточных напитков.

За последние два года выросло потребление пищевых концентратов и полуфабрикатов, смесей для выпечки, бисквитных композиций, пекарских порошков, разрыхлителей и улучшителей, оре-

ховых и зерновых смесей, сухих композиций для изготовления кремов, топпингов, начинок, сладких добавок. Возрос сегмент этнической и религиозной кухни, увеличивается разнообразие и ассортимент ингредиентов для кондитерских производств. Центральная особенность рынка добавок и ингредиентов проявляется в увеличении спроса на комплексные пищевые добавки — функционально-технологические композиции.

Отрасль ингредиентов бурно развивается, значительно повышается качество, улучшаются показатели безопасности продукции, растет разнообразие и ассортимент. Остро стоящая проблема нехватки квалифицированных кадров с профильной подготовкой — постепенно решается ведущими ВУЗами страны. Существенным достижением стало открытие по химическим и биотехнологическим специальностям новых учебных дисциплин: «пищевая химия», «пищевые и биологические активные добавки», организация курсов повышения квалификации МГИПП. Однако уровень подготовки специалистов по процессным-технологическим и бизнес-ориентированным дисциплинам остается недостаточным и требует соответствующей коррекции. Именно нехватка инженерных и менеджерских кадров высшей квалификации приводит к недооценке рисков, проектным и техническим ошибкам, крупным финансовым потерям. Однако данная проблема успешно решается лидерами отрасли путем привлечением зарубежных специалистов и сотрудничества с мировыми инжиниринговыми компаниями. В отрасли также продолжается развертывание комплексного технического и технологического перевооружения производств [12], что позволит выйти на новый этап развития.

В. Зеленский, инженер, эксперт по процессам перемешивания гетерогенных сред 



СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ЖИРЫ SOLPRO

С 5 по 7 апреля 2011 года на территории павильона № 57 Всероссийского выставочного центра (г. Москва) состоялся ежегодный форум «Праздник хлеба 2011», организованный Российской гильдией пекарей и кондитеров (РОСПИК) при поддержке правительства Москвы

В рамках форума холдинг «Солнечные продукты» провел практический семинар и мастер-класс для участников рынка пищевой промышленности. Семинар на тему «Специализированные жиры «СолПро» для производства мучных кондитерских изделий и мучной сдобы» собрал специалистов и профессионалов хлебобулочной и кондитерской отраслей.

С приветственным словом перед участниками семинара выступил директор по исследованиям и развитию холдинга «Солнечные продукты», доктор химических наук, профессор Юрий Аврамович Сулганович. Он рассказал об основных принципах работы холдинга, выделил направления деятельности, а также отметил важность организованного семинара. По мнению Юрия Аврамовича, «проведение подобного рода мероприятий просто необходимо — именно они способствуют решению ряда важнейших задач отрасли».



С познавательными докладами в программе семинара выступили специалисты по разработкам В2В-маргаринов и жиров компании «Солнечные продукты», сотрудники инновационного центра, созданного на базе предприятия: руководитель группы по разработке кондитерских изделий Т.А. Духу, технолог по сопровождению В2В-продукции М.Б. Рыбин, технолог П.И. Рябуха.

В проведении семинара компании «Солнечные продукты» принимали участие не только сами сотрудники, но и специально приглашенные участники, которым близка тема безопасного использования жировой продукции в хлебопекарной и кондитерской отрасли: Т.А. Юдина, доцент кафедры «Технологии хлебопекарного и макаронного производств» МГУПП, М.В. Чернобыльский, региональный менеджер по России и странам СНГ компании Novozymes A/S Russia.

Программа семинара была очень насыщенной. В ходе выступлений технологи компании «Солнечные про-

дукты» выделяли основные функции маргаринов и жиров при изготовлении кондитерских и хлебобулочных изделий. Также рассматривался ассортимент маргаринов и жиров SolPro, их функциональные преимущества и основные потребительские свойства.

Применение специализированных жиров при изготовлении хлебобулочных и мучных кондитерских изделий позволяет получить готовые изделия с великолепной структурой, высокими органолептическими показателями. Что касается использования жиров SolPro при производстве сахаристых кондитерских изделий, они обеспечивают готовым продуктам основные и необходимые качества: сохранность формы изделия в течение всего срока годности, твердую консистенцию при температуре окружающей среды, не вызывают «поседения» при хранении, а также являются структурообразователями в сахаристых кондитерских изделиях и придают им отличные вкус и блеск.

