

Продукты информационного агентства "INFOLine" были по достоинству оценены ведущими европейскими компаниями. Агентство "INFOLine" было принято в единую ассоциацию консалтинговых и маркетинговых агентств мира "ESOMAR". В соответствии с правилами ассоциации все продукты агентства "INFOLine" сертифицируются по общеевропейским стандартам, что гарантирует нашим клиентам получение качественного продукта и постпродажного обслуживания.



Крупнейшая информационная база данных мира включает продукты агентства "INFOLine". Компания "Lexis-Nexis" с 1973 года интегрирует информацию от 9000 СМИ всего мира, в рамках работы по мониторингу данных о России и странах СНГ сбор информации осуществляет с помощью продуктов агентства "INFOLine".



Информационное агентство "INFOLine" имеет свидетельство о регистрации средства массовой информации ИА № ФС 77 – 37500.

## Информационная услуга «База событий»

# "Кондитерская промышленность"

### Информационные услуги для Вашего бизнеса

- Тематические новости
- PR-поддержка
- Отраслевая лента новостей
- Готовые маркетинговые продукты
- Заказные исследования
- Доступ к базе данных 7000 СМИ и многое другое





## Содержание выпуска

### Новости агропромышленного комплекса и пищевой промышленности .....4

|  |   |
|--|---|
| В целях дальнейшего расширения торгово-экономического сотрудничества Алтайского края со странами дальнего зарубежья Администрация Алтайского края формирует делегацию представителей агропромышленных организаций, а также заинтересованных лиц для участия в качестве профессиональных посетителей в международной выставке "Зеленая неделя"..... | 4 |
| Сырье уступило производству. "Эксперт Северо-Запад". № 49 2013.....  | 4 |
| Качество сделано в России? "КузПресс - информационно-аналитический ресурс Новокузнецка". 16 декабря 2013.....  | 5 |

### Отраслевые мероприятия .....7

|   |   |
|---|---|
| Food & Drogerie Retail Russia 2014 - XIX международный саммит продовольственного и дрoгери ритейла в России состоится 13-14 февраля в Москве в отеле Корстон..... | 7 |
| Агропромышленный инвестиционный форум начнется в Якутии.....  | 7 |
| Делегация Кировской области примет участие в 44-ой международной кондитерской выставке ISM 2014.....  | 8 |
| Уникальная выставка кондитерских изделий открылась в Вологде.....   | 8 |

### Общие новости кондитерской промышленности .....9

|  |    |
|--|----|
| Таможенный союз снижает специ пошлину на ввоз карамели.....  | 9  |
| Среди выявленных специалистами INFOLine новинок на рынке продуктов питания на долю России и США приходится по 24%..... | 9  |
| 95% меда на российском рынке отечественного производства.....  | 10 |
| Рестко Холдинг: Американский мармелад прижился в России.....   | 10 |
| Обжаривание мучных изделий во фритюре. "Кондитерское и хлебопекарное производство". № 11-12 2013.....                  | 11 |
| Точки роста прибыли. "Кондитерское и хлебопекарное производство". № 11-12 2013.....                                    | 14 |
| Лучшая упаковка России 2013. "AdMe.ru". 12 декабря 2013.....   | 16 |
| Проблемы роста сладкого бизнеса. "Лента региональных новостей". 16 декабря 2013.....                                   | 18 |

### Инвестиционные проекты .....20

|  |    |
|--|----|
| Министр сельского хозяйства России посетил объекты агропромышленного комплекса Липецкой области..... | 20 |
| "Волжский Пекарь" запустил новую линию глазировки тортов и пирожных.....                             | 20 |
| В Кинешме (Ивановская область) расширяется "сладкое производство".....                               | 20 |
| Кондитерская фабрика "Русский бисквит" запустила новую линию по производству маффинов.....           | 21 |
| Министр сельского хозяйства посетил Липецкую область. "Российская газета". 13 декабря 2013.....      | 21 |

### Новости о компании ОАО "Объединенные кондитеры" .....23

|  |    |
|--|----|
| Холдинг "Объединенные кондитеры" вновь принял участие в форуме-выставке "Все плюсы зрелого возраста". Участие в "50+" уже стало доброй традицией кондитеров..... | 23 |
| "Рот Фронт" взыскал с орловского ИП 40 000 рублей за товарный знак.....  | 23 |
| Суд все-таки поручил липецкому "Рошену" рассчитаться с "Рот Фронтом" за "Ласточку-певунью".....  | 23 |
| Сормовская кондитерская фабрика поставит новогодние подарки для образовательных учреждений Нижнего Новгорода.....  | 24 |
| Тамбовские кондитеры получили награды конкурса "100 лучших товаров России - 2013".....   | 24 |
| Конфетное перемирие. "Ведомости". 11 декабря 2013.....   | 24 |

### Новости прочих компаний .....25

|  |    |
|--|----|
| "Нестле Россия": В муниципальном общеобразовательном учреждении средней общеобразовательной школе №36 города Ярославля состоялся открытый урок в рамках детской образовательной программы "Разговор о правильном питании"..... | 25 |
| "Нестле Россия" пытается приватизировать ведущую к шоколадной фабрике железнодорожную ветку.....   | 25 |
| Depot WPF разработал дизайн упаковки мармелада "Бон Пари Jumble".....  | 26 |
| По итогам Всероссийского конкурса "100 лучших товаров России" лауреатами и дипломантами стали 7 видов продукции ЗАО БКК "Коломенский".....   | 26 |
| "Кондитерская фабрика "Пермская" за 2012 год получила прибыль в 9,37 млн. руб.....   | 26 |
| Группа компаний «ГУД-ФУД» представляет новую линейку в ассортименте ТМ «Виваль» - Миндальные конфеты.....  | 27 |
| "КДВ-групп" впервые выпустила коллекцию новогодних подарков под единым брендом Яшкино.....   | 27 |
| КДВ Групп переименовала популярные конфеты "Красной Звезды".....   | 27 |
| Кондитерская фабрика "Виктория" возобновляет производство сладких кукурузных палочек, которое было прекращено почти десять лет назад.....  | 28 |
| Кондитерская фабрика "Ламзурь" получила высокие награды за качество продукции.....   | 28 |
| Новый медовый продукт "Женская логика" появился на прилавках магазинов Алтайского края.....  | 28 |
| ОАО "Пермхлеб" значительно сократило прибыль в 2012 году.....  | 29 |
| ООО "Курское молоко" презентовало курянам новую продукцию.....   | 29 |
| Барнаульские кондитеры перешли на круглосуточный режим работы.....   | 29 |
| Ноябрьская торговая неделя в Екатеринбурге. "Продуктовый бизнес". № 11 2013.....   | 30 |
| Шоколадный вкус "Победы". "Mirnov.ru". 10 декабря 2013.....  | 31 |
| Вице-президент Nestle Лоран Фрекс: вести бизнес в России становится все проще. "BFM.RU". 12 декабря 2013.....  | 32 |
| Портрет отечественного шоколадного бизнеса: Ирина Эльдарханова, компания "Конфаэль". "Политком.ру". 12 декабря 2013.....   | 34 |

### Пищевые ингредиенты .....38



|   |    |
|---|----|
| В ГК "СОЮЗСНАБ" разработана рецептура шоколада с необычной структурой.....  | 38 |
| В рамках семинара "Ярмарка идей" кондитерского направления, состоявшегося в сентябре в Центральном офисе ГК СОЮЗСНАБ, производителем кондитерской отрасли была представлена Жевательная карамель "Десерт в кармане".....      | 38 |
| В рамках семинара "Ярмарка идей" хлебопекарного направления, состоявшегося в сентябре в Центральном офисе ГК "СОЮЗСНАБ", производителям отрасли был представлен оригинальный продукт - "Пирожки в пенале".....                | 38 |
| ГК "Союзснаб": Улучшитель DENFAI 10.01 (многозерновая смесь) в производстве сдобного печенья.....   | 39 |
| ГК Союзснаб: Рейтинг наиболее популярных наполнителей "Дефнрут" для тортов и пирожных.....  | 39 |
| Технологи ГК "СОЮЗСНАБ" провели успешные выработки сахарного печенья с использованием Ароматизатора Сгущенное молоко Del'Ar инкапсулированный в дозировке 1,5кг/т готового продукта.....                                      | 40 |
| Компания Sumrise, один из мировых лидеров в производстве ароматизаторов и вкусообразующих ингредиентов, получила почётную награду FI Europe Excellence Awards в номинации "Инициатива года - социальная ответственность"..... | 40 |
| Искусственный подсластитель аспартам безопасен для здоровья.....  | 40 |

## Региональные новости кондитерской промышленности.....41

|  |    |
|--|----|
| Башкирский мед и медовую продукцию будут поставлять в Королевство Бахрейн.....   | 41 |
| Перед Новым годом в Оренбуржье подорожали конфеты.....   | 41 |
| В 2013 году новым направлением в конкурсе грантов Губернатора Алтайского края в сфере экономики стала номинация "Вкусная карта Алтай"..... | 41 |
| В Бийске открыли новую учебную мини-пекарню.....   | 41 |
| Кондитерская фабрика горела в Армавире, никто не пострадал.....  | 42 |
| Накормят карамелькой. Китай купил на Алтае сладостей на полмиллиона долларов. "Smartnews.ru". 13 декабря 2013.....                         | 42 |

## Новости компаний стран ближнего зарубежья.....44

|  |    |
|--|----|
| За 10 месяцев Украина экспортировала сладостей на \$230 млн.....   | 44 |
| Новые шоколадные батончики дополнили ассортимент торговой марки "Княжеские сладости" украинской кондитерской группы "Конти".....                           | 44 |
| Зимняя сказка кондитерского бутика "Dota".....   | 44 |
| Кондитерская фабрика "Коммунарка" по итогам международного фестиваля-конкурса "Выбор года-2013" удостоена звания "Кондитерская фабрика №1 в Беларуси"..... | 44 |
| Белорусское снеговое предприятие подтвердило высокое качество продукции сертификатами СТБ 1470 и ISO 9001.....   | 45 |
| Беларусь заключила договор на поставку кондитерской продукции в Молдову.....   | 45 |
| Корейская Lotte Confectionery намерена приобрести Карагандинскую конфетную фабрику.....  | 45 |
| Армения почти на 9% увеличила импорт шоколада.....   | 46 |
| Одна из старейших кондитерских фабрик Казахстана сокращает объемы производства.....  | 46 |

## Новости компаний стран дальнего зарубежья.....47

|  |    |
|--|----|
| Благодаря контейнерам для праздничных кондитерских изделий от Mondelez International Рождество становится всё ближе..... | 47 |
| Самый большой батончик Snickers содержит 2 000 калорий.....  | 47 |
| Laita откроет в Риге музей шоколада.....   | 47 |
| Daskalid`s и Smet изготовили безвредный для зубов шоколад.....   | 47 |
| Pearlfisher разработал новый дизайн упаковки для шоколада Cadbury Dairy Milk.....  | 48 |
| Компания Organobalance GmbH разработала особые конфеты без сахара.....   | 48 |



## Новости агропромышленного комплекса и пищевой промышленности

**В целях дальнейшего расширения торгово-экономического сотрудничества Алтайского края со странами дальнего зарубежья Администрация Алтайского края формирует делегацию представителей агропромышленных организаций, а также заинтересованных лиц для участия в качестве профессиональных посетителей в международной выставке "Зеленая неделя".**

Крупнейшее международное мероприятие состоится с 16 по 26 января 2014 года в Берлине. На выставке будут представлены новейшие технологии и научные разработки в агропромышленном комплексе, кроме того презентуют полный ассортимент продовольственных товаров.

Как отмечают организаторы "Зеленой недели", участие в отраслевом форуме дает возможность представителям предприятий Алтайского края познакомиться с особенностями развития агропромышленного комплекса практически всех стран мира, оценить возможность сотрудничества с зарубежными партнерами и установить взаимовыгодные контакты.

В соответствии с пожеланиями участников делегации будет организована деловая программа с проведением встреч и переговоров с немецкими экспертами.

Дополнительную информацию можно получить в управлении Алтайского края по обеспечению международных и межрегиональных связей, контактное лицо – Лобанова Маргарита Александровна, телефон: +7(385-2)65-87-18, в управлении Алтайского края по пищевой, перерабатывающей, фармацевтической промышленности и биотехнологиям, контактное лицо – Ноздрачев Евгений Вячеславович, телефон: +7(385-2)63-68-58. (Управление пищевой, перерабатывающей и фармацевтической промышленности Алтайского края 11.12.13)

### **Сырье уступило производству. "Эксперт Северо-Запад". № 49 2013**

**С начала 2013 года машиностроительные предприятия Северо-Запада сумели запустить столько же инвестиционных проектов, сколько и прежний лидер – лесопромышленный комплекс. Если тренд окрепнет, то структура экономики региона изменится**

Такие выводы следуют из очередного инвестиционного обзора, подготовленного Аналитическим центром журнала "Эксперт Северо-Запад". Охвачены девять месяцев 2013 года.

В третьем квартале в регионе запущено 12 проектов, во втором – девять, но большинство стартовали в первом. Причем с июля по сентябрь больше всего проектов (четыре) относятся к отрасли машиностроения – за этот период туда вложено 7,2 млрд рублей. В пищевой и химической промышленности запущено по два проекта, столько же новичков появилось в инфраструктурных проектах. Заметим, что в этот раз сырьевые отрасли оказались менее популярными у инвесторов. В лесопереработке начал лишь один проект – создание лесозавода "Судом" в Псковской области. Инвестором выступает GS Group.

Если посмотреть на отраслевой срез за девять месяцев, то и в этом случае наблюдается конец доминирования сырьевых отраслей среди инвесторов. Так, в нефтепереработке и ЛПК запустили 14 проектов, а в машиностроении, пищевой и химической промышленности и фармацевтике – 30. Конечно, вложения в переработку леса по-прежнему популярны: за девять месяцев 2013 года инвесторы начали создавать в этой отрасли 12 производств. Но машиностроение сумело догнать леспром – там тоже запущена дюжина проектов, хотя совокупный объем вложений меньше. Но ненамного – разница составляет 2,5 млрд рублей. Тем не менее больше всего денег (56,7 млрд рублей) вложено в сферу услуг – в три проекта, представленные в нашем перечне.

#### **Два слона**

Отрадно видеть, что в третьем квартале в регионе появились два новых крупных проекта. Раньше драйвер был, по сути, только один – строительство нефтеперерабатывающего завода в Новгородской области. Теперь в Ленинградской области создается завод по переработке природного газа в аммиак и карбамид. Проект реализует компания "Балтийский карбамидный завод" (входит в Группу компаний "ИСТ"), объем вложений – около 1,5 млрд долларов (47 млрд 425,7 млн рублей), ожидаемая дата окончания – 2018 год.

Второй крупный проект инициировала корпорация Toyota, заявив о расширении мощностей завода в Санкт-Петербурге, чтобы начать выпуск кроссовера RAV4. Объем инвестиций в проект – около 5,9 млрд рублей. Ожидается, что выпуск автомобилей стартует в 2016 году.

Остальные проекты, представленные в перечне, более скромные по заявленным срокам и масштабам: средний срок реализации – два года, причем величина капиталовложений в половине случаев не превышает 1 млрд рублей. Тех, у кого инвестиции измеряются десятками миллиардов, можно пересчитать по пальцам – это максимум, который мы имеем сегодня.

#### **Меньше и дороже**



В третьем квартале на Северо-Западе нельзя выделить регион-лидер, который и раньше особенно привлекал инвесторов. Так, по три проекта запущено в Санкт-Петербурге и Ленинградской области. Причем первый регион привлек капиталовложения в машиностроение и фармацевтику, а второй – в химическую и пищевую промышленность. Столько же инвестпроектов стартовало в Вологодской области: один относится к машиностроению, остальные связаны с инфраструктурой. В Калининградской области создаются два предприятия, в Псковской – одно.

Выводы будут точнее, если посмотреть на инвестиционную активность в регионах Северо-Запада за девять месяцев текущего года. Ленинградская область традиционно сумела привлечь больше денежных средств, чем остальные, – 96,8 млрд рублей. Стоит отметить, что этот субъект оказался чемпионом и по количеству инвестпроектов – 18. По этому показателю он идет со значительным отрывом от остальных. "Серебро", если рассудить справедливо, поделили сразу два региона – Новгородская область (47 млрд рублей) и Санкт-Петербург (37,4 млрд). Первая сумела обойти Северную столицу по объему инвестиций за счет строительства нефтеперерабатывающего завода, но проиграла по числу новых проектов – четыре против десяти у Петербурга. По этой же причине получили "бронзу" Псковская (9 млрд рублей, три проекта) и Калининградская (8,4 млрд рублей, восемь проектов) области, хотя и с большим отрывом от лидеров. В аутсайдерах оказались Архангельская область и Ненецкий автономный округ. Там проектов начато на сумму меньше 1 млрд рублей.

Заметим, что большинство регионов наращивают инвестиционную активность за счет привлечения пары-тройки крупных инвесторов. Тогда как растущих за счет и числа проектов, и их масштабов мало. К таким регионам можно отнести Ленинградскую и Калининградскую области, Санкт-Петербург и Республику Коми. Вологодская область хотя и сумела разместить у себя девять новых мощностей, но они вряд помогут существенному росту инвестиционной активности. Объем вложений в них едва превысил 1,5 млрд рублей.

### **Инвесторов на всех не хватит**

Доверяя инвестиционную активность крупным инвесторам, которых в регион приходят единицы, можно столкнуться с масштабными колебаниями и диспропорциями в экономике в дальнейшем. Сегодня об этом говорят данные официальной статистики. Так, объем инвестиций в основной капитал по СЗФО за девять месяцев отстает от результатов аналогичного периода прошлого года на 26,1%. Причем в третьем квартале этот показатель оказался в два раза ниже, чем в предыдущем. Произошло это не только за счет падения деловой активности, но и в результате завершения ряда крупных проектов. Надежду вселяет возобновление проекта "Белкомур". Если он в обозримом будущем сможет перейти в фазу строительства, то рост в регионах возобновится. Правда, по старым законам и правилам.

Очевидно, что затягивать с негативными трендами не стоит. Все-таки инвестиции – это основной драйвер экономического роста в регионах. А так как период между идеей и началом строительства достаточно велик (в том числе за счет огромных сроков, необходимых для получения всех согласований), лучше прямо сейчас планировать новые заводы и мощности. А это, судя по всему, происходит вяло. И если все останется по-прежнему, инвестиционный бум мы увидим не скоро.

В связи с этим между регионами обострится борьба за инвесторов. Привлечь крупных инвесторов в экономику с низкими темпами роста сложно, на это готовы немногие. Они выберут те субъекты федерации, куда и раньше шли инвестиции. Поэтому регионам, которые проигрывают в конкурентной борьбе за хорошие, интересные проекты, придется искать альтернативные источники роста. Или ждать лучших времен. (Эксперт Северо-Запад 10.12.13)

### **Качество сделано в России? "КузПресс - информационно-аналитический ресурс Новокузнецка". 16 декабря 2013**

В сентябре 2013 года Министерство промышленности и торговли России объявило о новой идее - запустить знак качества "Сделано в России". Этот знак может украсить продукцию, высокое качество которой будет подтверждено в ходе экспертизы. Да и потребители, по заверениям чиновников министерства, смогут сказать свое веское слово в пользу того или иного товара.

Логотип и внешний вид самого знака будут разработаны до конца 2013 года. В ноябре был объявлен конкурс для профессиональных и начинающих художников и дизайнеров на лучший знак, и за это время (прием конкурсных работ завершился 8 декабря) было подано более ста заявок с вариантами. В экспертный совет конкурса вошли представители Минпромторга, Академии графического дизайна, в том числе заслуженный художник России, один из участников разработки советского "Знака качества" Валерий Акопов.

Правда, выбрать победителя конкурса, думается, наиболее простая часть процедуры. Потому что на создание самой системы подтверждения качества уйдет еще как минимум год. Среди приоритетных отраслей, где будет присуждаться новый знак, названы сферы производства мяса и молока, а также легкая промышленность. Сертифицировать продукцию по новому знаку будут гослаборатории, но рассматривается и возможность аккредитации негосударственных лабораторий при создаваемой некоммерческой организации, заявили чиновники министерства. Вот тут начинается самое интересное.

Для управления маркой будет создана автономная некоммерческая организация. В ее состав войдут представители профильных министерств и ведомств. А предприятия, желающие получить на свою продукцию заветный знак,





должны будут сами оплачивать проведение экспертиз, но получают право участвовать в разработке норм качества. Очень дальновидно: сначала производители сами установят эталоны, а потом заплатят, чтобы экспертиза подтвердила соответствие качества их продукции этим эталонам...

Общественность, конечно, поинтересовалась у авторов идеи, чем их не устроили государственные стандарты: "Производители все равно пишут на упаковке: "Сделано по ГОСТу такому-то и такому-то"! Зачем изобретать велосипед?" Однако как одну из причин разработки новой маркировки представители Министерства промышленности и торговли назвали как раз недостаточную эффективность системы ГОСТов: "Да, государство разрабатывает ГОСТы вместе с участниками рынка, но соответствие их требованиям остается добровольным". Вместе с тем новая марка будет присваиваться также на добровольной основе. Однако деньги за прохождение процедуры придется заплатить.

Вероятно, авторами идеи двигали исключительно благородные побуждения: предполагается, что товары, отмеченные знаком "Сделано в России", вызовут больше доверия у покупателя как прошедшие многоуровневую сертификацию по самым высоким стандартам. Оппоненты из числа рядовых покупателей и это подвергли сомнению: "Знак "Сделано в России", думаю, ни у кого не вызовет доверия, - считает один из новокузнецчан. - Потому что всё продаётся и покупается. Можно заплатить кому надо, и твоим товарам дадут знак "Сделано в России". Так что вся эта затея - еще один способ выкачивания денег".

Причем, по-видимому, "выкачивать" их в итоге будут из потребителей. Ведь товар с якобы престижной маркой "Сделано в России" заведомо должен стоить дороже, чем похожие товары без этого знака: производитель потратился на проведение экспертизы, на изменение дизайна упаковки (знак следует размещать на самом видном месте!), да и рекламу надо дать в связи с таким событием... Все эти затраты необходимо возместить, иначе какой смысл в обретении знака? Жаль только, что давать его будут не больше, чем на два-три года, а потом все снова - заявки, экспертизы, подтверждение соответствия и, само собой, новые траты.

Кстати, "Государственный знак качества СССР", который существовал в СССР с 1967 года, был задуман, чтобы повысить эффективность производства отечественных товаров. Так других-то почти и не было! Таким образом советские производители искусственно создавали конкуренцию зарубежным соперникам и убеждали соотечественников, что они покупают лучшее. Правда, в конце 80-х годов знак окончательно дискредитировал себя, потому что прежняя система контроля качества приказала долго жить. Но в первые два десятилетия товары с заветным знаком действительно ценились у потребителей, ведь купить его в некой "некоммерческой организации" было невозможно. И "Знак качества" присуждался не товару, а предприятию-производителю на срок 2-3 года с возможностью дальнейшей перерегистрации. То есть, чтобы заработать престижную отметку, всему предприятию следовало потрудиться над качеством всей выпускаемой продукции.

Теперь разработчикам надо приложить максимум усилий, чтобы их задумка не оказалась провальной из-за коррупционных рисков. Ведь сколько знаков на товар ни лепи, потребитель будет платить только за качественный продукт и быстро поймет, что раскрученный знак - еще не гарантия качества. В конце концов, откровенно плохие товары, не выдерживающие никакой конкуренции, тоже могут быть "сделаны в России"... (КузПресс - информационно-аналитический ресурс Новокузнецка 16.12.13)



## Отраслевые мероприятия

### **Food & Drogerie Retail Russia 2014 - XIX международный саммит продовольственного и дрoгери ритейла в России состоится 13-14 февраля в Москве в отеле Корстон.**

Главы сетей, производители и поставщики современных технологий соберутся вместе, чтобы совместно обсудить концепции и новые возможности развития магазина и передать личный опыт, а также новые знания в области успешного ведения бизнеса.

В 2014 году съезд состоится в новом формате! Персональные фокус-сессии с лидерами российского и мирового ритейла раскроют уникальные детали бизнеса! Только для членов международного дискуссионного клуба!

Впервые в России! **Легендарный CEO Tesco - Сэр Тэрри Лихи** примет участие в саммите российского ритейла! **Сэр Тэрри Лихи** – известный в мире ритейл-менеджер. За 32 года работы в **Tesco** прошел путь от стажера до CEO третьей по величине розничной сети мира. Среди достижений ех-менеджера - вывод **Tesco** на международный уровень (ранее сделки M&A проходили сугубо на британском рынке), внедрение персонализированных клубных карт, а также открытие первого круглосуточного интернет-магазина **Tesco**.



ПЕРСОНАЛЬНАЯ сессия - с Сэром Тэрри Лихи состоится в рамках саммита Food & Drogerie Retail Russia 14 февраля в 09.00. Дополнительно пройдет закрытая клубная встреча: вопросы и ответы для владельцев и CEO розничных сетей.

Эксклюзивный опыт в сегментах food и drogerie представят:

- ИЛЬЯ ЯКУБСОН, Президент ГК "ДИКСИ"
- JULIO DUARTE, Вице-президент сети Zabka Polska (Польша)
- ВЛАДИМИР САДОВИН, Генеральный директор Азбука Вкуса
- МЭТТ АРГАНО, Старший вице-президент по персоналу сети The Fresh Market (США) и др.

Подробнее в программе: <http://www.b2bcg.ru/events/food-drogerie-retail-russia-2014/program/>

В 2х дневной повестке саммита:

2 главные темы Форума 2014:

- Концепции: новые возможности развития магазина.
- Люди: ритейл как бизнес талантов.

2 специальные секции:

- Премиальный food retail.
- Косметический и аптечный ритейл.

7 семинаров экспертов, концепции в деталях:

- FOOD TO GO или как продается еда для перекуса.
- SHOP-in-SHOP. Специализированные магазины внутри магазина.
- PICK-UP. Пункты выдачи интернет-покупок в магазине. И система организации продаж.
- ЭКСПРЕСС РИТЕЙЛ. Почему время реально стоит денег.
- КАФЕ и зона дегустации в магазине.
- FRESH Меню модных концепций организации продаж свежей продукции.
- STM. Как private labels становятся большими брендами.

Подробнее: <http://www.b2bcg.ru/events/food-drogerie-retail-russia-2014/>

Контакты: Каменская Ксения, руководитель направления PR и внешних связей

(495) 785-22-06, Kamenskaya@b2bcg.ru (INFOLine, ИА (по материалам компании) 17.12.13)



### **Агропромышленный инвестиционный форум начнется в Якутии.**

Агропромышленный инвестиционный межрегиональный форум, который проводится в рамках мероприятий, посвященный Году села, начинается в Якутии 12 декабря, сообщил РИА Новости представитель правительства республики.

По словам собеседника агентства, в форуме принимают участие представители органов государственной власти, научного сообщества и агропромышленной отрасли Хабаровского, Приморского, Алтайского краев, Новосибирской области, Чукотского автономного округа, Еврейской автономной области и Ростова-на-Дону, а также делегаты от крупных промышленных компаний и банковских учреждений.

На форуме ожидается приезд заместителя министра сельского хозяйства России Дмитрия Юрьева и заместителя председателя правления ОАО "Россельхозбанк" Кирилла Левина.



"В рамках форума будут проведены круглые столы, посвященные биотехнологиям в агропромышленном комплексе, привлечению инвестиций, продвижению в регионе продукции, произведенной местными сельскохозяйственными и перерабатывающими предприятиями", — сказал представитель правительства. Центральным мероприятием трехдневного форума станет пленарное заседание на тему "Инвестиции в Агропромышленный комплекс — дорога в будущее". В рамках программы запланировано подписание соглашений, а также пройдут презентации инвестиционных проектов. (РИА Новости 12.12.13)

#### **Делегация Кировской области примет участие в 44-ой международной кондитерской выставке ISM 2014.**

Выставка ISM - это крупнейшая выставка в мире, посвященная кондитерским изделиям, проходит в Кельне с 1971 года. В 2013 году общее число экспонентов выставки ISM достигло 1402 участников из 67 стран, которые разместились на 110 тыс. кв. м выставочных площадей. Количество посетителей выставки достигло 35 тыс. человек из 150 стран мира. Доля посетителей из-за рубежа составила 67%

В рамках реализации программы "Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Кировской области" на 2010-2014 годы на указанной выставке будет организован региональный стенд Кировской области площадью 21 кв.м. Производители кондитерских изделий ОАО "Булочно-кондитерский комбинат" и ООО "СладЭкс" представят западным потребителям печенье, сушку, пряники и другие сладости. Обе компании имеют опыт в экспортной деятельности, а Булочно-кондитерский комбинат г.Кирова является постоянным участником выставки и уже поставляет свою продукцию на рынок ФРГ. Кроме того на выставке представят упаковку для кондитерских изделий премиум-класса кировского производства.

Мероприятие пройдет при финансовой и организационной поддержке департамента развития предпринимательства и торговли Кировской области и АНО "Центр поддержки экспорта", что позволит предприятиям-участникам сэкономить на оплате выставочных площадей, оборудования, услугах переводчика и регистрационных сборах. Поддержка оказывается за счет средств федерального бюджета, выделенных на поддержку экспортно-ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства Министерством экономического развития Российской Федерации. (mbko.ru) (12.12.13)

#### **Уникальная выставка кондитерских изделий открылась в Вологде.**

Выставку подготовила Вологодская кондитерская фабрика. Посетителям расскажут историю появления сахара и кондитерских изделий, дадут попробовать различные сладости, представят сказочный городок из сладостей, шоколадный фонтан, коллекцию шоколадных фигур.

Выставка работает всего несколько дней, но уже пользуется большой популярностью не только у вологжан, но и у жителей других городов области.

Выставку можно посетить по адресу г.Вологда, ул.Мира, 8. (invest.vologda-portal.ru) (12.12.13)



## Общие новости кондитерской промышленности

### Таможенный союз снижает спецпошлину на ввоз карамели.

Таможенный союз с 15 декабря снижает ставку спецпошлины на ввоз карамели до \$273,5 за тонну. Это предусмотрено решением коллегии Евразийской экономической комиссии (ЕЭК), принятым в апреле текущего года.

Это второе снижение пошлины за 2013 год. С 15 июня ставка была уменьшена до \$283,8 за тонну с \$294,1 за тонну. Россия ввела спецпошлину на импорт карамели в июне 2011 года на три года. В декабре того же года пошлина была установлена на всей территории Таможенного союза сроком до 7 июня 2014 года.

Как заявлял ранее журналистам министр по торговле ЕЭК Андрей Слепнев, действие защитной меры распространяется также на импорт карамели из Бразилии. В ходе расследования было установлено, что доля ввоза карамели из Бразилии превысила пороговую отметку в 3% от общего объема импорта карамели, и теперь на нее также будет распространяться действие этой специальной защитной меры, отметил он.

По результатам расследования департамент защиты внутреннего рынка ЕЭК пришел к выводу, что действие специальной защитной меры в отношении импорта карамели оказало положительное влияние на кондитерскую отрасль. (ИА Интерфакс-Запад 14.12.13)

### Среди выявленных специалистами INFOLine новинок на рынке продуктов питания на долю России и США приходится по 24%.

С начала 2013 года специалисты агентства INFOLine выявили и описали более 3300 новинок, выведенных на рынок продуктов питания России, стран СНГ, стран Евросоюза, США и др. в основных сегментах продуктового рынка: кондитерской, хлебопекарной, молочной, масложировой и мясной промышленности. За прошедший период 2013 года больше всего новинок произвели в странах Евросоюза (особенно активны в этом регионе Великобритания, Германия и Франция) – на них приходится более 44% "[Банка новинок](#)" INFOLine. Второе место условно можно поделить между США и Россией, на эти две страны приходится по 24% новинок уходящего года.

В настоящее время на рынке продуктов питания сложилась хорошая обстановка для вывода новых продуктов. Российский потребитель хочет новинок, хочет инноваций и новаторских решений. Причем ему интересен не только новый продукт как таковой, но и новые решения по его подаче.

Наиболее активен в выпуске новых продуктов на рынок сегмент кондитерских изделий. В "[Банка новинок](#)" за 2013 год более 38% продуктов приходится на кондитерские изделия. Второе место по количеству выпущенных новинок занимает сегмент хлеба и хлебобулочных изделий, на его долю приходится 28% от банка новинок. Тройку лидеров замыкает сегмент молока и изделий из него - 22% от банка публикаций.

Среди ключевых тенденций рынка составители "[Банка новинок](#)" в агентстве INFOLine отмечают активное использование натуральных красителей, загустителей и подсластителей при изготовлении продуктов, например, стевии. Этот ингредиент добавляют во многие продукты от конфет до йогуртов и кетчупов.

Также, по данным INFOLine, на рынок выводится все больше новых продуктов, не содержащих глютен (Gluten-free). Вместо него в состав продуктов включают крахмал тапиоки, рисовую муку, кукурузный крахмал, картофельный крахмал и др. Особенно эта тенденция проявляется в США, где безглютеновые продукты начали выпускать с 2010 года.

Еще одна тенденция на рынке – растущая популярность во всем мире греческого йогурта. Это тип йогурта, профильтрованного через ткань или бумажный фильтр с целью устранения сыворотки, что придает среднюю консистенцию между йогуртом и сыром, сохраняя характерный кислый вкус йогурта. На Западе "греческий йогурт" стал синонимом профильтрованного йогурта благодаря



кетчуп без сахара, с добавлением стевии  
Unilever France



Хлеб «Идеальная фигура» злаковый с морковью  
Владхлеб (Россия)



маркетинговому успеху греческой компании FAGE. Греческий йогурт представлен на рынке не только как самостоятельный продукт в чистом виде или с различными наполнителями, но и входит в состав различных соусов, смузи, цельнозерновых батончиков, хлопьев и т.д.

На российском рынке вслед за западными странами стало появляться все больше продуктов, полезных для здоровья и фигуры. В 2013 году на российском рынке появились множество видов хлеба и печенья со злаками и различными натуральными наполнителями, в виде сухофруктов, орехов, семян.

"Вступление России во Всемирную Торговую Организацию (ВТО) создало условия для повышения качества и конкурентоспособности российской продукции в результате увеличения потока иностранных товаров, услуг и инвестиций на внутренний рынок, - комментирует редактор направления "Потребительские рынки" агентства INFOLine Светлана Силенина. -

Теперь российские компании будут вынуждены конкурировать за покупателя и место на полке все с большим количеством компаний", - добавляет она. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 11.12.13)



хумус с добавлением греческого йогурта  
Eat Well Enjoy Life (США)

### **95% меда на российском рынке отечественного производства.**

По данным анализа рынка, проведенного для составления "Бизнес-плана пчеловодческого хозяйства (с финансовой моделью)", объем производства меда в России в 2012 г. вырос на 8%. Этому предшествовал прирост на 16% в 2011 г. В результате объем производства приблизился к 65 тысячам тонн.

Большая часть производимой продукции обеспечивает потребности внутреннего рынка. На экспорт в 2012 г. было отправлено всего 0,2% произведенного меда. В первую очередь мед вывозился в страны дальнего зарубежья, в частности, в США. Среди стран СНГ основным направлением являлись Узбекистан и Азербайджан. Кроме того было вывезено 124 тонны в страны Таможенного союза, в том числе, более 73 тонн - в Казахстан.

В то же время было импортировано 3,2 тысячи тонн натурального меда, крупнейшим поставщиком которого была Украина, значительно меньший объем приходился на долю Китая. Отметим, что по сравнению с 2011 г. объем импорта сократился на 41%. (РБК.Исследования рынков 11.12.13)

### **Рестко Холдинг: Американский мармелад прижился в России.**

Сегодня посвятим свой обзор достаточно необычному исследованию – Анализу российского рынка жевательного мармелада.

Жевательный мармелад появился в Америке в середине XIX века. Покупателям он понравился особенно тем, что его удобно хранить и возить с собой: он не таял и не прилипал к рукам. Американские производители быстро смекнули, что продукт очень выгоден, и организовали его поставки в армию – в качестве дополнения к пайку военных. На жевательном мармеладе выросло не одно поколение американцев, и сегодня в США выпускается множество его сортов.

В Европе жевательный мармелад появился в начале XX века, но в России – только в его конце, в 90-е годы. До этого у нас продавался обычный мармелад – кстати, очень вкусный, и ещё 20-30 лет назад практически безопасный, без красителей и консервантов.

На сегодня по данным исследования рынка российский рынок жевательного мармелада является ненасыщенным. Этот продукт испытывает сильную конкуренцию со стороны многочисленных товаров-заменителей. В 2012 году среднегодовая покупка жевательного мармелада на одного покупателя составила 500 гр. в год.

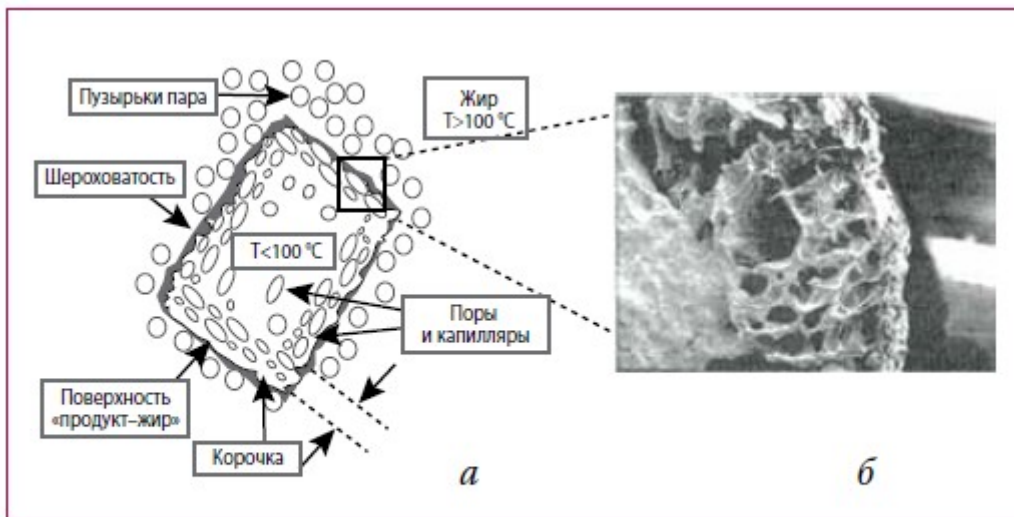
Хотя российский рынок развивается очень динамично. Обзор рынка позволил установить, что спрос на жевательный мармелад с 2008 год по 2012 год вырос в два раза. Рост спроса обеспечил ряд факторов. Во-первых, позиционирование жевательного мармелада как полезного и низкокалорийного продукта совпало с трендом повышения интереса населения к здоровому образу жизни. Во-вторых, расширился ассортимент продукции, что привлекло новых покупателей. В-третьих, росту спроса способствовали высокие темпы развития в регионах России современных сетевых розничных магазинов.

Вслед за спросом росло и предложение жевательного мармелада. Анализ рынка жевательного мармелада отмечает, что в 2008-2009 годах предложение в среднем на 72% состояло из импорта, но в 2010 году структура этого показателя изменилась из-за роста отечественного производства данной продукции. В 2010 году внутреннее производство жевательного мармелада увеличилось сразу в 4,2 раза. По информации маркетингового исследования, в 2010-2012 годах в среднем 39% от предложения приходилось на объёмы внутреннего производства. По прогнозам исследования рынка, в 2013-2017 годах доля российского производства в общем объёме предложения продолжит увеличиваться и в 2017 году составит 45,7% от предложения.

А Вы покупаете жевательный мармелад? (INFOLine, ИА (по материалам компании) 10.12.13)

**Обжаривание мучных изделий во фритюре. "Кондитерское и хлебопекарное производство". № 11-12 2013**

**Механизмы впитывания жира В. А. Васькина, д. т. н., Н. А. Львович, к. т. н., Т. С. Вайншенкер, к. т. н.,** ФГБОУ ВПО МГУПП Обжаривание во фритюре стали применять для приготовления пищи примерно 2500 лет до н. э. в Древнем Египте (Tannahill, Reay, 1995; Sahin, Sumnu, 2009). В настоящее время ассортимент обжариваемых продуктов достаточно разнообразен: мучные изделия, мясо, птица, рыба, овощи, фрукты, орехи, грибы и др. Уникальные органолептические характеристики продуктов, малая продолжительность обработки вместе с относительно низкой стоимостью промышленного производства сделали обжаренные во фритюре продукты основой мировой индустрии быстрого питания. Согласно данным ФАО/ВОЗ, избыточное потребление жиров сопряжено с повышенным риском возникновения ожирения и тучности, ишемической болезни сердца и некоторых видов рака (ВОЗ 25.07.2012).