В рамках семинара участники не только узнали о преимуществах

и принципах использования маргаринов и жиров SolPro в кондитерской и хлебобулочной промышленности. Для представления наглядных результатов были проведены практические выработки и дегустация готовых изделий на основе маргаринов компании. Сотрудники компании «Солнечные продукты» и специалисты отрасли продемонстрировали процесс производства сдобного печенья на основе маргарина SolPro для песочных изделий, изготовление масляного бисквита на маргарине «Столовый Молочный» 82% и крема для прослойки на жире специального назначения «СолПро» (кондитерский для начинок 951). Также участникам семинара была представлена оригинальная технология сдобного дрожжевого рулета с применением маргарина SolPro «Столовый Молочный Особый» и производство кексов на основе маргарина SolPro для взбивных изделий. Были также представлены сравнительные образцы хлеба с добавлением различных жировых продуктов, где наглядно было продемонстрировано преимущество жиров SolPro, полученных способом энзимной перезтерификации. А в завершение этого познавательного и «вкусного» мастер-класса специалисты холдинга изготовили участникам потрясающий торт.

Результаты проведенного семинара и мастер-класса компании «Солнечные продукты» свидетельствуют об интересе предприятий кондитерской и хлебопекарной отрасли к подобного рода



мероприятиям, на которых участники подробно знакомятся с производственными этапами и технологическими процессами, имеют возможность получить ответы на все интересующие их вопросы.

Семинар оказался полезным не только для приглашенных участников, которые подробно познакомились с производственными и технологическими процессами, воочию убедились в преимуществах использования маргариновой продукции SolPro. Сотрудники компании «Солнечные продукты» считают, что запланированное мероприятие прошло успешно. «Подобные мастер-классы по-прежнему интересны специалистам заводов-производителей хлебобулочных и кондитерских изделий. Технологи с интересом наблюдали за процессом приготовления, конспектировали рецептуры и даже брали образцы готового крема, приготовленного на основе специализированных конди-

терских жиров SolPro», — такое мнение единогласно высказывали специалисты холдинга.

Помимо несомненного интереса со стороны работников кондитерской и хлебобулочной отраслей технологии компании отметили, что подобная обширная программа позволила в полной мере не только показать широкий спектр продуктов SolPro, но и получить ответы на насущные вопросы отрасли, зафиксировать новые потенциальные контакты.

Основной вывод, который сделали для себя участники семинара и мастер-класса компании «Солнечные продукты», — маргарины и жиры торговой марки SolPro являются профессиональным решением для производства кондитерских мучных и сахаристых изделий, а также хлебобулочных продуктов. В этом присутствующие профессионалы отрасли убедились не только на словах, выслушав научные доклады, но и на собственном опыте, высоко оценив вкус и качество готовых продуктов, приготовленных с использованием специализированных маргаринов SolPro.

*Д.В. Толкачева, бренд-менеджер
B2B-направления, холдинг «Солнечные продукты»*



- ЗАО «Жировой комбинат»
Россия, 410065,
г. Саратов, пр-т. 50 лет Октября, 112а
+7 (8452) 45-90-00
- Филиал
Россия, 109518, г. Москва,
1-й Грайвороновский проезд, д. 3
+7 (495) 777-55-01
- ОАО «Новосибирский жировой комбинат»
Россия, 630005, Новосибирск, ул. Семья
Шамшиных, 94
+7 (383) 230-35-00, (383) 230-35-47,
230-35-48, 230-35-49, 230-35-45 (факс автомат)
- www.solpro.ru

КОРПОРАЦИЯ «СОЮЗ»



ВСЕГДА НА ШАГ ВПЕРЕДИ

Официальный поставщик Московского Кремля — «Корпорация «СОЮЗ» — входит в число ведущих российских производителей жиров специального назначения для пищевой промышленности. «Корпорация «СОЮЗ» основана в 2000 году и за эти годы стала одним из ведущих производителей и авторитетом в масложировой отрасли России

В Калининградской области «Корпорация «СОЮЗ» является резидентом особой экономической зоны и имеет там собственное производство — фабрику по производству жиров специального назначения и комбинат по переработке пищевых растительных масел. На предприятиях компании установлено новейшее оборудование от ведущих мировых производителей, внедрены инновационные и уникальные для России и Европы технологии, среди которых технология энзимной переэтерификации и технология использования инертного газа — азота, а также ряд других оригинальных технических и технологических решений.

Ассортимент компании включает: жиры для производства различных начинок и конфет, жиры для производства мучных кондитерских изделий, шортенинги, заменители масла какао, жиры для производства мороженого, растительных сливок, фритюрные жиры, заменители молочного жира. В настоящее время производимые компанией продукты находят широкое применение в молочной, кондитерской, хлебопекарной, масложировой отраслях пищевой промышленности. Вклад «Корпорации «СОЮЗ» в решение задач по обеспечению населения страны качественным продовольствием, выпуск безопасной продукции на предприятиях компании в 2010 году был отмечен

благодарственным письмом главного санитарного врача РФ Г. Г. Онищенко.