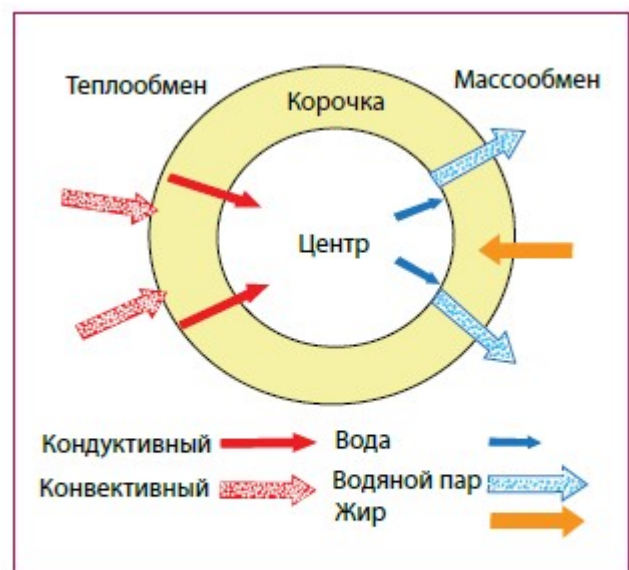


**Рис. 1.** Обжарка во фритюре: а – схема поперечного сечения продукта в процессе обжарки во фритюре (Saguay, 1998); б – фотография поперечного сечения корочки обжаренного картофеля, полученная с помощью сканирующего электронного микроскопа (Singh, 1995)

Несмотря на развитие и распространение теории здорового питания, обжаренные во фритюре продукты остаются востребованными как в развитых, так и в развивающихся странах из-за особого вкуса, аромата и хрустящей текстуры. В связи с этим многочисленные исследования направлены на создание технологий, позволяющих сохранять органолептические свойства обжаренных продуктов, максимально сократив в них содержание жира. Под обжариванием во фритюре понимается операция по погружению пищи в горячее масло и приготовлению в нем, которая включает в себя тепло- и массообмен в целях формирования отмеченных уникальных органолептических свойств продуктов за короткое время приготовления (рис. 1, а, б).

При погружении продукта в разогретый до 160–180 °С фритюрный жир температура поверхности продукта быстро возрастает. Вода на поверхности моментально начинает кипеть. Испарение воды приводит к обезвоживанию поверхности продукта, его усадке, развитию пористости и шероховатости поверхности, т. е. к формированию корочки, которая влияет на передачу тепла и массы.

В зависимости от вида продукта количество абсорбированного жира может варьироваться в пределах 12–38 % от массы готового продукта (Dana, 2006). Ключевыми факторами, влияющими на поглощение жира, являются параметры процесса обжарки, свойства продукта и свойства жира (Bouchon, 2003). При обжаривании при высокой температуре продолжительность обжарки сокращается, а более толстая корочка на продукте выступает в роли физического барьера для проникновения

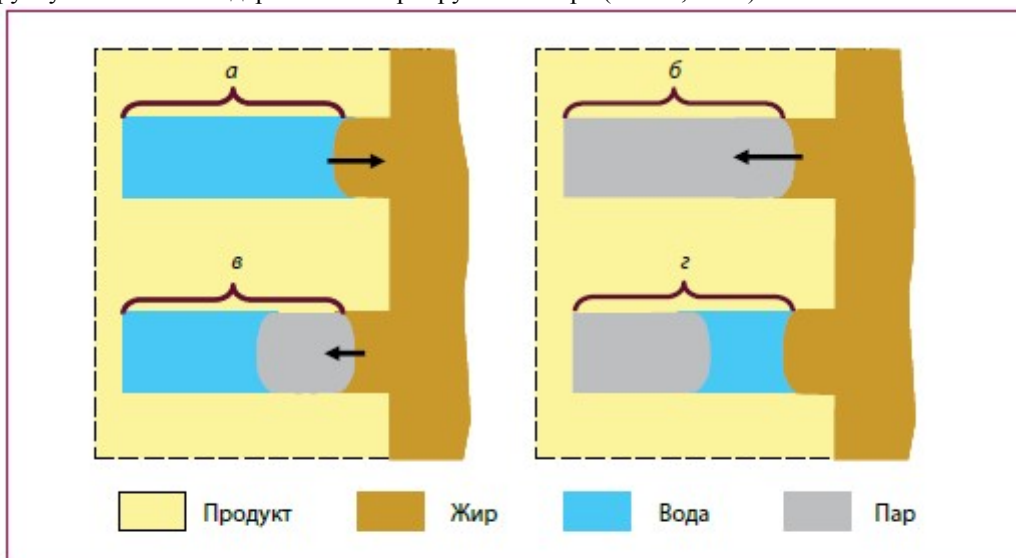


**Рис. 2.** Диаграмма тепло- и массообмена при обжаривании во фритюре (Bouchon, 2009)





жира (Pinthus, 1993; Dobarganes, 2000). В работах Pedreschi (2008), Gamble (1987) показано, что предварительная обработка продуктов перед обжаркой также способствует меньшему содержанию жира в готовом продукте. Возможными объяснениями могут быть меньшая площадь поверхности, пониженное содержание влаги (Krokida, 2005), сглаженная поверхность (Rubnov, 1996) и структурные изменения продукта (Bouchon, 2001). В некоторых исследованиях отмечается, что высокое содержание влаги в продукте увеличивает впитывание жира (Mogeiра, 1997). Форма продукта и его размер оказывают существенное влияние на поглощение жира: чем меньше отношение площади поверхности продукта к его массе, тем меньше впитывается масла (Pedreschi, 2008). Увеличение шероховатости поверхности и пористость продукта до жарки способствуют впитыванию жира (Rubnov, 1996). Состав продукта также играет существенную роль в абсорбции жира. Разрыхлители увеличивают впитывание жира продуктом из-за формирования капиллярно-пористой структуры, которая заполняется жиром при жарке. Добавление соли в изделие увеличивает содержание жира в жареных продуктах, а частичная замена пшеничной муки на кукурузную понижает содержание абсорбируемого жира (Llogca, 2001).

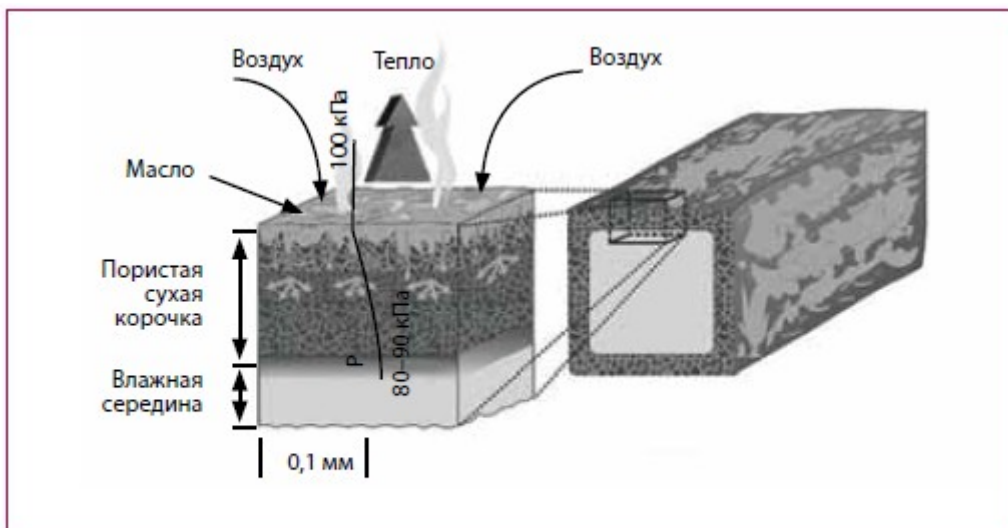


**Рис. 3.** Проникновение жира в продукт через поры: а – поры, заполненные водой; б – поры, заполненные паром; в и г – поры, заполненные и водой, и паром (Mellema, 2003, с изменениями). При угле смачивания менее 90° проникновение жира происходит по капиллярному механизму. В присутствии пара жир может проникать также по конденсационному механизму (стрелка указывает направление движения)

Впитывание жира продуктом при обжарке во фритюре является сложным процессом, на который влияет целая гамма факторов. Поэтому понимание механизмов поглощения жира позволит контролировать этот процесс и управлять им. Среди предложенных в исследованиях механизмов, объясняющих впитывание жира продуктом, выделяются три основные группы: замещение воды, эффект фазы охлаждения и влияние поверхностно-активных веществ (ПАВ).

Замещение воды жиром совершается в процессе обжарки продукта, вода при этом испаряется. В то же время на поверхности изделия происходит клейстеризация крахмала и денатурация белка, что приводит к формированию сухой корочки. Влага, которая содержится в продуктах, при обжарке превращается в пар, создавая положительный градиент давления. Образовавшийся пар удаляется из продукта через трещины, дефекты, открытые капилляры и каналы в клеточной структуре. Одновременно с процессом испарения воды при обжарке происходит проникновение жира в продукт через поры, дефекты и щели в структуре (рис. 3).

Представленный механизм объясняет прямую связь между потерей воды и впитыванием жира продуктом. При этом впитанный жир помогает поддерживать структурную целостность продукта, предотвращая его усадку и распад (Pinthus, 1994).



**Рис. 4. Интерпретация поглощения фритюрного жира в процессе охлаждения продукта (Sahin, Sumnu, 2009)**

Однако указанный механизм позволяет лишь частично объяснить поглощение жира при обжарке и распространяется главным образом на продукты в жидкой панировке и с высоким содержанием крахмала. В зависимости от обжариваемого продукта доля жира, абсорбированного продуктом во время обжарки, составляет 15–20 % (Matz, 1993; Moreira, 1997).

В ряде работ показано, что абсорбция жира происходит главным образом на этапе охлаждения (Gamble, 1987; Ufheil, 1996). Следует отметить, что в пористых продуктах капилляры, заполненные водой, могут не заполняться жиром до тех пор, пока вся вода не испарится. Если капилляр закрыт, то жир в него проникнуть не может, так как этому препятствует внутреннее давление пара. Только в случае, когда из капилляра удалась вся вода, жир засасывался внутрь продукта благодаря охлаждению и конденсации водяного пара.

Рассмотрим второй механизм впитывания жира – эффект фазы охлаждения. По окончании жарки продукт извлекается из фритюрной ванны и начинает охлаждаться, что приводит к конденсации водяного пара и снижению внутреннего давления ( $P$ ) (рис. 4).

Жир, находящийся на поверхности продукта, всасывается из-за "вакуумного эффекта" (Ufheil, 1996). Так как поверхность играет существенную роль, то впитывание жира определяется микроструктурой корочки, сформированной в процессе обжаривания продукта, а именно средним размером пор, удельной поверхностью корочки и ее проницаемостью (Vouchon, 2001).

Для уменьшения впитывания жира при извлечении продукта из фритюрной ванны используют два способа: промакивание поверхности продукта впитывающей бумагой (Aguilera, 1997) либо сдувание горячим воздухом или перегретым паром поверхностного масла с продукта и поддержание постоянной температуры, препятствующей охлаждению и образованию "вакуумного эффекта".

Первый способ наиболее удобен в быту, а второй – широко применяется в промышленности.

И наконец, обсудим третий механизм впитывания жира – влияние ПАВ. Испарение влаги из пищи и высокая температура во время жарки вызывают гидролитические реакции, которые приводят к расщеплению связей между глицерином и жирными кислотами и к формированию диглицеридов, моноглицеридов, свободных жирных кислот и глицерина (О.Брайен, 2007). Монои диглицериды являются поверхностно-активными веществами и полярными соединениями, которые увеличивают пенообразование кипящего жира. Выделяющаяся пена захватывает пузырьки пара, высвободившиеся из продукта, и таким образом ускоряет гидролитические реакции. Образование ПАВ увеличивает контакт между пищей и кипящим жиром, и в результате происходит чрезмерное поглощение жира. Согласно теории поверхностноактивной обжарки (Blumenthal, 1991) ПАВ обуславливают изменения поверхности и внутренней части обжаренного продукта. По мере увеличения времени контакта между пищей и фритюрным жиром все интенсивнее происходит передача тепла от кипящего жира продукту, и это повышает обезвоживание поверхности и убывание воды из внутренних частей жарящегося образца. Таким образом, более высокая концентрация ПАВ обеспечивает наличие пропитанных жиром продуктов с пористой сухой корочкой и более влажным центром изделия (Blumenthal, 2001).

Предложенная теория опирается на данные о способности смеси моноглицеридов существенно снижать поверхностное натяжение в системах "растительное масло – вода".

Исследования показывают, что жир, состоящий из жирных кислот средней длины, пенится меньше, чем жирные кислоты с длинной цепочкой (Negishi, 2003). Высокая абсорбция жира при добавлении ПАВ объясняется уменьшением поверхностного натяжения между жиром и панировкой (Maskat, 2004).



Ряд экспериментальных данных противоречат указанной гипотезе о том, что впитывание масла усиливается по мере уменьшения поверхностного натяжения с увеличением продолжительности нагрева жира (Gil, 1995). Dana (2006) предположил, что увеличение поглощения жира продуктом после продолжительного нагрева объясняется повышением вязкости жира, причиной которого являются реакции полимеризации.

На рис. 5 схематично представлены три фракции фритюрного жира в обжаренном продукте: поглощенный жир, который представляет собой жир, абсорбированный в процессе обжарки; структурный жир – жир, всосавшийся в продукт при охлаждении после извлечения из фритюрной ванны; поверхностный жир – жир, который остался на поверхности (Bouchon и др., 2001).

Способы уменьшения поглощения фритюрного жира продуктом в мировой практике разрабатываются более 40 лет. Часть подходов направлена на изменение условий процесса обжаривания, т. е. на совершенствование обжарочного оборудования, другая – ориентирована на создание барьеров на пути проникновения жира, т. е. на предварительную обработку продуктов перед жаркой различными добавками на основе пищевых гидроколлоидов. В следующей статье подробно рассмотрим второй подход. (17.12.13)

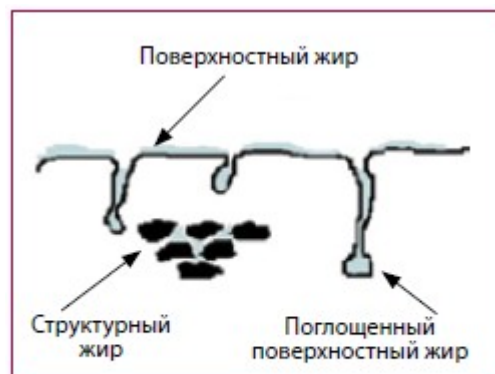


Рис. 5. Три фракции фритюрного жира в обжаренном продукте (Bouchon, 2009)

**Точки роста прибыли. "Кондитерское и хлебопекарное производство". № 11-12 2013**

Роман Калинин, генеральный директор отраслевого агентства "ВАТЕЛЬ МАРКЕТИНГ" За последние пять лет в России по разным причинам прекратили свою деятельность более 500 хлебопекарных предприятий.

**Что происходит с хлебопекарной и кондитерской отраслями?**

Сегодня отрасли находятся в стадии активной консолидации активов – одни хлебозаводы приобретаются другими. Причем инициаторами поглощений становятся как федеральные компании ("Каравай", "Хлебный Дом", "Настюша", "Грейн Холдинг"), так и локальные игроки.

При этом зачастую речь не идет о приобретении заводов – активная рыночная политика одних игроков (расширение ассортимента, дистрибуции и продвижения) приводит к тому, что менее активные игроки теряют клиентскую базу, объемы продаж и, как следствие, приходят к плачевному финансовому результату.

В Петербурге процесс консолидации практически завершен, рынок контролируется тремя игроками, и значительных перемен уже не будет.

Во всех остальных регионах России, включая Москву и МО, процесс консолидации идет и будет только расширяться. Собственникам и руководству предприятий важно трезво оценивать ситуацию на домашнем рынке и в соответствии с этой оценкой выстраивать свою работу.

**Дефрагментация проблем** С какими проблемами и негативными тенденциями сталкивается сегодня руководство хлебозавода? Вот основные.

.Общий рыночный тренд идет на снижение потребления классических сортов. При снижении тоннажа снижается и денежная масса, хлебопеки перестают зарабатывать вовсе.

.Часто социальные сорта занимают от 60 до 90 % объема производства – это генерирует основной тоннаж, но практически не создает массы прибыли (или того хуже – приносит убыток).

.В прайс-листе предприятий примерно 300 SKU при этом основные продажи приходятся на 50 SKU.

Остальные продукты, некоторые из которых производятся буквально по несколько штук, тянут назад все подразделения. Производство не может выпускать мизерный тоннаж со стабильным качеством. Служба продаж не станет продвигать такой ассортимент. Кроме того, увеличиваются затраты на остатки сырья и упаковки.

.Предприятие выпускает много новинок, но они не выходят на лидирующие позиции. Причем парадокс в том, что чем больше новинок, тем меньше шансов у каждой конкретно на успех. Каждой отдельной новинке уделяется меньше внимания, продукты выводятся спешно, не основательно – не исполняя всех необходимых шагов.

.Приход федеральных сетей в регионы сильно меняет картину каналов распределения. Сети выдвигают свои требования. Некоторые хлебозаводы пытаются игнорировать сети, хотя, наоборот, – должны активно менять свой ассортимент и стандарты работы, чтобы наилучшим образом сотрудничать с сетями. Безусловно, это процесс сложный, но возможный (и опыт Петербурга – доказательство тому), а самое главное, опять же – неизбежный.

**Какие шаги необходимо предпринимать?**

Далее приведу перечень основных задач, работа над которыми гарантированно приводит к росту прибыли предприятия.

1. **Структурные изменения в службе продаж и маркетинга: ответственность и мотивация** Маркетологи и продавцы отвечают за разные задачи. Цель маркетологов – уход продуктов с полки, цель продавцов – расширение представленности. В этом целевом дуализме и есть залог успеха предприятия.



Мотивационные системы, соответственно, должны быть "настроены" на основные показатели: у маркетологов – рентабельность и уходимость, у продавцов – количественная и качественная дистрибуция.

**2. Управление ассортиментом** В процессе санации ассортимента нужно ввести мораторий на новинки и в течение полугода заниматься сокращением ассортимента. Процесс болезненный, но жизненно необходимый. Сокращение будет значительным – в общем случае оно составит от 30 до 50 % ассортимента.

**3. Разработка и внедрение в производство новинок** Лучше – меньше, да – лучше.

Оптимальный темп – одна новинка в товарной категории в квартал.

Оптимальный горизонт планирования – 24 месяца. За разработку и запуск новинки отвечают маркетологи, так как они исследуют рынок, ставят задачу технологом, делают упаковку, планируют продажи. **4. Внедрение ассортиментных матриц** В этом – суть работы службы продаж. Следует обеспечить присутствие ассортиментных матриц предприятия в 90 % торговых точек на вашей территории. Ассортиментные матрицы разрабатываются маркетологами – для каждого формата торговли. Естественно, в матрицы попадают самые важные для предприятия продукты с точки зрения прибыли.

**5. Планирование работы отдела продаж (количественная и качественная дистрибуция)** После создания ассортиментных матриц, анализируется клиентская база каждого торгового представителя и разрабатывается индивидуальный план на месяц/неделю по работе с торговыми точками – внедрению минимальных матриц.

Я привел основные шаги, что называется "крупными мазками". В этом номере более детально остановимся на первом пункте, в следующих выпусках журнала мы рассмотрим следующие пункты более детально.

**Шаг 1. Структурные изменения в службе продаж и маркетинга: ответственность и мотивация** Пожалуй, это самый важный шаг, формирующий основу для последующего развития коммерческой службы предприятия. Так как этот шаг предполагает изменение текущих бизнес процессов, модификацию структуры компании и набор новых сотрудников, то понятно, что без него – никуда. Порой руководство предприятия, в целях "оптимизации затрат" берет комплекс маркетинга и щедро наделяет дополнительными, несвойственными функциями службы предприятия. И мы видим, как бухгалтер формирует цену прайса на новый продукт, технолог ПТИЛ разрабатывает упаковку, торговый представитель разрабатывает рекламные материалы... Что и говорить – пагубная практика. И дело не будет сделано как следует, и люди от основных задач оторваны.

**Ключевое структурное изменение** Введение в структуру компании службы маркетинга. При этом руководитель службы маркетинга и руководитель службы продаж находятся в одной горизонтали власти, не подчиняются друг другу, подчиняются напрямую генеральному директору (оптимально).

**Фокус и мотивация службы продаж** Как правило, перед службой продаж ставят задачи типа: "Рост продаж в тоннаже в следующем году на 15 %, что не вполне корректно. Служба продаж должна обеспечить движение товара на полки, его там присутствие, постоянное расширение количества торговых точек (ТТ) и "расширение полки существующих". Таким образом, служба продаж влияет не столько на продажи, сколько на присутствие продукта в ТТ. Ибо повлиять на покупку (или не покупку) продукта покупателем, торговые представители не могут – это зона ответственности маркетологов.