«Корпорация «СОЮЗ» на постоянной основе сотрудничает с Научно-исследовательским институтом кондитерской промышленности, Научно-исследовательским институтом питания РАМН, Всероссийским научно-исследовательским институтом маслоделия и сыроделия, Московским государственным университетом пищевых производств, Международной промышленной академией и многими другими отраслевыми институтами и ведомствами. Объединение ресурсов науки и производства позволяет компании выпускать высококачественную и безопасную продукцию, отвечающую

всем нормам и принципам здорового питания.

«Корпорация «СОЮЗ» — транснациональная компания, в которой работают профессионалы высокого уровня из России, Нидерландов, Великобритании, США, Малайзии и Турции. Богатый международный опыт специалистов позволяет на практике использовать новейшие мировые достижения в области пищевых производств, создавать новые виды ингредиентов с улучшенными показателями качества.

«Корпорация «СОЮЗ» входит в различные российские отраслевые союзы и ассоциации, включая Масложировой союз России, Союз





производителей пищевых ингредиентов, Кондитерскую ассоциацию «АСКОНД», Союз мороженщиков России.

Высокий авторитет компании в российских и европейских деловых кругах, ее активная позиция в реализации курса экономического развития России подтверждены рядом государственных, общественных и международных наград. С 2005 года компании присвоен высший предпринимательский титул — «Официальный поставщик Московского Кремля». Этот титул дается одной компании в своей отрасли за высокое качество выпускаемой продукции.

В 2010 году «Корпорация «СОЮЗ» неоднократно получала высшие профессиональные награды за высокое качество выпускаемой продукции. На смотре масложировой продукции, проходившем в июне 2010 года, в рамках шестой международной конференции «Масложировой комплекс России: новые аспекты развития» Корпорация «СОЮЗ» была награждена:

- золотой медалью и дипломом 1-й степени «За высокое качество продукции» за жир специального назначения «SDS 600 заменитель масла какао лауринового типа», за жир специального назначения «SDS Cream 710 для растительных сливок», за жир специального назначения для твердых и полутвердых начинок и конфет SDS CP 310;

- золотой медалью и дипломом 1-й степени «За высокое качество продукции» за жир специального назначения «Заменитель молочного жира SDS MO1—23», за жир специального назначения «Заменитель молочного жира SDS MO1—24» для молочной и масложировой промышленности.

- Гран-при и дипломом «За высокое качество продукции» за высокое и стабильное качество и высокий ассортимент масложировой продукции.

На конкурсе качества молочкосодержащих продуктов, проходившем в июне 2010 года в рамках Международной научно-практической конференции «Молочкосодержащие продукты: технологии, ингредиенты, оборудование, упаковка, нормативная база» 8—10 июня 2010 года во ВНИИМС (г. Углич), «Корпорация «СОЮЗ» была награждена:

- дипломом и памятной медалью «За высокое качество производимых заменителей молочного жира для спредов и плавленых сырных продуктов» (подтвержденное выработками, проведенными в рамках конференции), а в группе «Сырные продукты»

- золотой медалью была награждена компания «Можгасыр» за полутвердый сырный продукт «Голландский Н», выработанный с заменителем молочного жира «СОЮЗ 52L». Этот продукт был отдельно отмечен членами высококлассифицированной дегустационной комиссии за безупречное качество.

СПРАВКА КИТ

С 1 апреля 2011 года вводится в действие ГОСТ Р 53796—2010 «Заменители молочного жира. Технические условия». Заменители молочного жира «Корпорации «СОЮЗ» уже производятся согласно требованиям этого стандарта.

На 13-й Международной выставке «Пищевые ингредиенты, добавки и пряности/Ingredients Russia 2010» в рамках ежегодного конкурса «ИНГРЕДИЕНТ ГОДА» «Корпорация «СОЮЗ» была награждена:

- золотой медалью и дипломом за жир специального назначения «Заменитель молочного жира SDS MO1—24»;

- золотой медалью и дипломом за жир специального назначения для фритюра SDS FRY 100 (данный продукт был отдельно высоко оценен конкурсной комиссией);

- медалью и дипломом за жир специального назначения «Заменитель масла какао лауринового типа SDS 530»;

- медалью и дипломом за жир специального назначения для мороженого SDS MO4—80 и SDS MO4—85;

- золотой медалью и дипломом за жир специального назначения для твердых кондитерских начинок SDS CP 310 и SDS CP 312;

- золотой медалью и дипломом за жир специального назначения для сливок на растительной основе SDS CREAM 710;

- медалью и дипломом за жир специального назначения для мягких кондитерских начинок SDS CF 223;

- золотой медалью и дипломом за жир специального назначения «Заменитель молочного жира SDS MO1—23».