Итак, основные задачи у службы продаж – две: ?. рост числа торговых точек, в которых представлена продукция предприятия; ?. рост представленности продукции, "расширение полки" в существующих торговых точках.

Когда мы говорим о представленности в торговой точке, вводится понятие минимальной ассортиментной матрицы (многие знакомы с аббревиатурой MML – Minimum Must List), – представленностью в точке считается присутствие там MML.

Соответственно, система мотивации сотрудников службы продаж призвана наилучшим образом стимулировать торговых представителей (ТП) на реализацию поставленных задач. Определив для каждого ТП территорию продаж (или канал дистрибуции), проанализировав продажи в существующей клиентской базе и сравнив с максимальной, мы можем поставить план по приросту ТТ и по расширению присутствия существующих. Соответственно, по выполнению плана ТП получает бонус, при невыполнении – нет.

**Фокус и мотивация службы маркетинга** Маркетологи отвечают за рост прибыли компании – это догма. Поэтому и система мотивации бренд-менеджеров ориентирована на прибыль.

В ключевых контролируемых показателях службы маркетинга: ?. объем маржинального дохода по предприятию; ?. уровни рентабельности по товарным категориям отдельно; ?. объемы продаж фокусного ассортимента и новинок.

По каждому пункту для каждого сотрудника ставится личный план на месяц, квартал или полгода, и по достижении целевых показателей выплачивается или не выплачивается бонус.

В общем случае, – чем выше должность сотрудника, тем реже выплачивается бонус. Торговому представителю – ежемесячно; бренд-менеджеру – ежеквартально; начальнику отдела маркетинга, продаж – раз в полгода. Это позволит руководителям подразделений смотреть на свою работу более стратегически.

В завершение, хочу обратиться к руководству предприятий – директорам и собственникам: "Уважаемые коллеги! Вы искренне любите свое производство, отлично знаете технологический процесс, увлечены переоснащением и установкой новых линий. Но парадокс заключается в том, что блок "производство" не может ответить на актуальные сегодня вопросы, которые встают перед вами. Как увеличить тоннаж/выручку? Как увеличить



рентабельность? Как снизить возвраты? Как войти в сеть и остаться "в плюсе"? И на все эти "Как?" призваны отвечать маркетинг и продажи.

На большинстве российских предприятий были сделаны серьезные инвестиции и совершено значительное техническое переоснащение. Сегодня, для того чтобы двигаться вперед, необходимо инвестировать в свой маркетинг. И, поверьте, эти инвестиции вернутся к вам быстрее всего". (17.12.13)

**Лучшая упаковка России 2013. "AdMe.ru". 12 декабря 2013**

25 примеров самой крутой упаковки и гениальных концептов, придуманных российскими дизайнерами в этом году. После прошлогодней передышки, Depot WPF, лидеры в дизайне упаковки среди отечественных агентств, снова заняли ведущие позиции. Их копилка пополнилась двумя наградами на мировом конкурсе упаковки Pentawards и золотом на конкурсе рекламы Golden Drum.

Кроме Depot WPF, в этом году отличились Viewpoint с их оригинальным дизайном бутылок для английского пива, StudioIn, подхватившие "совиный" тренд этого года и OTVETDESIGN, который подрисовал консервам хулиганские усики. Отдельно стоит отметить студенческие проекты, впечатляющие своей концептуальностью.

AdMe.ru, продолжая подводить итоги уходящего года, составил рейтинг самой интересной, креативной и красивой упаковки: от печенек до водки, от презервативов до шурупов и саморезов.



1 место. Молоко "Высоко-высоко"

Дизайн молочных продуктов от Depot WPF завоевал "золото" на мировом конкурсе упаковки Pentawards.

2 место. Мука Myllyn Paras

За дизайн упаковки для Myllyn Paras агентство Depot WPF получило "золото" на конкурсе рекламы Восточной Европы Golden Drum.

3 место. Вино Comon Sava



Упаковка от StudioIn обыгрывает русское звучание французского "как дела?"

4 место. Водка "Абсолют"

Ограниченная версия "Абсолют-Москва" от Sosoop Group и Алены Ахмадуллиной.

5 место. Презервативы I'm Siberian

Презервативы для суровых сибирских парней от POWER Brand+Digital.

6 место. Кетчуп Heinz

Ограниченная новогодняя серия от Depot WPF.

7 место. Семечки "Путевые"

Стаканчик самых вкусных семечек, которые раньше продавали старушки, в упаковке от PUNK YOU BRANDS.

8 место. Консервы Sunfeel

Хулиганские усаые персонажи и общая "солнечность" упаковки от агентства :OTVETDESIGN выделяют консервы на полке из ряда других банок.

9 место. Лимонад "Кое-что"

Упаковка с нестандартными для лимонада названием, графикой и персонажами от агентства Depot WPF.

10. Вино El Mariachi

Бутылки в виде мексиканских гитаристов от IKON BC и иллюстратора Стива Симпсона.

11 место. Кружки Lipton

Атмосферные иллюстрации на тему путешествий, сменившие приевшийся образ Lipton от агентства Depot WPF.

12 место. Снеки iCogn

Дизайн снеков от Depot WPF завоевал "серебро" на мировом конкурсе упаковки Pentawards.

13 место. Пиво "Жигулевское"

Главная тема упаковки от Red Pepper — древесная текстура.

14 место. Колбасные снеки Sticado

Компания "Дымов" собственноручно разработало упаковку для "мобильной версии" колбасных снеков Stickado.

На этом реальная упаковка заканчивается, а лучшие концепты мы выделили в отдельный рейтинг.

1 место. Сэндвичи Eat & Go

Складывающаяся упаковка для сэндвичей — студенческий проект Ольги Гамбарян, Дианы Гибадуллиной, Александра Кищенко, Андроника Полоза.

2 место. Водка Firewood

Дизайн Константина Болимонда.

3 место. Упаковка для завода легких металлоконструкций

В "Бренд Бюро" создали суровую упаковку для саморезов и шурупов, на каждый вид товара по хищнику.

4 место. Мёд HONEY

Чтобы понять, что находится внутри упаковки, достаточно лишь формы.

Задачей дизайнеров Максима Арбузова и Павла Губина было сделать стильную и максимально простую упаковку меда. И они великолепно с этим справились.

5 место. Колбаса для кошек Cat's Lunch





Упаковка колбасок от Александры Истратовой привлекает не только внешним видом, но и практичностью: на нее нанесена разметка, по которой удобно отрезать порционные кусочки одинакового размера.  
6 место. Печенье "Бла-бла"



Студенческий проект Оксаны Палей, Адели Колдаровой, Заиры Панаевой, Дарьи Сапожниковой.

7 место. Пиво Old Guard

На создание дизайна банки английского пива креаторов агентства Viewpoint вдохновили черные шапки из медвежьей шкуры и красные мундиры королевских гвардейцев.

8 место. Спиртовой раствор

Если б не бирка со штампом аптеки, "Раствор спиртовой" от Геннадия Пчелкина со всеми его галочками и нарочитыми факсимиле можно было бы смело ставить на алкогольную полку.

9 место. Средства для ухода Arboris

Листья на упаковке от OhMyBrand блекнут по мере того, как выходит срок годности.

10 место. Пиво Tgorphy

Дизайн Галима Ахметзянова, Павла Чуйкина, Павла Губина.

11 место. Средство для мытья посуды SEO

Дизайн Маши Солянкиной, Виктории Каплиной, Никиты Петрова, Романа Власова. (AdMe.ru 12.12.13)

## **Проблемы роста сладкого бизнеса. "Лента региональных новостей". 16 декабря 2013**

Зайдите в любой продуктовый магазин — и в подавляющем большинстве вы увидите на полках шоколад только федеральных или зарубежных производителей. Балом правят Mars, Nestle, и проч., неохотно уступая полочное пространство российским "Коркунову" и "Бабаевской". Гораздо реже можно встретить продукцию местных фабрик. Увы, пока рыночная ситуация складывается в пользу крупных корпораций — только большие компании могут позволить себе как создание зонтичных брендов, так и скупку местных игроков. Последние оставшиеся местечковые производители предпочитают развиваться в локальных рамках, затачивая ассортимент под вкусы своего потребителя. Исключения редки, но все же случаются.

Например, всерьез решила на масштабную региональную экспансию новосибирская кондитерская фабрика "Шоколадное дерево". У фабрики непростая история — она создана на мощностях прогоревшей КФ "Елисейская", и только буквально недавно смогла договориться с кредиторами. В планах менеджмента — существенный рост объемов реализации продукции за счет поставок не только в соседние сибирские регионы, но и в города центрального федерального округа, включая московский регион, а также на Украину и в Казахстан.

Чтобы выполнить амбициозные планы, решено использовать сразу несколько каналов продаж, начиная от оптовых поставок до собственной розницы.

Гендиректор фабрики Сергей Репников объясняет, что поставленные планы требуют новых подходов. Так, для расширения ассортимента часть площадей фабрики отдали под технопарк — площадку, где кондитеры могут разрабатывать новые продукты, в случае успешной разработки и внедрения в производство кондитер становится совладельцем нового бренда и в дальнейшем получает доход от продаж продукта. Для ускорения развития собственной розничной сети решено было воспользоваться моделью франчайзинга.

"Идей у нас множество, остается только тестировать их", — говорит Репников. Последний пилотный проект компании — открытие первого кафе "Шоколадное дерево". Помещение (50 кв м) нашлось в детском





оздоровительном центре на окраине Новосибирска. "Это заведение для семейного отдыха, в меню — напитки, кондитерские и шоколадные изделия, в том числе собственного производства. Если кафе окажется популярным у посетителей, то будем тиражировать формат дальше, рассматривая как возможность франчайзинга, так и собственных точек", — пояснил он.

Сражаться на региональных рынках "Шоколадному дереву" придется с такими гигантами, как Nestle, Mars, Kraft Foods, Orkla Group, Cadbury, Ferrero, а также к-н "Бабаевским", "Красным Октябрем", Коркуновым, "Объединенными кондитерами".

Конкурировать с транснациональными компаниями местным производствам непросто. Себестоимость производства у крупных компаний выше — во-первых, за счет эффекта масштаба, а во-вторых, они используют рецептуры с недорогими ингредиентами, в том числе и искусственными заменителями натуральных продуктов, включая консерванты, высокогидрогенизированные жиры, заменители молока, сливочного масла и других скоропортящихся компонентов. Это увеличивает срок годности, и делает продукт более желанным на полках сетевых магазинов.

Аналитики, оценивая планы развития местных производителей, указывают на традиционную ахиллесову пяту — проблему с финансированием. "Чтобы реализовать заявленные объемы продукции, предприятию необходимо создать стабильные каналы дистрибуции в соседние регионы, что, безусловно, потребует значительных дополнительных инвестиций", — подчеркивает аналитик УК "Финанс Менеджмент" Максим Клягин. По его данным, свободных ниш на рынке немного, а весь объем рынка кондитерских изделий Сибири в денежном выражении за 2012 год составил \$2,2 млрд, Новосибирской области — около \$0,4 млрд.

Местным производителям, которые не имеют возможности привлечь финансовые ресурсы для своего развития, пришлось войти в состав федеральных игроков. Например, такая судьба постигла новосибирскую шоколадную фабрику "Новосибирская" (сейчас — в составе "Объединенные кондитеры"), КФ "Алтай" куплена Nestle.

Правда, иногда ряды гигантов кондитерского рынка пополняются и за счет местных компаний. Самый яркий пример — Томская "КДВ Групп".

Ранее компания скупила основных отечественных производителей сухариков и крекеров (в ее состав входят Кемеровский кондитерский комбинат, Яшкинский пищекомбинат, мощности компании Сибирский берег). В феврале 2013 года КДВ приобрела кондитерскую фабрику "Красная Звезда", которая выпускает шоколадные конфеты, мармелад, пряники, ирис, зефир и др. Компания, годовой оборот которой перевалил за 32 млрд руб, может позволить себе осваивать новые сегменты рынка. Так, на днях компания купила подмосковную компанию "Троль", владельца самого популярного бренда "Бабины семечки" с годовым оборотом 5 млрд руб.

Возможности местных компаний — производителей шоколада лежат вовсе не в освоении новых сегментов рынка, как, например, семечки, а в выпуске нишевой продукции, полагает Сергей Репников. По его словам, корпорации уверенно чувствуют себя только в масс-маркете, в то время как интересные возможности есть в премиальном сегменте, создании продукции для спортсменов, корпоративных заказчиков, детском ассортименте и других. (Лента региональных новостей 16.12.13)



## Инвестиционные проекты

### Министр сельского хозяйства России посетил объекты агропромышленного комплекса Липецкой области.

Липецкую область с рабочим визитом сегодня посетил министр сельского хозяйства России Николай Федоров. Он посетил объекты агропромышленного комплекса и провел совещание, посвященное итогам работы отрасли растениеводства в уходящем году и задачам на 2014 год.

На кондитерской фабрике "Рошен" руководитель Минсельхоза вместе с главой администрации Липецкой области Олегом Королевым осмотрел строящуюся кондитерскую фабрику с распределительным центром мощностью 253 тыс. тонн шоколадных изделий в год. Возведение началось два года назад. Как пояснил заместитель генерального директора Олег Казаков, сегодня компания вырабатывает 30 % карамели от общероссийского объема, а общая мощность фабрики составляет около 140 тыс. тонн кондитерских изделий в год. Реализация крупномасштабного инвестиционного проекта в 2015 году позволит предприятию войти в тройку крупнейших производителей кондитерских изделий России, увеличив объем производства до 400 тыс. тонн в год. Продукция будет распространяться по России и Украине.

Сладкую продукцию липецкая фабрика выпускает с 70-х годов прошлого века. В 2001 году акции предприятия приобрела кондитерская корпорация "ROSHEN", здесь проведена масштабная модернизация. С 2004 по 2011 годы в развитие производства инвестировано 3,8 млрд. рублей. В настоящее время липецкая фабрика - в пятерке основных производителей кондитерских изделий страны.

Ознакомившись с продукцией, Николай Федоров заинтересовался долей украинского сырья, используемого при производстве конфет. Заместитель гендиректора сообщил, что она составляет лишь 5 %. "Расширение производства на кондитерской фабрике стимулирует липецкие сельхозпредприятия увеличивать объемы производства сахара и молока", - отметил глава региона Олег Королев.



**Для справки:** Название компании: *Кондитерская корпорация ROSHEN (Рошен)* Адрес: 03039, Украина, Киев, ул. Науки, 1 Вид деятельности: *Кондитерская промышленность* Телефоны: (044)5314664 (044)5314669 E-Mail: [roshen@roshen.com.ua](mailto:roshen@roshen.com.ua) Web: <http://www.roshen.ua> Руководитель: *Меланич Александр, генеральный директор; Вовчановский Евгений Иванович, директор по развитию* (Администрация Липецкой области 13.12.13)

### "Волжский Пекарь" запустил новую линию глазировки тортов и пирожных.

В преддверие Нового 2014 года на "Волжском Пекаре" начала работу новая автоматизированная линия по глазировке кондитерских изделий.

Результатом ее применения является ровный, гладкий слой шоколада и идеальный графический рисунок на поверхности тортов и пирожных.

**Для справки:** Название компании: *Волжский пекарь, ОАО* Адрес: 170034, Россия, Тверь, пр-д Дарвина, 5 Вид деятельности: *Мучная и хлебопекарная промышленность* Телефоны: (8800)1002123 (4822)422123 Факсы: (4822)424657 E-Mail: [Info-vp@volpek.ru](mailto:Info-vp@volpek.ru) Web: <http://www.vpekar.ru> Руководитель: *Корниенко Лилия Нигматулловна, генеральный директор* (Candy.net.ru 15.12.13)



### В Кинешме (Ивановская область) расширяется "сладкое производство".

Владелец кондитерской планирует выстроить новое административное здание для своего предприятия.

Строительство административно-офисного здания общей площадью 600 квадратных метров развернется на Кирпичной улице в районе "Томны". Расширять свои владения и создать современное административно-офисное здание для размещения административно-управленческого персонала решил индивидуальный предприниматель Аракелян Ашот Мишикович, владеющий предприятием по производству кондитерских изделий.

- В старом здании, где сейчас находятся цеха после расширения производства уже не хватает места для административного персонала, - как рассказывает сам Ашот Мишикович.

Предприниматель обещает заняться благоустройством прилегающей к новому зданию территории. Общая стоимость проекта – 10 миллионов 100 тысяч рублей, период реализации 2 года, планируемое создание новых рабочих мест – 17, без учета сторонних арендаторов, со средней заработной платой 16 тысяч 752 рублей;

Учитывая вышеизложенное, администрация города считает реализацию рассматриваемого инвестиционного проекта целесообразной, и окажет инвестору муниципальную поддержку в форме организационного содействия в предоставлении земельного участка площадью 1 500 кв. м. в аренду на 3 года. (Kineshemec.RU 16.12.13)



### Кондитерская фабрика "Русский бисквит" запустила новую линию по производству маффинов.

По словам руководителей компании "Русский бисквит", новый проект - часть программы технического перевооружения. Для его реализации привлечен кредит. Общая сумма инвестиций составила более 100 миллионов рублей. В результате объем выпуска продукции увеличен более чем вдвое. С выходом на проектную мощность он составит до 400 тонн в месяц. Символическую кнопку запуска линии нажали младший сын директора фабрики и мэр Череповца.



Максим Юганов, генеральный директор предприятия: Это так называемые маффины, которые мы знаем из сети быстрого питания. Они представлены на российском рынке достаточно давно. Мы хотим предложить рынку и этот продукт.

Михаил Прудников, начальник отдела банка: То оборудование, которое было профинансировано за счет кредита, даст компании дополнительное преимущество, чтобы укрепить позиции на рынке. А нам как банку всегда приятно работать с партнером, который уверенно стоит на ногах.

Михаил Добряков, менеджер по продажам технологического оборудования: Мы подобрали оборудование под задачи предприятия. Это в основном европейские и достаточно именитые поставщики. Все оборудование новое.

Как пояснил portalу Gorodche.ru директор по развитию предприятия Сергей Матюшев, новая линия даст и новые продукты:

- Это будет выпечная продукция. Какая - пока озвучивать рано. Кондитерские вкусы достаточно консервативны, длительное время продукты не меняются. Но иногда появляется свежий взгляд на уже традиционные изделия.

Красную ленточку перерезали мэр Юрий Кузин и гендиректор предприятия Максим Юганов. Глава города попробовал свежее испеченный кекс. Угостили и прессу.

Юрий Кузин, мэр Череповца: Череповецкие предприятия пищевой промышленности развиваются, даже в очень непростых экономических условиях вкладывают в развитие производства, расширение ассортимента. И очень четко понимают потребности рынка, то есть производят не то, что потом каким-то образом будут продавать, а понимают свою нишу, оценивают рынок, ищут новинки, которые были бы конкурентоспособны.

Как поясняет руководство предприятия, с пуском новой линии не планируется увеличивать численность персонала. А вот налоговые поступления в бюджеты всех уровней, скорее всего, возрастут, поскольку объем продаж должен увеличиться. Тем более что сегодня череповецкая кондитерская продукция востребована далеко за пределами Вологодской области: ее хорошо покупают в странах ближнего и дальнего зарубежья.

**Для справки:** Название компании: *Русский Бисквит, ЗАО* Адрес: 162622, Россия, Вологодская обл, Череповец, ул.Карла Маркса, 25 Вид деятельности: *Кондитерская промышленность* Телефоны: (495)6464939 (495)6612745 (8202)552282 (8202)554524 E-Mail: [info@rusbiscuit.ru](mailto:info@rusbiscuit.ru) Web: <http://www.rusbiscuit.ru> Руководитель: *Юганов Максим Анатольевич, ген.директор* (Candynet.ru 11.12.13)

### Министр сельского хозяйства посетил Липецкую область. "Российская газета". 13 декабря 2013

Министр сельского хозяйства Николай Федоров посетил с рабочей поездкой Липецкую область. Здесь он побывал на кондитерской фабрике "Рошен", оценил качество выпускаемой продукции на Боринском сахарном заводе и провел с липецкими аграриями совещание, посвященное итогам работы отрасли растениеводства в 2013 году и задачам на следующий год.



Первым пунктом маршрута делегации стала кондитерская фабрика "Рошен". Липецкая фабрика входит в пятерку основных производителей кондитерских изделий страны, и как рассказал заместитель генерального директора ЛКФ "Рошен" Олег Казаков, сегодня компания вырабатывает 30 процентов карамели от общероссийского объема, а общая мощность фабрики составляет около 140 тысяч тонн кондитерских изделий в год. Реализация крупномасштабного инвестиционного проекта в 2015 году позволит предприятию войти в тройку крупнейших производителей кондитерских изделий России, увеличив объем производства до 400 тысяч тонн в год. Продукция будет распространяться по России и Украине.

Один из вопросов Николая Федорова к руководителям "Рошен" касался доли украинского сырья в производстве липецких конфет. Как заверил его Олег Казаков, она составляет лишь 5 процентов. А глава региона Олег Королев отметил, что расширение производства на кондитерской фабрике стимулирует и липецкие сельхозпредприятия на увеличение объемов производства сахара и молока.

Следующим объектом посещения стал Боринский сахарный завод. Построенный еще в середине XIX века и восстановленный после Великой Отечественной войны, предприятие сегодня переживает масштабную реконструкцию. На заводе установлено современное оборудование, автоматизированы технологические процессы. Также начаты работы по строительству жомосушильного комплекса. Сухой гранулированный жом, который во



многих странах используют для отопления помещений, планируется отправлять на европейский рынок. В планах реконструкция схемы очистки оборотного водоснабжения с установкой дополнительного оборудования, что позволит улучшить экологическую обстановку в регионе.

По состоянию на 1 декабря на Боринском сахарном заводе переработано более 215 тысяч тонн свеклы и выработано около 27 тысяч тонн сахара. Еще 13 тысяч тонн сладкой продукции планируется выпустить до конца этого года. После того, как полностью завершится модернизация завода, его мощность вырастит до 3,5 тысяч тонн свеклы в сутки, что почти в два раза выше плановой производительности.

Открывая рабочее совещание, Николай Федоров отметил, что Липецкая область хоть и является лидером по ряду направлений АПК, но останавливаться на достигнутом нельзя. Среди поставленных на будущее задач руководитель Минсельхоза выделил дальнейшее развитие селекции и семеноводства, рациональное использование земель и не допускать нарушений агротехнологий, приводящих к ухудшению структуры почв при использовании минеральных удобрений. Также федеральный министр подчеркнул необходимость поэтапного наращивания мощности действующих элеваторных емкостей и зернохранилищ для увеличения валового сбора зерна и роста его потребления.

Липецкие аграрии в свою очередь поделились с министром сельского хозяйства своими планами и проблемами. Так, по словам заместителя главы администрации Липецкой области Николая Тагинцева, в следующем году к уже развивающимся в регионе направлениям растениеводства добавятся новые - картофель, плоды, овощи в закрытом грунте и грибы. Инвестиционный проект по выращиванию грибов стоимостью в 1,2 миллиарда рублей уже находится в работе. При запуске проекта на полную мощность в Липецкой области предполагается выращивать до шести тысяч тонн шампиньонов.

Липецкие сельхозпроизводители выразили свою тревогу неопределенностью с субсидированием инвестиционных кредитов в АПК. Дело в том, что на субсидирование процентных ставок уже выданных в регионах инвесткредитов необходимо дополнительно почти 35 миллиардов рублей, и было принято решение приостановить субсидирование новых инвестиционных кредитов в АПК до погашения задолженности по ранее выданным займам. Но руководитель Минсельхоза в данном вопросе остался реалистом. Сообщив, что субсидирование новых проектов начнется не ранее, чем в конце 2014 года. Параллельно, по словам Федорова сейчас ведется работа по созданию для АПК специального кредитного института.

А липецкий губернатор предложил Минсельхозу поддержать сельхозкооперацию.

- Сельское хозяйство это не только сектор экономики, это и образ жизни, и мировоззрение, - отметил Олег Королев.  
- Сельское хозяйство - это самые лучшие солдаты, которые защищают нашу Родину. Сельское хозяйство наряду с лесным хозяйством - это 96 процентов нашей территории. Именно сельские труженики по-настоящему обустроивают Россию. И нам, регионам, особенно хочется поработать над достатком людей села, который невозможен без развития кооперации. Это ключевое направление, и откровенно, что мы находим понимание в этом вопросе. Николай Васильевич при поддержке Президента нашей страны уже провел первый съезд кооператоров, готовится второй. Прошу вас также способствовать на правительственном уровне разработать федеральную программу поддержки сельхозкооперации, и разработать механизм финансирования сельской кооперации наравне с регионами.

Николай Федоров эти предложения поддержал на "двести процентов".

**Для справки:** Название компании: *Кондитерская корпорация ROSHEN (Рошен)* Адрес: 03039, Украина, Киев, ул. Науки, 1 Вид деятельности: *Кондитерская промышленность* Телефоны: (044)5314664 (044)5314669 E-Mail: [roshen@roshen.com.ua](mailto:roshen@roshen.com.ua) Web: <http://www.roshen.ua> Руководитель: *Меланич Александр, генеральный директор; Вовчановский Евгений Иванович, директор по развитию* (Российская газета 13.12.13)





## Новости о компании ОАО "Объединенные кондитеры"

### Холдинг "Объединенные кондитеры" вновь принял участие в форуме-выставке "Все плюсы зрелого возраста". Участие в "50+" уже стало доброй традицией кондитеров.

Посетителям выставки были представлены как традиционные кондитерские изделия из ассортимента Холдинга: "Аленка"®, "Вдохновение"®, "Бабаевский"®, так и новинки. Сладкий стенд привлекал участников и гостей выставки своим рождественским декором и создавал настроение праздника, а кондитерские изделия дополняли радостную атмосферу, царившую на выставке.

Гостям мероприятия для дегустации были предложены несколько продуктов торговых марок "Добрый совет"® и "Эко-Ботаника"® из категории "функциональные" – они не содержат сахара.

Посетители стенда подчеркивали оригинальность представленных сладостей, так как в составе большинства из них присутствуют необычные добавки: зеленый чай, имбирь, лайм и другие, удачно компенсирующие отсутствие сахара в продуктах. О достоинствах новых изделий сотрудники компании рассказывали во время презентации на встрече с покупателями. Представители Холдинга отвечали на многочисленные вопросы относительно контроля качества продукции, состава сладостей, истории легендарных фабрик "Красный Октябрь", "РОТ ФРОНТ", Концерна "Бабаевский" и других, входящих в Холдинг.

Гости стенда были впечатлены богатым ассортиментом представленных сладостей и новогодних подарков. И каждый желающий смог вспомнить традиционный вкус любимых изделий и отведать новинки. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 17.12.13)

### "Рот Фронт" взыскал с орловского ИП 40 000 рублей за товарный знак.

9 декабря Арбитражный суд Орловской области вынес решение по иску ОАО "Рот Фронт" к "Вологодскому хлебокомбинату" и орловскому ИП о компенсации в 35 млн рублей за незаконное использование товарного знака.

Орловская предпринимательница торговала кондитерскими изделиями "с использованием наименований, тождественных, а также сходных до степени смешения с зарегистрированными на имя истца товарными знаками", говорится в материалах суда. В частности, в Орле продавались конфеты "Птичье молоко с благодарностью", "Птичье молоко с днем рождения", "Птичье молоко я тебя люблю" и т. д. Производил этих двойников "Вологодский хлебокомбинат". "Рот Фронт", являясь правообладателем товарного знака "Птичье молоко", оценил свой ущерб в 35 млн рублей.

Арбитражный суд нарушение признал. Но искивые требования "Рот Фронта" удовлетворил частично, взыскав с ЗАО "Вологодский хлебокомбинат" в пользу истца 400 тыс. рублей, а с орловской предпринимательницы – 40 тысяч рублей. (Вечерний Орел 13.12.13)

### Суд все-таки поручил липецкому "Рошену" рассчитаться с "Рот Фронтом" за "Ласточку-певунью".

Апелляционный суд отклонил жалобу Липецкой кондитерской фабрики "Рошен" на решение суда первой инстанции, согласно которому компания должна выплатить 212 млн рублей компенсации за незаконное использование ТЗ "Ласточка", принадлежащее столичной кондитерской компании "Рот Фронт", говорится в материалах суда.

Изначально, напомним, требования московской компании составляли около 5 млн рублей. При этом фабрика "Рот Фронт" также требовал пресечь нарушения своих исключительных прав на ТЗ со стороны "Рошена". Однако впоследствии "Рот Фронт" от последних требований отказался, а сумму компенсации увеличил в разы. Это связано с тем, что реализация конфет под ТЗ "Ласточка-певунья", в котором московская компания и усмотрела нарушения, была организована в больших объемах, чем было заявлено изначально. В целом конфеты под этим ТЗ выпускались с марта по декабрь 2010 года.

Апелляционная инстанция после довольно длительного периода рассмотрения жалобы полностью поддержала выводы первой инстанции и отказала "Рошену" в обжаловании судебного акта.

Отметим, что спор двух кондитерских компаний продолжается с весны 2011 года. Тогда арбитраж обязал фабрику "Рошен" прекратить использование товарного знака "Ласточка-певунья" и выплатить концерну "Рот Фронт" за незаконное его использование 33,1 млн рублей. Липецкая кондитерская фабрика обжаловала решение в апелляции, а после – в кассационной инстанции. По мнению кассационной инстанции, предыдущим инстанциям следовало дать оценку доводу липецкой фабрики о том, что этикетки их конфет содержат, помимо ТЗ "Ласточка-певунья", изображение товарного знака Roshen, а также на ней указан завод-изготовитель продукции. Таким образом, кассация не признала обоснованными выводы предыдущих инстанций и вернула дело в первую инстанцию. Там иск "Рот Фронта" уже был удовлетворен в полном объеме.

ОАО ЛКФ "Рошен" (бывшее ОАО "Липецкая кондитерская фабрика "Ликонф", переименовано в марте 2010 года) – одно из ведущих предприятий пищевой промышленности Липецкой области, входит в кондитерскую корпорацию Roshen. Основным акционером является ООО "Центрально-Европейская кондитерская компания" (99,8%). (ABIREG.RU 13.12.13)



**Сормовская кондитерская фабрика поставит новогодние подарки для образовательных учреждений****Нижегород.**

Об этом сообщается на сайте госзаказа.

Аукцион на поставку новогодних подарков для учреждений образования Нижнего Новгорода в 2013 году признан несостоявшимся. Контракт решено подписать с единственным участником аукциона – ЗАО "Сормовская кондитерская фабрика" ? по цене, не превышающей начальную (максимальную) цену контракта: 11 млн 171 тыс. 900 руб.

Количество поставляемых подарков - 111 719 шт. (Ньюс-НН.ру 16.12.13)

**Тамбовские кондитеры получили награды конкурса "100 лучших товаров России - 2013".**

В 2013 году среди победителей конкурса всероссийской программы "100 лучших товаров России" присутствует продукция производителей кондитерских изделий Тамбовской области. Это ОАО Кондитерская фирма "ТАКФ", входящая в холдинг Объединенные кондитеры и индивидуальный предприниматель - Светлана Ларионова. Они смогут нанести на упаковку своих сладостей золотую маркировку конкурса.

Сегодня "100 лучших товаров России" широко известный бренд, предоставляющий стратегически состоятельным организациям и индивидуальным предпринимателям реальные конкурентные преимущества в продвижении на рынки своих лучших товаров. (Candynet.ru 12.12.13)

**Конфетное перемирие. "Ведомости". 11 декабря 2013**

Арбитражный суд Петербурга и Ленобласти вчера прекратил производство по делу о взыскании ОАО "Кондитерский концерн "Бабаевский" (входит в холдинг "Объединенные кондитеры") с ОАО "Оркла брэндс Россия" (российская "дочка" норвежского холдинга Orkla) 54 млн руб. за нарушение использования товарного знака, следует из материалов дела. По данным суда, компании подали ходатайства о мировом соглашении.

Суд утвердил мировое соглашение, подтвердила пресс-служба "Орклы", отказавшись от дальнейших комментариев. Холдинг "Объединенные кондитеры" на запрос "Ведомостей" не ответил.

В феврале 2013 г. "Бабаевский" подал в Арбитражный суд Москвы иск к "Оркла" с аналогичными требованиями за реализацию конфет "Крупский буревестник". Он привел результаты социологического исследования, говорящего о сходстве до степени смешения этой марки с его собственным брендом — "Буревестник". По ходатайству "Орклы" суд перенес рассмотрение дела в петербургский арбитраж. По данным Роспатента, "Бабаевскому" принадлежат права на два товарных знака "Буревестник", которые различаются лишь графическим оформлением. Оба зарегистрированы по 30-му классу МКТУ, который включает производство кондитерских изделий, бисквитов, вафель, карамели, конфет и др. Регистрация знаков заканчивается в мае 2016 г., и в июле 2021 г. знак "Крупский буревестник" в базе Роспатента не зарегистрирован.

"Бабаевский" через суд требовал раскрыть объем производства и реализации конфет "Крупский буревестник" за 2010-2011 гг., но получил отказ. Истец рассчитал стоимость компенсации как двукратный размер стоимости товара, на котором размещен товарный знак, говорится в материалах суда. Из-за судов с холдингом "Объединенные кондитеры" компании "Оркла" пришлось прекратить производство некоторых сортов конфет, карамели, шоколада на своей фабрике им. Н. К. Крупской, а также отвечать на финансовые претензии, сообщила компания в конце мая.

На сайте суда есть исковое требование ОАО "Рот Фронт"(входит в холдинг "Объединенные кондитеры") о взыскании 124 млн руб. с "Оркла брэндс Россия" за использование товарного знака "Крупская ласточка". От компаний есть ходатайства о мировом соглашении, следует из материалов суда.

Старые советские товарные знаки размываются в глазах потребителей из-за судебных разбирательств, у компаний падают продажи, считает директор петербургского офиса "Городисский и партнеры" Виктор Станковский. По его словам, компании могли заключить соглашение, разграничивающее регионы производства и бренды, или обменяться кросс-лицензиями на производство продуктов.

**ОАО "Оркла брэндс Россия"**

Кондитерская компания

Акционеры: шведская Procordia Food AB, входящая в концерн Orkla (100%).

Финансовые показатели (2012 г.):

выручка — 9,3 млрд руб.,

чистый убыток — 1 млрд руб.

Производство продукции (2012 г.) — 55 186 т. (Ведомости 11.12.13)



## Новости прочих компаний

### **"Нестле Россия": В муниципальном общеобразовательном учреждении средней общеобразовательной школе №36 города Ярославля состоялся открытый урок в рамках детской образовательной программы "Разговор о правильном питании".**

В муниципальном общеобразовательном учреждении средней общеобразовательной школе №36 города Ярославля состоялся открытый урок в рамках детской образовательной программы "Разговор о правильном питании". Во время урока, который проходил в игровой занимательной форме, ученики начальных классов познакомились с основами здорового рациона и правилами поведения за столом.

В пресс-брифинге на тему: "Образование детей в области правильного питания", состоявшемся после открытого урока, приняли участие: Лилия Викторовна Жаворонкова, заместитель руководителя отдела общего и дополнительного образования Департамента образования Ярославской области, Галина Валентиновна Матвеева, консультант отдела охраны здоровья женщин и детей Департамента здравоохранения и фармации Ярославской области, Ирина Юрьевна Яланузян, заведующая пищевой лабораторией Департамента образования Ярославской области, Галина Овсеповна Рощина, заведующая кафедрой укрепления и сохранения здоровья участников образовательного процесса ГОАУ ЯО "Институт развития образования", Александра Германовна Макеева, старший научный сотрудник Института возрастной физиологии РАО, руководитель проекта "Разговор о правильном питании", а также Елена Дмитриевна Якунина, менеджер по внешним корпоративным коммуникациям "Нестле Россия".

"Разговор о правильном питании" – уникальная образовательная программа для детей, основная цель которой – формирование у детей культуры питания как составляющей здорового образа жизни. Разработка программы была осуществлена по инициативе компании "Нестле Россия" Институтом возрастной физиологии Российской академии образования – ведущим научным учреждением России, занимающимся вопросами развития детского организма, сохранения и укрепления здоровья подрастающего поколения. Руководитель авторского коллектива – директор Института, академик Российской академии образования Российской Федерации Марьяна Михайловна Безруких. Реализация программы осуществляется при поддержке Министерства образования и науки РФ.

Программа работает в школах и детских садах России с 1999 года. Ежегодно в ней принимает участие более 850 000 школьников в возрасте от 6 до 14 лет. Участниками программы стали уже 5 500 000 детей и подростков из 48 регионов России.

Ярославская область присоединилась к программе в 2011 году. Программа реализуется в Ярославле с 2011 года в рамках деятельности Регионального ресурсного центра по формированию культуры здорового и безопасного образа жизни ГОАУ ЯО "Институт развития образования" (РРЦ) во всех муниципальных районах Ярославской области. Более 30 000 учащихся начальной школы обучаются в рамках данной программы.

В рамках программы дети в занимательной форме знакомятся с правилами рационального питания, узнают о свойствах различных продуктов, учатся соблюдать режим питания и правила гигиены. Как показывают результаты внедрения, обучение по программе действительно способствует формированию у школьников полезных навыков и привычек – ребята начинают отдавать предпочтения полезным блюдам и продуктам, регулярно питаться, соблюдать правила этикета.

"Ярославская область участвует в "Разговоре о правильном питании" с 2011 года. Мы благодарны разработчикам данной программы, которая прекрасно "встроилась" в систему нашего образования и позволила научить огромное количество детей питаться правильно. На сегодняшний день по методическим пособиям программы работает около 5 000 учителей и более 30 000 детей, которые с удовольствием принимают участие в данном проекте" - сказала Лилия Викторовна Жаворонкова, заместитель руководителя общего и дополнительного образования Департамента образования Ярославской области.

"Разговор о правильном питании" – пример эффективного сотрудничества науки, власти и бизнеса. Постоянная поддержка со стороны компании "Нестле Россия" – важное условие эффективной работы и развития проекта. Благодаря такой поддержке с каждым годом увеличивается число школьников, которые смогли освоить правила здорового питания. Таким образом, компания вносит свой вклад в решение серьезной социальной задачи – воспитания здорового поколения", – подчеркнула Александра Германовна Макеева, руководитель проекта "Разговор о правильном питании", старший научный сотрудник Института возрастной физиологии РАО. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 12.12.13)

### **"Нестле Россия" пытается приватизировать ведущую к шоколадной фабрике железнодорожную ветку.**

ООО "Нестле Россия" пытается получить права на железнодорожные пути на своей производственной площадке. Железнодорожные пути, обслуживающие шоколадную фабрику "Россия", были проложены одновременно со строительством предприятия в 1969 году. Но после того как ОАО "Кондитерское объединение "Россия", которому принадлежала фабрика, перешло под контроль швейцарской группы "Нестле", земли путей остались у другого собственника, а фабрика их арендовала.



Кто именно выступал их владельцем, выяснить не удалось. Теперь фабрика пытается получить право собственности на пути. Соответствующий иск зарегистрирован недавно в самарском арбитраже. Как следует из судебного документа, ООО "Нестле Россия" претендует на два участка путей - протяженностью 3705 м и 781 м.

Как пояснили в пресс-службе самарского филиала "Нестле", ветка используется для поставки сырья. "Ранее данную ветку филиал использовал на правах аренды. После того как железнодорожная ветка лишилась собственника, для осуществления своей операционной деятельности фабрика инициировала процедуру регистрации права собственности, согласовав действия с РЖД. Однако в регистрации был получен отказ, в связи с чем ООО "Нестле Россия" подало иск в арбитражный суд", - прокомментировали в пресс-службе.

Этот иск был оставлен без движения до 12 декабря из-за отсутствия доказательств оплаты компанией "Нестле" госпошлины. Каким образом было утрачено право собственности и у кого компания арендовала ветку, в "Нестле" пояснять не стали.

Согласно данным публичной кадастровой карты, пути были поставлены на кадастровый учет как объект капитального строительства лишь в мае 2013 г., кем именно - не уточняется. (Волга Ньюс 12.12.13)

### **Depot WPF разработал дизайн упаковки мармелада "Бон Пари Jumble".**



Брендинговое агентство "Depot WPF" разработало дизайн упаковки жевательного мармелада "БОН ПАРИ® JUMBLE" для компании "Nestle".