Награды, полученные в 2010 году, еще раз подтверждают: продукция компании отвечает самым высоким критериям качества и является эталоном для всей отрасли.

Любовь Шабалина 

■ +7 (812) 336-91-15
www.soyuzcorp.com, soyuz@soyuzcorp.com

«ЛЕТНИЙ» АССОРТИМЕНТ

Италика-Трейддинг



Ингредиенты, материалы и инвентарь для производства кондитерских изделий и мороженого

Компания «Италика-Трейддинг» к летнему сезону представила широчайший ассортимент итальянской одноразовой посуды и упаковочных материалов для фуд-кортов, торговых-развлекательных центров, гостиниц и отелей, комбинатов общественного питания, ресторанов, кафе и кейтеринговых компаний.

Прежде всего, эта посуда для десертов серии MON AMOUR из пластика, стилизованного под стекло, вклю-

чая новинки – черно-белые креманки, ложки и вилочки, шпажки для канапе.

Для мороженщиков есть большой выбор креманок и термоконтейнеров, а для кондитеров – одноразовые золотые подносы с крышками элитной серии «МЕДОРО».

Кроме всего вышеперечисленного, в продаже появились красочные стаканы с крышками для прохладительных напитков по очень привлекательным ценам.

■ +7 (495) 685-96-85 (многоканальный); +7 (495) 685-96-86 (факс)
info@italika.ru www.italika.ru

НОВЫЙ МАТЕРИАЛ С ТВИСТ-ЭФФЕКТОМ

УПАКМАРКЕТ и К

Компания «УПАКМАРКЕТ и К» начала выпуск твистующего материала по технологии овер-стрит. Суть технологии состоит в том, что к базовому слою (бумага или БОПП) приклеивается лента из металлизированной пленки или фольги по ширине корпуса конфеты. Печать наносится по центральной полосе. В модификации бумага/металлизированная пленка твист-эффект создается за счет бумаги. А в варианте прозрачная пленка/фольга — за счет фольги, ширина которой должна несколько превышать ширину корпуса.

Материал конкурирует с имеющимися на рынке материалами с твист-эффектом

(«композитом», твистпаном, полифаном и парафинированной этикеткой на основе бумаги) и имеет свои преимущества.

Модификация бумага/металлизированная пленка сочетает в себе экологичность бумажной упаковки с яркостью и блеском «композита» при «промежуточной» цене.

Модификация прозрачная пленка/фольга при фасовке придает изделиям необычный вид и заменяет твистующую упаковку из двух отдельных компонентов, что снижает себестоимость конечного продукта.



■ (495)977-9545, 977-9690, факс (495)977-9666
upakmarket@upakmarket.ru www.upakmarket.ru

КОМПАНИЯ «ЦИТРОН-ПЛАСТ» ПРОШЛА МЕЖДУНАРОДНЫЙ СМЕТА-АУДИТ

В Европе подобные аудиты являются обязательными для поставщиков, однако в нашей стране это пока редкость

В Европе подобные аудиты являются обязательными для поставщиков, однако в нашей стране это пока редкость. Аудит проводила международная аудиторская фирма «Бюро Веритас». Информация об итогах аудита размещена на сайте международной некоммерческой организации SEDEX, объединяющей усилия крупнейших компаний-производителей потребительских товаров, с целью обеспечить ответственный подход к выбору поставщика.

Аудит проводился по следующим аспектам: деловая репутация, условия труда,

охрана труда и производственная безопасность, окружающая среда. Проверка показала, что компания «Цитрон-Пласт» соответствует всем перечисленным выше требованиям и рекомендуется в качестве надежного поставщика пищевой и промышленной упаковки из жестких полимерных пленок.

Аудит подтвердил «высокий уровень социально-этической ответственности компании «Цитрон-Пласт», наличие системного подхода в организации производственного процесса, соблюдение законодательства и нормативных актов РФ, вы-

полнение всех действующих экологических норм и правил в природоохранной сфере».

«Цитрон-Пласт» производит упаковку для пищевых продуктов из жестких полимерных пленок с 1991 года и на сегодняшний день входит в пятерку крупнейших российских предприятий, работающих в этом сегменте. Производство организовано в соответствии с международной системой безопасности и качества продукции ХАССП (НАССР).



■ г. Бор, Нижегородская обл, ул. Республиканская, д. 37, 606-440
+7 (831) 415-89-45; (831) 415-02-43 факс: (83159) 6-05-76
marketing@citron-plast.ru
www.citron-plast.ru