Проект стал одним из победителей Nestle Russia Packaging Award — 2013. (Unipack.ru 11.12.13)

### **По итогам Всероссийского конкурса "100 лучших товаров России" лауреатами и дипломантами стали 7 видов продукции ЗАО БКК "Коломенский".**

"Победителем федерального этапа конкурса "100 лучших товаров России" стала продукция:

1. Торты вафельные: "Шоколадница" Лауреат Программы
2. Торты вафельные: "Мое обожание" - Лауреат Программы
3. Вафли тм "Коломенское": "Каприччио с шоколадной начинкой", "Сливочные традиционные", "Топленое молоко" -Дипломант Программы
4. Изделия хлебобулочные "Хлеба Скандинавии": "Норвежский", "Шведский", "Датский" - Дипломант Программы
5. Изделия сдобные: Ромовая баба тм "Мастер Пирогов", "Маффины" тм "Десертайм" - Дипломант Программы
6. Изделие сдобное: слойка с начинкой тм "Мастер Пирогов" - Дипломант Программы
7. Изделие сдобное: пирог "Свитрол" тм "Десертайм" -Дипломант Программы.

По итогам федерального этапа предприятия-финалисты награждаются почетными дипломами и получают право маркировать свою продукцию золотым или серебряным логотипом "100 лучших товаров России". (INFOline, ИА (по материалам компании) 11.12.13)

### **"Кондитерская фабрика "Пермская" за 2012 год получила прибыль в 9,37 млн. руб.**

Чистая прибыль ОАО "Кондитерская фабрика "Пермская" за 2012 год по РСБУ выросла в 17,77 раза, достигнув 9,37 млн. руб. Об этом сообщает компания.

Продажи компании "Кондитерская фабрика "Пермская" повысились за 2012 год и составили 633,94 млн. руб. по сравнению с прошлогодним показателем в 588,47 млн. руб. Коммерческие расходы за отчетный составили 54,59 млн. руб., управленческие расходы выросли на 3,56% до 36,30 млн. руб.

Прибыль от продаж составила 81,43 млн. руб.

Основным видом деятельности ОАО "Кондитерская фабрика "Пермская" (ИНН - 5902181019) является деятельность агентов по оптовой торговле пищевыми продуктами. Уставный капитал компании на конец 2011 года - 5 932,00 тыс. руб. (состоит из 148300 обыкновенных акций номиналом 40,00 руб.). Основным акционером компании является ООО "Уралконсалт" (36,35%). (konditer.com 15.12.13)



**Группа компаний «ГУД-ФУД» представляет новую линейку в ассортименте ТМ «Виваль» - Миндальные конфеты.**

Новый продукт является результатом удачного сочетания европейских традиций и предпочтений российских потребителей, вследствие чего родились совершенно новые, уникальные вкусовые композиции. Миндальные конфеты представляют собой сочетание нежной прослойки миндально-марципановой массы, сочной фруктово-ягодной начинки и темного шоколада. Для начинок конфет были выбраны популярные кондитерские вкусы – лимон и черная смородина. Высокое содержание натуральных фруктовых ингредиентов делает данный продукт более полезным по сравнению с традиционными шоколадными конфетами. Новинка придется по вкусу ценителям натуральных сладостей и поклонникам марципана.



Миндальные конфеты от ТМ "Виваль" представлены в сегменте "средний плюс". Группа компаний "ГУД-ФУД" видит большие перспективы по развитию данной линейки в связи с растущим спросом на марципановые конфеты и отсутствием аналогичных предложений в среднем сегменте рынка.

В ближайшее время миндальные конфеты появятся в магазинах. Запуск новой линейки будет поддерживаться проведением дегустаций и семплинга продукции в торговых точках. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 16.12.13)

**"КДВ-групп" впервые выпустила коллекцию новогодних подарков под единым брендом Яшкино.**

Компания "КДВ-групп", российский производитель кондитерских изделий, к новогодним торжествам выпустила в два раза больше сладких подарков, чем за аналогичный период прошлого года.

Новогодняя коллекция уже представлена в многочисленных торговых точках России и стран ближнего зарубежья. Помимо этого новогодние презенты отправлены на 50 предприятий и организаций страны. Подарки предназначены для детей сотрудников, которые остановили свой выбор именно на сладких наборах "КДВ-групп".

Формирование и реализация новогодних подарков "КДВ-групп" - одно из профильных направлений производителя. В течение 2013 года творческая группа компании целенаправленно занималась разработкой будущей новогодней коллекции.

В итоге "КДВ-групп" выпустила тематическую линейку "Город мастеров". У коллекции единый бренд – Яшкино (ООО "КДВ-Яшкино Кемеровская область – одно из предприятий Холдинга "КДВ").

Каждый набор – это удобная упаковка (жест, картон, подарочные пакеты, текстиль в виде мягкой игрушки). Внутри сладости: наборы отличаются по весу – от 400 гр. до 1,5 кг. (Unipack.ru 11.12.13)

**КДВ Групп переименовала популярные конфеты "Красной Звезды".**

Руководствуясь бизнес-этикой и в то же время защищая любимую томичами "Тетушку-метелицу", новые собственники кондитерской фабрики "Красная Звезда" разработали для этих конфет собственную торговую марку. С ноября 2013 года это "Зимние затеи" - конфета с прежним вкусом, в обновленной обертке и с юридическим иммунитетом.

Пока переименованная "Тетушка-метелица" редко попадает к покупателям: торговые точки еще реализуют продукцию предыдущих партий, однако в ряде магазинов конфеты с обновленным внешним видом уже привлекли внимание потребителей.

Н.Попова, руководитель отдела маркетинга "КДВ Групп": "Вкус конфеты, а также этикет остались прежними. Изменилось только название - теперь это "Зимние затеи" - торговая марка, которую зарегистрировала наша компания".

Половину выпускаемого объема "Зимних затей" потребляют жители СФО, ровно столько же оставшая часть России. О том, что "Тетушка-метелицу" ждут перемены, стало известно еще весной 2013 года, когда компания "КДВ Групп" приобрела кондитерскую фабрику "Красная звезда". Тогда впервые публично прозвучало, что торговая марка советских времен "Метелица" принадлежит (зарегистрирована как собственный бренд) российскому концерну "Объединенные кондитеры" (в составе предприятия - "Красный Октябрь", "Рот-фронт", "Бабаевский").

За последние несколько лет "Объединенные кондитеры" зарегистрировали на себя большинство товарных знаков, знакомых покупателям с советских времен, впоследствии через суды лишали других участников рынка прав на





популярные бренды. В сладкой битве концерн уже отвоевал такие народные марки, как "Ласточка", "Буревестник", "Барбарис", "Маска", "Пилот".

Помимо этого концерн вполне успешно ведет борьбу и за названия, сходные по степени смешения: такие как "Ласточка певунья" и "Тетушка-метелица" как раз из этого числа. (Candynet.ru 10.12.13)

**Кондитерская фабрика "Виктория" возобновляет производство сладких кукурузных палочек, которое было прекращено почти десять лет назад.**

Такое решение принято предприятием на основе тщательного изучения предпочтений потребителей на рынке Юга России и после консультаций с рядом ключевых оптовых клиентов.

Как считают в отделе маркетинга "Виктории", преобладающая доля любителей сладкого -достаточно традиционна в своих пристрастиях. Несмотря на большое количество появляющихся на рынке новинок, регулярное потребление кондитерских изделий зачастую приходится на ограниченный круг привычных продуктов, к которым, несомненно, относятся и кукурузные палочки.

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

По словам руководителя предприятия Сергея Триандофилиди, у "Виктории" получился продукт, который своим вкусом буквально возвращает нас в детство. Кукурузные палочки изготавливаются по традиционному рецепту, куда входят лишь сахарная пудра, подсолнечное масло и смесь из 3-х видов кукурузной крупы. Никаких добавок и ароматизаторов! "Однако, - признается г-н Триандофилиди, - несмотря на кажущуюся простоту, производство имеет определенные сложности, с которыми компания успешно справилась. Решены вопросы поставки сырья необходимого качества. Оно преимущественно местного происхождения, с Кубани и Ставрополя. Достигнута оптимальная мелкозернистая структура палочек, которая вместе с замечательной хрусткостью и воздушностью дает эффект настоящего "таяния" во рту".

Кукурузные палочки вошли в группу продуктов под зонтичным брендом "Выбери меня". В настоящее время существует всего один вид фасовки – яркий полипропиленовый пакет на 100 г. Не исключено, что в будущем ассортимент по весу будет расширен. Первые партии сладких палочек уже отгружены в торговые точки Краснодарского края и другие населенные пункты Юга России. (Unipack.ru 13.12.13)

**Кондитерская фабрика "Ламзурь" получила высокие награды за качество продукции.**

В конце ноября в Саранске состоялось торжественное собрание, посвященное Всемирному дню качества. На нем были вручены награды победителям конкурсов "100 лучших товаров России" и "Лучшие товары Мордовии". Награды вручал лично глава Республики Мордовия Владимир Дмитриевич Волков. За выдающиеся успехи Конфетная Фабрика "Ламзурь" получила почетный приз "Лидер качества Республики Мордовия".

Конечно же, в честь праздника была проведена выставкадегустация продукции фабрики, где каждый желающий мог полакомиться вкусными сладостями от "Ламзурь". (Candynet.ru 11.12.13)

**Новый медовый продукт "Женская логика" появился на прилавках магазинов Алтайского края.**

Один из крупнейших производителей оздоравливающей продукции в регионе – группа компаний "Алтай-Старовер" запустила производство уникального продукта, основу которого составляет знаменитый алтайский мёд. Новый эксклюзивный продукт носит название "Женская логика". Он входит в линейку крем-мёда "Лакомство", сообщает управление Алтайского края по пищевой, перерабатывающей, фармацевтической промышленности и биотехнологиям.

"Мёд - один из наших самых любимых и самых удивительных продуктов. А что такое женская логика? Это интуиция и искренние добрые чувства, которые бывают выше всякого разума. Так и в этот крем-мёд мы вложили самые душевные пожелания здоровья и постарались для этой цели составить наиболее гармоничное сочетание", – отмечает руководитель компании "Алтай-Старовер" Александр Холмогоров.

Главные компоненты нового лакомства - натуральные продукты: специально отобранный алтайский мед нового урожая, целебный прополис, зеленый чай и лимон. Все продукты проходят щадящую бережную обработку, после которой и получается крем-мед "Женская логика".







Продукт имеет тающую текстуру и удивительный вкус. Лакомство является также прекрасным биостимулятором, источником энергии, отличным помощником в профилактике простудных заболеваний.

Линейку крем-мёда "Лакомство" дополняют еще четыре наименования продукции: "Арабика" с кофе и цикорием, "Ореховый бум" с пятью видами орехов, "Кедрач" с кедровым орехом и красным корнем и "Экзотика" с вареной сгущенкой, какао и кофе.

"Женскую логику", а также широкий ассортимент оздоравливающей продукции доступны в сети фирменных магазинов "Алтай-Старовер" в баночках объемом 350 грамм. (Официальный сайт Алтайского края 11.12.13)

### **ОАО "Пермхлеб" значительно сократило прибыль в 2012 году.**

В 2012 году продажи ОАО "Пермхлеб" сократились и составили 70,51 млн. руб. по сравнению с прошлогодним показателем в 178,29 млн. руб. Об этом свидетельствуют материалы компании.

Себестоимость продукции за отчетный составила 31,51 млн. руб. "Пермхлеб" за 2012 год получил чистую прибыль в 28,70 млн. руб., что на 38,77% меньше показателя за аналогичный период прошлого года.

Основным видом деятельности ОАО "Пермхлеб" является производство хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения. Уставный капитал компании на конец 4 квартала 2011 года - 1 921,06 тыс. руб. (состоит из 1921062 обыкновенных акций номиналом 1,00 руб.). Основные акционеры компании: ООО "Грин-консалт" (19%), ООО "Мегаполис-Р" (24,89%), ООО "Лист-В" (19%), ООО "ТрансГлобал" (19%), ООО "МегаСтройПроект" (18,11%). (Candynet.ru 12.12.13)

### **ООО "Курское молоко" презентовало курянам новую продукцию.**

ООО "Курское молоко" непрерывно наращивает объемы производства и ассортимент продукции. В апреле этого года здесь открылась новая производственная линия. Высокопроизводительное оборудование ведущих европейских компаний позволило предприятию стать одним из региональных лидеров в молокоперерабатывающей сфере. В этом году "Курское молоко" выпустило на рынок новую линейку товаров. В частности, масло с пониженной 50%-ной жирностью "Куряночка". Оно полезно для здоровья и его уже высоко оценили эксперты. На выставке-ярмарке "Новогодняя сказка" оно получило специальный диплом

Курское молоко

- Первым звоночком, чтобы наше масло удостоилось такой награды, стало признание его на маслodelьной конференции в Угличе. после чего наши технологи продолжали совершенствоваться. Мы проводили дегустации. В итоге выставили этот продукт на конкурс и получили диплом, — поясняет руководитель отдела маркетинга ООО "Курское Молоко" Олег Павлов.

Еще одна новинка, к производству которой предприятие приступило в этом году – это зефир в шоколаде.

- У нас появилась новинка торговой марки "Le plaisir". Этот зефир на рынке только две недели, отзывы самые положительные, — говорит Олег Павлов.

Воздушный и нежный зефир куряне с удовольствием дегустировали на ярмарке "Новогодняя сказка".

- Вкусно, и шоколад чувствуется, натуральность, и начинка очень вкусная, — хвалит новый зефир одна из посетительниц ярмарки.

Новый зефир "Le plaisir" уже можно приобрести в магазинах крупных торговых сетей.

- Продажи потихоньку набирают обороты. Надеемся, что в 2014 году мы завоюем как минимум 30 процентов кондитерского рынка в сегменте зефиров, — делает прогноз руководитель отдела маркетинга ООО "Курское Молоко".

Спектр вкусной и полезной продукции, выпускающейся на ООО "Курское молоко", чрезвычайно широк – это и молоко, и кефир, и сметана, и плавленые сыры, и кондитерские изделия, и творог...

- Вкусный творог! Понравился, очень вкусный! — убедительно заявляет одна из курянок.

Продукция курского предприятия востребована не только в регионе. География поставок весьма широка – это все регионы Центральной России, Поволжье, регионы Северо-Запада страны... Так что уходящий 2013 год на ООО "Курское молоко" провожают с гордостью. Планов на будущее также громадье. Здесь планируют приступить к производству абсолютно новой линейки продукции.

- Мы хотим выпустить функциональную линейку молочных продуктов, обогащенных витаминами и пребиотиками, для здорового питания. Также у нас планируется выпуск сокодержателющих молочных продуктов на основе молочной сыворотки и сока, — делится планами на будущее руководство предприятия.

Если же говорить о секрете успеха ООО "Курское молоко", то он прост. "Всегда с любовью", — таков девиз предприятия. А изготовленная с любовью продукция всегда бывает и вкуснее, и полезнее. (46tv.ru) (16.12.13)

### **Барнаульские кондитеры перешли на круглосуточный режим работы.**

Помощники Деда Мороза работают и в Барнауле. Одна из кондитерских фабрик перешла на круглосуточный режим работы для сбора новогодних подарков.

Подарки собирают для 107,5 тыс. школьников. Сладости упаковывают в специальные коробки, оформленные в стиле сочинской Олимпиады. В каждой коробке по 48 конфет - помадка, желейка, батончик, бисквит, ни одна не



повторяется. К Новому году технологи разработали новинку - суфле "Вариация" на основе суфле и бисквита. Школьники станут её первыми дегустаторами.

Подарки получают отличники на Губернаторской елке, школьники в детских домах и больницах. Олимпийские подарки школьники получают совсем скоро, уже 23 декабря в Барнауле откроется Губернаторская елка. (katun24.ru) ([Dragonsart.ru](http://Dragonsart.ru) 11.12.13)

### **Ноябрьская торговая неделя в Екатеринбурге. "Продуктовый бизнес". № 11 2013**

О качестве и не только дискутировали всю неделю в уральской столице. О том, как это трудно и дорого, как это важно и необходимо, особенно в розничной торговле и особенно сегодня.

В Екатеринбурге завершила работу Ноябрьская торговая неделя, уникальное в своём роде мероприятие для руководителей и владельцев розничных сетей, производителей и поставщиков товаров, представителей малого бизнеса и отраслевых союзов. Организаторами традиционно выступили Министерство агропромышленного комплекса Свердловской области совместно с B2B Conference Group (BBCG, Москва) и Федерацией корпоративного консультирования.

Программа мероприятий, проводимых в рамках торговой недели, была достаточно насыщенной.

Фестиваль качества

Одиннадцатого ноября стартовал десятый ежегодный Фестиваль качества хлеба, хлебобулочных, кондитерских изделий и тортов. На конкурс было выставлено около 80 образцов как традиционной продукции, так и новинок от местных и региональных производителей. Экспертам пришлось учитывать практически все органолептические показатели образцов: консистенцию, цвет, вкус, запах, внешний вид, у пирожного и вафель — вид в изломе и качество начинки. Но квалифицированный состав жюри определил?таки лучшую продукцию!

Дипломы I степени получили хлеб из пшеничной муки "Риталио" (ОАО "Первый хлебокомбинат", Челябинск), хлеб из муки смешанной валки "Уральский новый" ("Первый хлебокомбинат", Челябинск), "Ароматный" (ООО "Полевской хлеб", Свердловская область) и "Ржаное чудо" (ОАО "Хлеб", Новоуральск). А также батон йодированный "Фёдоровский" с отрубями ("Первый хлебокомбинат", Челябинск), сдоба "Александровская" с маком (ООО "Вира-95") и булочка "Фишка" (ОАО "Режевской хлебокомбинат").

Первой среди пирогов стала кулебяка с капустой (ИП Кулбаев И. А., Полевской), опередив пироги с картошкой и салом, с овощами и сёмгой и даже мусуном! А среди бисквитных тортов и пирожных лидировал торт "Магия" (Сысертский хлебокомбинат ООО "Объединение „Уральский хлеб“"). Звания лучших удостоились сухари "Осенние" (ООО "Полевской хлеб"), пряники "Шоколадные" (Сысертский хлебокомбинат ООО "Объединение „Уральский хлеб“") и самое разно-образное печенье: творожное сдобное от Режевского хлебокомбината, печенье сахарное "К кофе", "Фенечки", затяжное "Далматово" производства ООО "Фабрика печенья" (Ялуторовск) и печенье "Нежные сливки" от кондитерской фабрики "Демидовская забава" (ООО "Лигас", Челябинск).

Первое место было присуждено и образцам продукции "Фокаччо" (Верхнепышминский хлебокомбинат) в номинации "Лепёшки" и "Палочки хлебные молочные" (ООО "Фабрика печенья", Ялуторовск) в номинации "Соломка, хлебные палочки".

Вся продукция, представленная на фестиваль, была удостоена наград и поощрений. Сам фестиваль качества показал, что, несмотря на ряд неблагоприятных условий для развития отрасли, ассортимент хлеба, хлебобулочных и кондитерских изделий год от года обновляется. И это радует!

Фестиваль завершил работу 13 ноября, а на следующий день — 14 ноября — екатеринбургский отель "Московская горка" уже принимал форум первых лиц розничного бизнеса Retail Business- Урал-2013 — ключевое мероприятие Ноябрьской торговой недели

Форум

"Будущее, которое начинается сегодня" — так охарактеризовали два дня работы форума сами организаторы. И действительно — рост рынка розничной торговли сегодня ощутим и требует к себе пристального внимания. Особенно сейчас, когда проблем у предприятий розницы не становится меньше, а покупатели ждут от магазинов в разы больше. Рынок насыщен, потребитель избалован. Что в таком случае делать производителю и продавцу? Только думать и искать новые варианты продвижения продукции. И желательно — совместными усилиями.

Главная цель Ноябрьской торговой недели была заявлена ещё задолго до начала самого мероприятия — повышение эффективности взаимодействия между участниками торгового рынка, исследование покупательского поведения, формирование культуры потребления и в обязательном порядке — обсуждение будущего уральского ритейла.

Форум открылся пленарной сессией "Будущее регионального бизнеса". Гостей приветствовал министр агропромышленного комплекса и продовольствия Свердловской области Михаил Копытов, который поблагодарил всех за участие и выразил надежду, что общение в рамках мероприятия будет полезным и продуктивным для присутствующих. Каким будет регулирование регионального розничного рынка в ближайшие годы, в чём будущее регионального ритейла, "держит ли удар" уральский бизнес и каковы взаимоотношения старых и новых игроков рынка. На эти и другие вопросы участников и журналистов ответили руководители крупнейших сетевых компаний региона и Российской Федерации и представители властных структур города и области.



До начала официального открытия форума гости смогли принять участие в дискуссии экспертов по поводу прогноза динамики продаж: изменится ли потребление продуктов питания, одежды, электроники и прочего в регионе и скажется ли эта ситуация на национальной и мировой экономике?

Форум продолжился рядом сессий для розничных компаний — обсуждали возможности небольших сетей и независимых магазинов, онлайн-торговлю, варианты успешной рекламы для крупных сетей, а также говорили о том, как помочь сетям продавать товар, на что следует обращать внимание при выборе целевой аудитории, что оказывает влияние на совершение покупок и как, в конечном итоге, завоевать покупателя?

В перерыве между работой сессий состоялся небольшой брифинг, на котором министр АПК области Михаил Копытов дал оценку происходящему и подчеркнул, что такие дискуссии помогают двигаться любой отрасли, не только торговли: "В ходе разговоров выясняются плюсы и минусы развития отрасли сегодня, правильно ли мы движемся; есть возможность обменяться мнением, выслушать друг друга, хорошие предложения взять на вооружение и — работать дальше! Свердловская область — один из "локомотивов", который двигает торговлю России, большой оборот только в Москве и Московской области, но там и населения намного больше. А ведь от развития торговли зависит и денежная составляющая и самое главное — условия жизни людей. Торговля — это различные виды деятельности, и отслеживать работу нужно постоянно. Проблем сегодня очень много. Поэтому мы специально и собираем такие совещания, где это всё и обсуждаем".

Двухдневный форум завершил работу. Какими будут результаты — покажет время. (13.12.13)

### **Шоколадный вкус "Победы". "Mirnov.ru". 10 декабря 2013**

Когда-то настоящий горький шоколад был дефицитом - советская промышленность не справлялась с запросами всех сладкоежек страны. Но времена изменились, и теперь полки магазинов буквально завалены самой разнообразной кондитерской продукцией. Как не растеряться среди этого многообразия и выбрать по-настоящему вкусный, а главное - полезный шоколад? За ответом мы отправились на подмосковную кондитерскую фабрику "Победа вкуса", продукция которой никогда не залеживается на полках магазинов, а это значит, что избалованный покупатель безошибочно нашел самый лучший шоколад.

В Егорьевском районе Московской области производят шоколад "Победа", который так полюбился потребителям. На 12 гектарах земли расположились 35 000 кв. м производственных помещений, но даже при таком внушительном производстве сладкая продукция буквально "улетает" - в считанные минуты покупатели расхватывают коробки с шоколадными плитками и конфетами.

Для генерального директора Ольги Муравьевой это лучшее подтверждение того, что предприятие развивается в верном направлении. Слова "творчество" и "качество" здесь звучат постоянно - в этом секрет успеха. Творчество - потому что сотрудники фабрики меньше всего ориентируются на готовые стандарты и шаблоны и все время придумывают самые невероятные продукты. А качество стало не только залогом успеха, но и причиной очень ярких приключений, которые довелось пережить сотрудникам в поисках самого лучшего сырья.

Следуя основному принципу компании "Производство продуктов превосходного качества и исключительного вкуса по реальной стоимости", на фабрике смогли создать продукцию, которая выгодно выделяется среди многообразия на магазинных полках. Главная гордость и продукт-лидер - горький шоколад.

И это не случайно: специалисты в один голос говорят о том, что горький шоколад необыкновенно полезен для здоровья. Доказано, что он восстанавливает силы, стимулирует интеллектуальную деятельность, предотвращает депрессию и улучшает настроение. Энергия, заключенная в горьком шоколаде, заряжает и тонизирует надолго. А все дело в том, что правильный шоколад, изготовленный из качественных какао-бобов и какао-масла, содержит натуральные тонизирующие вещества и антидепрессанты. Какао-бобы - источник триптофана - аминокислоты, необходимой для синтеза серотонина - "гормона счастья". А какао-масло является источником антиоксидантов и аминокислот-кардиопротекторов, которые защищают сердце и сосуды, благотворно влияют на кожу и помогают сохранить здоровье и молодость. Конечно, стоит помнить, что даже самый полезный продукт нужно употреблять в меру: дневная норма потребления горького шоколада - примерно 40 г.

Ассортимент шоколада в магазинах впечатляет, однако далеко не все продукты могут похвастаться достойными характеристиками. Каким же должен быть настоящий шоколад и как нам, покупателям, сделать правильный выбор? На что ориентироваться: на цену, разрекламированную марку или привлекательную упаковку? Об этом нам рассказали на фабрике.

"Некоторые производители кладут в массу вместо какао кору рожкового дерева или жареную виноградную косточку, заменяют какао-масло растительными жирами. Это удобно, недорого, но для нас неприемлемо, - говорит генеральный директор Ольга Муравьева. - С самого начала мы искали прежде всего достойные какао-бобы. Казалось бы, ничего сложного - они растут во многих африканских и азиатских странах, но выбрать самые лучшие оказалось не просто тяжелой, но в прямом смысле слова опасной задачей".

### **СТРАНА ВЕЧНОЙ РАДОСТИ**

Сразу после прилета гостей из России пограничники Республики Кот-д'Ивуар забрали у них паспорта и выдали справки с пятью печатями, что означало - теперь Муравьева и ее коллеги не смогут выехать за пределы столицы. Но чтобы получить лучшие на свете бобы, надо было посетить все фабрики этой страны, где производят сырье для



шоколада. Кондитеры с "Победы" не привыкли сдаваться и в поисках лучшего были готовы пойти на самый отчаянный риск. И через несколько дней небольшой частный самолет с россиянами на борту отправился в уникальное путешествие по стране, которое было наполнено опасностями и неожиданными поворотами и вполне могло бы стать сюжетом для приключенческого фильма. И победа была одержана! Плантации фермеров с Берега Слоновой Кости (так еще называют Кот-д'Ивуар) стали главными поставщиками первосортного какао для фабрики "Победа".

Ольга Муравьева уверена, что сделала самый лучший выбор. Состав местной почвы позволяет растениям выделять алкалоиды, активизирующие в организме человека выработку серотонина - "гормона счастья". Даже воздух здесь обладает чудесными свойствами. "Сразу хочется петь, танцевать и чувствуешь себя как беззаботный подросток", - делится впечатлениями Ольга.

После сбора бобы укладывают под яркое африканское солнце на пальмовые ветки, позволяя напитаться необыкновенной энергией этих мест. И после этого, предварительно обжарив, их везут на производство в Подмоскowie.

Казалось бы, что сложного может быть в обжарке бобов? Их помещают в барабан и обрабатывают при температуре 150-250 градусов. Однако если бобы мелкие и незрелые, то их приходится дольше держать в барабане и сильнее обжаривать. Вкус подгоревших бобов искажается, становится неравномерным. Многие производители пытаются маскировать горечь пережаренных бобов приторной сладостью и добавляют в шоколад чрезмерное количество сахара.

Технологи с фабрики "Победа" сразу решили идти другим путем. Они потребовали от африканских поставщиков особого подхода к обжарке, чтобы сохранить бодрящий аромат, особый вкус и необыкновенную энергетику какао-бобов. Местные производители очень удивились, но рекомендациям заказчиков из России все-таки последовали. Результат оказался потрясающим, и теперь шадящая обработка пользуется среди африканцев огромной популярностью.

"У нас больше 42% сахара нет ни в одном виде шоколада. Добиться этого позволила наша уникальная технология - чем меньше обжарка, тем меньше сахара", - поясняет главный технолог фабрики Татьяна.

Но на "Победе" не ограничились этим. На фабрике разработали эксклюзивную серию шоколада "Победа без сахара", в которой 0% сахара и на 12% меньше калорий. Сахар заменили "медовой травой" стевией - натуральным растительным подсластителем из Южной Америки, который в 250-300 раз слаще обычного сахара и весьма эффективен при борьбе с диабетом, ожирением и гипертонией. Он также содержит растительный пребиотик инулин, нормализующий уровень сахара в крови и жировой обмен, поэтому "Победа без сахара" идеально подходит для полноценной и здоровой жизни.

#### ПОЧЕМУ ШОКОЛАД БЛЕСТИТ И ЗВОНКО ЛОМАЕТСЯ?

С Татьяной мы беседуем и о том, каким должен быть качественный горький шоколад. Она объясняет, что вся нужная информация напечатана на этикетке, поэтому, внимательно изучив прилавки магазинов, любой покупатель имеет все шансы стать начинающим экспертом в этой области.

В состав настоящего горького шоколада входят только какао тертое, какао-масло, сахар и эмульгатор лецитин, обеспечивающий вязкость продукта. При этом, согласно российскому ГОСТу, в горьком шоколаде содержание обжаренного сухого остатка какао должно быть не менее 55%.

Татьяна опять обращается к этикетке, где указано количество какао-масла. По ГОСТу его должно быть не менее 33%, как и в горьком шоколаде "Победа 72%".

Шоколад высокого качества выглядит глянцевым и красиво блестит. Если плитка блеклая и на ней есть сахарный налет, то, скорее всего, она уже долго лежала на складе.

Разламывая плитку, обратите внимание на звук - специфический хруст должен быть четким и ярко выраженным. Это говорит о том, что у продукта однородная структура и качественный состав.

Запах шоколада трудно перепутать, поэтому, если вместо приятного аромата вы почувствовали кисловатый, лучше отложить товар в сторону. Скорее всего он произведен из некачественного сырья.

Каждый год на "Победе" выпускают очередную новинку - вкусную и обязательно полезную для здоровья. На фабрике привыкли удивлять и радовать своего покупателя. Но если рассказать все заранее, то какой же это будет сюрприз? (10.12.13)

#### **Вице-президент Nestle Лоран Фрекс: вести бизнес в России становится все проще. "BFM.RU". 12 декабря 2013**

**Лоран Фрекс считает, что основным плюсом и минусом России является ее огромный размер, но это не мешает ей оставаться приоритетом № 1 для Nestle для развития бизнеса в Европе.**

В Вязниковском районе Владимирской области состоялось открытие новой фабрики Nestle. На торжественную церемонию открытия предприятия, которое стало для компании 13-м в зоне "Россия — Евразия", приехал вице-президент Nestle S.A., глава Nestle в Европе Лоран Фрекс. В беседе в BFM.ru он рассказал об особенностях ведения бизнеса в России, коррупции, проблемах с логистикой и улучшении климата для бизнеса.





**Расскажите, пожалуйста, о стратегии развития Nestle в России. Каковы особенности российского рынка? Возможно, есть какие-то существенные отличия в стратегии развития филиалов в России по сравнению с другими странами и регионами?**

Лоран Фрекс: Если взглянуть на Европу, то отличительной особенностью России, безусловно, является ее размер. Россия — крупнейшая страна Европы по числу населения. По мере экономического развития Россия должна стать крупнейшим потребительским рынком в Европе. Огромные размеры страны создают множество возможностей, однако есть и трудности, например, связанные с логистикой. Для Nestle Россия остается приоритетом №1 для развития бизнеса в Европе.

**Это обстоятельство объясняется размером России и числом потенциальных потребителей в ней или какими-то другими факторами, темпами развития рынка, существующими условиями для бизнеса, например?**

Лоран Фрекс: Дело в размерах страны и количестве возможностей. В России около 140 млн жителей, мы наблюдаем большой рост, активное развитие экономики, инфраструктуры, растущие объемы потребления. Для нашей компании это наилучшие перспективы. В последние годы мы видим, что руководство регионов прикладывает все больше усилий для того, чтобы сделать Россию привлекательной для инвесторов. Климат для бизнеса здесь очень позитивный.

**То есть сейчас заниматься бизнесом в России не так уж трудно?**

Лоран Фрекс: Каждый рынок имеет свои трудности, однако мы видим, что руководство российских регионов прикладывает усилия, чтобы упростить инвесторам жизнь. Я бы сказал, что заниматься бизнесом в России становится все проще и проще.

Посмотрите на нашу фабрику. Это, вероятно, одно из лучших наших предприятий в Европе на сегодняшний день (Лоран Фрекс говорит о фабрике в Вязниковском районе Владимирской области, которая была торжественно открыта 21 октября — BFM.ru). Мы решили открыть ее именно в России. Таким образом, мы имеем, с одной стороны, привлекательность страны, ее возможности, а с другой — решимость использовать эти перспективы. Поэтому существуют все предпосылки для того, чтобы однажды Россия стала нашим крупнейшим рынком в Европе..

**Расскажите, имеются ли в России какие-то привлекательные для покупки активы, или же Nestle сконцентрируется на органическом росте?**

Лоран Фрекс: Нашим приоритетом всегда был органический рост, вложение средств в самостоятельно созданные предприятия. Это не значит, что в такой стране, как Россия, где мы видим так много возможностей, мы не рассматриваем вероятность приобретения активов, если на рынке появится какое-то интересное предложение, соответствующее тому, чем и как мы занимаемся, или способное ускорить наше стратегическое развитие в этот момент. Однако это не основная наша цель. Главной целью остается органический рост и развитие нашего собственного бизнеса, поэтому у нас такая впечатляющая программа развития предприятий в России.

**Какой объем средств Nestle ежегодно вкладывает в Россию?**

Лоран Фрекс: За последние 17 лет работы Nestle в России мы инвестировали 1,5 млрд долларов. В 2012 году темпы инвестиций оставались такими же, как и в предыдущие годы, — мы вложили в российский рынок и несколько проектов, находящихся в разработке, 4 млрд рублей. Мы обсуждали необходимость увеличения производства в некоторых категориях, которая скоро возникнет, так как рынок довольно быстро расширяется. Мы рассматриваем возможность расширения производства в будущем.

**Как Вы оцениваете успехи Nestle в России? Вас устраивает положение компании на рынке?**

Лоран Фрекс: Рынок в России конкурентный и многообещающий. Ритейлеры становятся все более и более организованными, более и более профессиональными. Наши конкуренты видят многообразие возможностей в России так же, как и мы, поэтому они постоянно инвестируют в российский рынок. Рынок становится весьма сложным и конкурентным. Однако мы за последние годы существенно нарастили производственные мощности, в России у нас есть 11 фабрик, очень сильная команда — в российских подразделениях Nestle работают около 10 тысяч человек, очень профессиональных, хорошо подготовленных.

У нас есть бренды, занимающие лидирующее положение в России, и у нас ведущие позиции в большинстве категорий товаров. Благодаря всему этому мы имеем прекрасную возможность преуспеть на российском рынке в долгосрочной перспективе.

**Какие сегменты бизнеса Nestle являются наиболее прибыльными в России?**

Лоран Фрекс: Я бы сказал, что все категории являются по-настоящему прибыльными и делают подразделение Nestle Россия успешным. Наиболее крупной категорией являются кофе и напитки, однако быстрый рост наблюдается и в категории товаров для животных, готовых завтраков и каш, мороженого. Поэтому очень трудно выделить только какую-то одну категорию.

**Если сравнить успехи подразделения Nestle в России с работой компании на похожих рынках, как бы вы их оценили?**

Лоран Фрекс: Если сравнивать со странами Центральной и Восточной Европы, то Россия является нашим крупнейшим рынком в этом регионе из-за своего размера и инвестиций, которые компания в нее вкладывает.

**С какими трудностями Nestle сталкивается при работе в России?**



Лоран Фрекс: Думаю, существуют две основные сложности: во-первых, это опять же размер государства, потому что наладить логистику здесь является непростой задачей. Россия — самая непростая страна для работы с точки зрения обеспечения поставок. Кроме того, логистику осложняет климат. Однако у Nestle очень хорошая сеть распространения продукции и цепь поставок. Благодаря усилиям нашей команды за последние годы качество организации поставок в России приблизилось к высочайшему уровню во всей Европе, а Европа, в свою очередь, по этому показателю является ведущим регионом для Nestle. Это обстоятельство показывает, что при хорошей организации, с соответствующей стратегией и инвестициями, можно хорошо работать и в России.

Кроме того — и это не секрет — бюрократические процедуры иногда бывают довольно сложными. Однако нам удалось наладить связи в тех регионах, где находятся фабрики, выстроить отношения с администрацией. Мы нормально работаем, и открытие нового предприятия в Вязниках является прекрасным примером того, что можно развивать подобные проекты за очень краткий период, не страдая при этом от бюрократии.

#### **А что Вы можете сказать о проблеме коррупции?**

Лоран Фрекс: У нас очень жесткие принципы. Nestle придерживается высоких стандартов, поэтому я верю, что мы более защищены, чем другие компании в этом отношении. Люди знают, что Nestle хочет работать прозрачно и в соответствии с законами. Я не хочу сказать, что мы никогда не сталкивались с подобными проблемами в России и многих других странах, однако меньше, чем другие компании. В таких случаях мы очень ясно даем понять, что не намерены нарушать законодательство.

#### **То есть Nestle удалось найти возможность работать без взяток и нарушений закона, несмотря на то, что это крупная компания, имеющая интересы по всему миру?**

Лоран Фрекс: Да, в этом нет ничего невозможного. Я не говорю, что это легко, но это вполне выполнимая задача. Мне кажется, что для достижения подобного результата самое важное не допускать ни малейшего сомнения в себе. Если принципы компании абсолютно ясны, если все понимают, что сотрудничество происходит только так, а не иначе, то все получится. Есть даже некоторые европейские страны, где мы свернули бизнес, так как отказывались работать на предложенных условиях. Мы работаем в строгом соответствии с законом и придерживаемся этих принципов по всему миру. ([BFM.RU](http://BFM.RU) 12.12.13)

### **Портрет отечественного шоколадного бизнеса: Ирина Эльдарханова, компания "Конфаэль". "Политком.ру". 12 декабря 2013**

Ирина Эльдарханова выбрала для своего бизнеса весьма необычный и совсем нелегкий путь - создавать эксклюзивные шоколадные изделия ручной работы. Клиентами компании "Конфаэль" являются взыскательные гурманы и VIP-персоны, работать с которыми априори не просто. Тем не менее, "Конфаэль" прочно заняла эту нишу и имеет амбициозные планы на будущее. В интервью Центру политических технологий Ирина Эльдарханова рассказала о том, как пришла к идее для своего бизнеса, поделилась мыслями о развитии российского бизнес-сообщества и объяснила, почему не спешит называть себя успешным предпринимателем.

Мне всегда нравилось учиться...

Я родилась в Хабаровске в 1956 году. Мой папа был родом с Урала, службу в армии проходил на Дальнем Востоке, где и познакомился с моей мамой. Её родителей туда сослали из Омска: деда, который был купцом, посчитали кулаком...

Должна сказать, что мне всегда нравилось учиться, поэтому после окончания школы в 1973-м я ни минуты не сомневаясь, что надо продолжать учебу, поступила в Ленинградский институт текстильной и легкой промышленности. После его окончания в 1978 г. я восемь лет работала главным инженером в производственном текстильно-галантерейном объединении. Развал СССР застал меня в должности директора чечено-ингушского оптового предприятия "Росторгодежда" в Грозном.

Днем - инженер, ночью - бухгалтер...

Способности к предпринимательству я почувствовала в себе еще в 18 лет, когда была назначена руководителем студенческого сельхозотряда, но реально попробовала себя в своем собственном деле лет через пять: днем была главным инженером предприятия, а по вечерам шила, вязала и отдавала изделия на рынок на продажу.

Двигаться дальше помогло принятие закона о кооперативах, благодаря чему я в 1990 году организовала семейный кооператив: родственники закупили в Кабардино-Балкарии свитера из козьего пуха и продавали их по всей стране. В налаживании торговых связей оченьгодились мои старые связи. Да и условия в то время были не самые плохие: для первого кооператива брала кредиты под 2 процента годовых без обеспечения. Сама же по ночам вела и бухгалтер, что давало существенную экономию. Помогло то, что меня знали как успешного руководителя. И главное - это поддержка семьи: мужа и его родственников. Муж помогал абсолютно во всем, спал по два-три часа в сутки, рисковал, разезжая по Северному Кавказу с огромными суммами денег...

Одновременно я старалась проявлять все свои предпринимательские способности и на основной работе, стремясь к тому, чтобы и государственное предприятие имело высокую прибыльность. Это давало возможность регулярно выплачивать сотрудникам очень большие по тем временам премии и зарплаты. Кстати, именно за это - за самую высокую зарплату на предприятии - я получила ...выговор от начальника Главка РФ...

Горький опыт сладкого бизнеса...



Следующим шагом стало открытие нового бизнеса после переезда нашей семьи в Москву. Когда в 1994 году в России появились внутренние оффшоры, в том числе зона экономического благоприятствования "Ингушетия", наш таможенный брокер "Ирс" занялся возвратом компаниям - нерезидентам зоны половины денежных сумм, уплаченных как таможенные пошлины. Комиссионные - а они, прямо скажем, были немалые - мы решили вкладывать в импорт продовольствия, в частности, шоколада. Выбор продукта был определен тем, что знакомая из Минторга рекомендовала нам посредника, ввозившего шоколад фурами из Германии. Поскольку я не люблю говорить "нет", ей я сказала: "Давайте попробуем". Вот так в 1995-м мы в первый раз продали этот товар и начался наш "сладкий бизнес".

Для реализации этой партии шоколада - нашего, как бы сейчас сказали, пилотного проекта - мы развернули рекламу, связались с оптовыми рынками. Получилось. Постепенно наладили регулярную поставку: получили вторую, потом третью машину, затем стали ежемесячно получать десятки машин с шоколадными конфетами и плитками из Германии. Бизнес пошел неплохо, и вскоре наша новая фирма "Эликом" уже смогла начать работать напрямую с производителем - германской фирмой "Stollwerk AG", став одним из шести дистрибьюторов ее продукции в России. Кстати, именно этот немецкий гигант в 1997 г. построил фабрику в Покрове Владимирской области, которая через четыре года перешла к американской компании "Kraft Foods".

Но уже в первый год работы дистрибьютором выяснилось, что в нашем статусе не так уж много приятного. В худшие для сбыта шоколада месяцы - июне и июле - нужно было реализовывать 400-600 тонн продукции на условиях предоставления нам месячного товарного кредита. Для справки: в 1996 г. в России было продано 865 500 тонн шоколадных плиток и конфет. Но на практике даже 500 тонн продукции одного производителя в месяц, особенно летом, были для нас значительным объемом. Мы знали, что таких же продаж немцы требовали и от других дистрибьюторов, и те отпускали шоколад дешевле закупочной цены, чтобы хотя бы минимизировать потери. Попытки договориться с коллегами о прекращении демпинга не удалось, и нужно было искать иное решение проблемы. И тогда я задумалась: не попробовать ли себя в роли производителя, т.е. изменить ситуацию в корне? К тому же - к собственному производству шоколада - нас подтолкнули сыновья. Они говорили, что импортный шоколад невкусный, а информация о том, что этот шоколад ест весь Запад, их не убеждала и не заставляла их менять свое мнение.

В свою очередь я не хотела выпускать "шоколадный ширпотреб", поскольку конкуренция на рынке была слишком жесткой. Мне с этой точки зрения более привлекательной казалась европейская традиция - бутики, торгующие дорогими конфетами ручной работы.

Шоколадные шедевры для гурманов

Идея по производству премиального шоколада - очень давняя. Высококачественный штучный шоколад в России покупателю никогда не предлагался, хотя к середине 90-х годов сформировался слой потенциальных покупателей. Идея, ради которой мы создали фабрику "Конфаэль", состояла в следующем: не просто предложить рынку вкусный, высококачественный шоколад, а создавать абсолютно новое направление в российской кондитерской промышленности - продукция для гурманов и шоколадные подарки.

Сейчас я без колебаний могу сказать, что мы можем воплотить в шоколаде любую идею - от небольшой визитной карточки до двухметровой скульптуры. Необычные подарки мы изготавливали для Владимира Путина, президентов почти всех европейских стран, принцессы Саудовской Аравии и многих других VIP-персон. Например, Гарри Каспаров стал обладателем уникального комплекта шоколадных шахмат, Мстислав Ростропович - владельцем шоколадной виолончели. На самом деле сфера производства таких необычных вещей близка моему стилю жизни: здесь есть возможность удивлять людей, радовать их, делать то, чего они не ожидают.

Ставя перед своими сотрудниками новую задачу, я обычно говорю им: "Сделать это практически невозможно, но давайте мы, не тратя времени на разговоры о сложностях, сразу перейдем к следующему этапу - решим, как сделать невозможное возможным". Мы разрабатываем план действий, распределяем обязанности - и вперед! Недавно, например, сделали на заказ четырехметрового шоколадного крокодила весом в тонну. Доставили его клиенту на дачу, а через неделю пришлось его везти обратно в Москву: заказчик попросил прислать его в офис, расположенный на пятом этаже и отреставрировать - за неделю его серьезно "объели". Поднимали туда крокодила подъемным краном... А по заказу нефтяной компании изготовили в подарок одному нашему магнату шоколадную автозаправочную станцию, с магазинчиком и бензоколонками.

Мне нравится не только удивлять людей неожиданными и необычными вещами. Я люблю добиваться сложных целей, и вообще делать по жизни "ход конем", хотя в шахматы я играть, по правде говоря, не умею. Но обязательно научусь: это как раз стоит очередной целью...

"Конфаэль" смотрит в будущее

Огромное поле деятельности, необъятные возможности, эйфория свободы и быстрое накопление капитала были особенностями того времени, когда мой бизнес только начинался. С тех пор масштабы выросли в десятки раз, но это на самом деле только начало роста. В бизнесе "Конфаэль" важен не только и даже не столько достигнутый масштаб, главное - это потенциал, он фантастический!

У компании амбициозные планы. В настоящее время в связи с большим количеством заявок на открытие магазинов под торговой маркой "Конфаэль", мы продаем франшизу и в настоящее время у нас более 40 собственных



магазинов и 25 по франчайзингу. Расширили фабрику и рассматриваем возможности строительства фабрик в других странах.

Наша география постоянно расширяется. Помимо продвижения нашего бизнеса в Москве и регионах, мы рассматриваем и предложения из бывших стран СНГ. Выставка в Арабских Эмиратах, организованная для нас в одной из художественных галерей Дубая, показала огромный интерес к нашим шоколадным шедеврам. В перспективе мы рассматриваем вопрос о создании бизнеса на Ближнем Востоке. Необходимость своего развития мы связываем не столько с нашими амбициями, сколько с особенностями нашего бизнеса: вполне логично, когда производство индивидуальных заказов - а наше именно таково - приближено к заказчику.

Модная фишка

Мы можем с гордостью сказать, что компания "Конфаэль" первая в России начала создавать шоколадные подарки и сегодня имеет конкурентов, последовавших за нами. Фактически мы создали новый тренд. Еще несколько лет назад, задумываясь о подарке, и особенно об оригинальном VIP-подарке, человек, как правило, останавливался свой выбор на традиционных часах, аксессуарах или фарфоре, и шоколад уж точно не входил в перечень возможных презентов такого уровня.

Сегодня благодаря "Конфаэлю" шоколадные подарки стали модной фишкой. Их заказывают для самых богатых, самых избалованных, самых известных, самых утонченных. Уверяю вас: для каждого заказчика из нескольких тысяч вариантов "Конфаэль" обязательно найдет подходящее решение. Даже если человек хочет подарить что-то невероятное, эксклюзивное, его фантазию мы воплотим в шоколаде, и это вызовет восторг и удивление и у самого дарителя, и у получателя подарка. Мы создаем индивидуальные подарки, а это соответствует духу времени и востребовано во всем мире. Мы знаем, что никто и нигде не делает того, что "Конфаэль" производит на индивидуальной основе.

Кто не рискует...

Как любой фэшн-бизнес, производство оригинальных подарков из шоколада связано с высокими рисками. Нужно все время быть далеко впереди тех, кто занят массовым производством, потому что как только ты придумаешь и воплотишь в жизнь нечто необычное и оригинальное, это сразу же начинают копировать. Надо все время предлагать такие вещи, которые поражают воображение и которых никто не мог даже представить, что их вообще можно создать.

Рисков на самом деле очень много, и недаром в компаниях существует топ-менеджмент, главная задача которого - просчитать их и минимизировать и тем самым снизить их влияние на результаты работы. Но в бизнесе, надо сказать, грань между риском и авантюрой у каждого своя и определяется характером, менталитетом человека. При аванюре вероятность успеха часто зависит, как в рулетке, от случайного стечения обстоятельств.

Бизнес - это ответственность вне политики...

В России, как и в других странах, нелегко быть предпринимателем. Потому что это, прежде всего, риск и ответственность, отказ от своего "хочу", подчинение логике "должен", "обязан".

Бизнес неоднозначно влияет на человека. Человек, привыкший отвечать за себя, за свою семью, добровольно принимает на себя ответственность за деятельность многих людей. Он переживает, нервничает, выстраивает тактики и стратегии. Такой режим плохо сказывается на здоровье, человеку не хватает времени, он ограничивает свой круг общения и нередко становится слишком рациональным.

С другой стороны, когда человек воодушевлен тем, что воплощает идею, обеспечивает материальное благосостояние семьи, имеет возможность оказывать помощь тем, кто в ней остро нуждается, от этого он счастлив и получает удовольствие.

Мы живем в конкурентной среде, но это не умаляет нашего уважения к нашим конкурентам по бизнесу, потому что уважения заслуживают все, кто создает рабочие места, вносит вклад в развитие страны и в социальные программы, рискуя при этом своим имуществом и благополучием своей семьи. Именно поэтому, по моему глубокому убеждению, таким же уважением все предприниматели должны пользоваться и у государства.

Но мой принцип - оставаться вне политики, потому что намного комфортнее я себя чувствую в бизнесе. Я считаю себя предпринимателем с рождения и абсолютно свободным человеком. Не люблю рамок, не люблю загонять себя в стандарты, поэтому сразу же пресекаю любые предложения о занятии политикой, походах во власть, в госструктуры.

Уметь балансировать в рыночном непостоянстве...

Сегодняшний бизнесмен отличается от своего собрата десяти-пятнадцатилетней давности. Сейчас бизнес создают, как правило, бывшие "топы" - менеджеры высшего звена, имеющие соответствующее этому статусу образование. А полтора десятка лет назад это были самые обычные люди, у которых просто хватило смелости на эксперимент над собой, на то, чтобы резко изменить свою жизнь.

Надо сказать, что сейчас условия вхождения в бизнес намного менее комфортны, чем были 10-15 лет назад. Существенно повысилась финансовая планка для создания и раскрутки бизнеса. Начинающий предприниматель может привлечь стартовый капитал, только если идея заинтересует финансовые структуры. Конечно, эта задача не из легких, но и возможностей, на мой взгляд, до сих пор остается немало. И я убеждена, что тот, кто искренне желает заняться бизнесом, эти возможности непременно найдет и организует свое дело.





В этой связи как раз уместно вспомнить о государстве. Я считаю, что кадры для бизнеса надо готовить, в том числе и за государственный счет. Задача государства - пропагандировать "правильный", цивилизованный бизнес, внедрять в сознание молодых людей понимание того, что предпринимательством надо не только хотеть заниматься, но нужно еще этому серьезно учиться. В конце концов, государству выгодно иметь как можно больше хороших предпринимателей, управленцев в бизнесе. Ведь чем больше успешных предприятий, тем больше рабочих мест и меньше у того же государства забот о занятости населения, тем больше налогов и богаче страна.

А на траекторию успеха влияет целый ряд факторов. В первую очередь, верный выбор ниши для бизнеса. Во-вторых, талант владельца (или владельцев) по части подбора кадров, прежде всего топ-менеджеров. При этом каждый предприниматель в соответствии со своим положением и жизненными принципами выстраивает и партнерские отношения, что в бизнесе было важно в любые времена. Наконец, правильная постановка целей и задач, верная стратегия, своевременное и качественное воплощение стратегии.

Таким образом, успех в бизнесе определяют личные и деловые качества людей - владельцев бизнеса. Но при этом не стоит забывать, что на бизнес влияют неожиданные - как положительные, так и отрицательные - изменения состояния рынка, например, колебания цены на нефть. Поэтому чтобы быть успешным или хотя бы сохранять устойчивость бизнеса, нужно уметь постоянно балансировать в перманентном рыночном непостоянстве.

Стоит сказать об еще одном немаловажном для бизнеса обстоятельстве, особо значимом в наших, российских условиях. Если частное предприятие находится в небольшом городке, ему необходимы хорошие отношения с местными органами власти, нужна их поддержка. Если предприятие крупное, градообразующее - то думать надо уже об уровне города или области. Ну, а если речь идет о важности для страны, то и уровень, на котором выстраиваются хорошие взаимоотношения с властью, должен быть соответствующим.

Хотелось бы при этом добавить, что отечественному предпринимателю нужно иметь некий панцирь, чтобы спокойно воспринимать то, как общество относится к бизнесу. За многие годы своей деловой практики я не заметила здесь каких-то особых, тем более положительных изменений. На мой взгляд, общество по-прежнему внешне безразлично к проблемам бизнеса. Хуже того: как только возникает ситуация "отъема" собственности, значительная часть общества искренне этому радуется. Так что без панциря никак не обойтись...

Российский бизнес - взрослеющий тинэйджер

Очень медленно меняется и отношение западных предпринимателей к российскому бизнесу. И все же следует признать, что отечественный бизнес постепенно становится более цивилизованным. Мы идем тем же путем, по которому шли бизнесмены во всех странах, только нашему бизнесу нет и двадцати лет, а "заморскому" - уже десятки или даже сотни. Видимо, по этой причине в России пока не сформировалось и цивилизованное бизнес-сообщество с едиными, общепринятыми правилами, границами, целями.

Наверное, это естественно, что между западными и отечественными предпринимателями сохраняются различия: мы живем в слишком разных средах. Но, замечу, что не всегда эти различия не в нашу пользу. По моим наблюдениям, российские бизнесмены более рискованны, быстрее принимают решения, замахиваются на глобальные проекты и потому успевают значительно больше. Западные же более осторожны, вдумчивы, долго изучают предложение и из-за этого часто упускают время.

Возможно, эти различия будут стираться по мере взросления российского бизнеса, но вряд ли исчезнут совсем...

Время меняться и продолжать учиться...

Повторю еще раз: бизнес выматывает. Я хочу - и прилагаю все усилия к тому, чтобы изменить свой образ жизни, так как чрезмерные перегрузки уменьшают удовольствие от любимого дела. Зная свой характер, я убеждена: раз задача поставлена, то результата обязательно добьюсь.

Я решила, что буду больше времени уделять себе. И, конечно же, своей семье: надо готовиться стать бабушкой множества внуков. Сыновья повзрослели, и им приходит время заводить свои семьи. Все закончили университеты, и каждый является владельцем и управляющим своего бизнеса.

За годы предпринимательства я стала взрослее, мудрее. Сейчас многие вопросы рассматриваю с точки зрения упущенных возможностей, и во многом поэтому начинаю все больше дорожить своим временем. И в то же время я бы хотела воспитать в себе еще какие-то новые деловые качества, еще многому научиться и многое изменить. И, поверьте, я учусь, все время учусь, тружусь над собой. И только тогда, когда мне удастся решить все поставленные перед собой задачи по бизнесу и по жизни вне его, я отвечу однозначно "да" на вопрос, успешный ли я предприниматель.

А пока я в пути...

Ирина Эльдарханова родилась в Хабаровске в 1956 г. По образованию инженер-технолог. Фабрику "Конфаэль" создала в 2001 г. Основные направления деятельности компании: производство эксклюзивной шоколадной продукции (более 300 наименований конфет), подарочной продукции, в том числе (эксклюзивные шоколадные картины и скульптуры). На сегодняшний день в Москве и в регионах работают более 60 бутиков "Конфаэль" и 10 представительств по работе с корпоративными клиентами. (Политком.ру 12.12.13)



## Пищевые ингредиенты

### **В ГК "СОЮЗСНАБ" разработана рецептура шоколада с необычной структурой.**

Линейка вкусов включает: лимон-имбирь, кофе-банан, кардамон-апельсин и ром со специями...

Специалисты ГК "СОЮЗСНАБ" разработали рецептуру шоколада Sugarlad со структурой, совершенно не похожей на структуру классического шоколада. При употреблении лакомства, в нем ощущаются кристаллики сахара, создающие эффект присутствия добавок. Sugarlad уже появился в Европе и стремительно набирает популярность у потребителей. На российском рынке изделие еще не представлено.

Для Sugarlada специалисты ГК "СОЮЗСНАБ" выбрали 4 вкуса, гармонично раскрывающиеся в изделии:

Бодрящее сочетание лимона с имбирем:

" Ароматизатор Лимон Del'Ar 10.02.561

" Арома-гранулы Фруктовый (Имбирь) Del'Ar N

Гармоничное и нежное сочетание "кофе-банан":

" Ароматизатор Банан Del'Ar 11.02.115

" Ароматизатор Кофе (Молотый) Del'Ar 11.01.320 R

Кардамон, подчеркивающий вкус спелого сочного апельсина:

" Ароматизатор Апельсин Del'Ar 10.02.537

" Ароматическая эмульсия Нейтральный (Кардамон) Del'Ar K

Зимний вариант для тех, кто любит горячительные напитки - ром со специями с согревающим эффектом:

" Ароматизатор Ром Del'Ar 11.01.247

" Ароматизатор Согревающий эффект Del'Ar 11.02.363

" Ароматизатор натуральный Пряный Del'Ar 11.01.435 (INFOLine, ИА (по материалам компании) 17.12.13)

### **В рамках семинара "Ярмарка идей" кондитерского направления, состоявшегося в сентябре в Центральном офисе ГК СОЮЗСНАБ, производителям кондитерской отрасли была представлена Жевательная карамель "Десерт в кармане".**

Идея продукта:

Десертная карамель мягкой жевательной структуры с интересными сочетаниями десертных вкусов, обогащенная питательными веществами.

Жевательную структуру готовому продукту придает Желатин Русселот 150 PS 30. Пищевые волокна Sanacel Wheat 90 обогащают продукт клетчаткой и продлевают сроки годности.

Ассортимент представлен новыми оттенками и сочетаниями вкусов популярных десертов и пирожных:

Груша в шоколаде

" Ароматизатор Груша Del'Ar 11.02.152 S

Яблочный пирог

" Ароматизатор Яблоко Del'Ar 11.01.294

" Ароматизатор Бисквит Del'Ar 11.02.119 A

Брауни с мороженым

" Ароматизатор Мороженое Del'Ar 11.01.476

" Ароматизатор Бисквит Del'Ar 11.02.119 A

" Глазурь молочная шоколадная Классика 323

" Глазурь белая Классика 800

Нежный сливочный вкус Чизкейка

" Ароматизатор Dessert (Чизкейк) Del'Ar 11.01.301 C

" Ароматизатор Dessert (Овсяное печенье) Del'Ar 11.01.301 O

" Ароматизатор Сыр Del'Ar 11.01.264

" Ароматизатор Творог Del'Ar 11.01.267

" Глазурь белая Классика 800

Для получения жевательной карамели можно использовать традиционное оборудование для производства ириса, что делает идею легко воплотимой на существующем оборудовании.

Позиционирование продукта: маленькое, компактное лакомство для сладкоежек, вкусный перекус на ходу.

Перспективное направление - использование нетрадиционных десертных вкусов, свойственных мучным кондитерским изделиям, в производстве жевательной карамели. Такие изделия гарантированно привлекут внимание потребителей. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 13.12.13)

### **В рамках семинара "Ярмарка идей" хлебопекарного направления, состоявшегося в сентябре в Центральном офисе ГК СОЮЗСНАБ, производителям отрасли был представлен оригинальный продукт - "Пирожки в пенале".**



Идея продукта:

Ассорти из пирожков минимального размера, на один укус, с различными начинками, которые упакованы в удобную упаковку-пенал, предоставляет потребителю возможность попробовать сразу несколько вкусов сдобных изделий.

В настоящее время наблюдается минимизация продуктов питания во всем мире. Это делает продукты более удобными для потребления: благодаря их небольшому размеру, на один-два укуса, не требуется наличия столовых приборов, и Вы можете перекусить на ходу, не пачкая руки и одежду. А главное, минимальный размер и креативная упаковка позволяет сделать ассортимент хлебобулочных изделий более широким, то есть вместо одного стограммового пирожка с клубничным наполнителем потребитель может полакомиться сразу пятью пирожками по 20 грамм с наполнителями всевозможных вкусов: клубники, абрикоса, вишни, малины, черной смородины и даже колы!

Ассортимент:

Сочный вкус апельсина с цедрой

" Наполнитель фруктовый Денфрут Апельсиновый Т 405 (с цедрой)

Изысканный вкус чернослива с грецким орехом

" Наполнитель фруктовый Денфрут Чернослив с грецким орехом N 520

Традиционный и любимый многими вкус вишни

Наполнитель фруктовый Денфрут Вишневый Т 010 М

Бомба сезона - вкус Колы

" Наполнитель Классика Нейтральный (со вкусом Колы) Т 1090

В рецептуру входит Улучшитель ТМ DENFAI для сдобных изделий, который улучшает пластичность, снижает липкость, способствует образованию мягкой и нежной структуры изделий, увеличивает их объем и продлевает срок сохранения свежести готовых изделий.

В рецептуре используются наполнители фруктовые ТМ "Денфрут", которые имеют яркие натуральные вкусы и ароматы ягод и фруктов и являются отличными начинками для пирогов и пирожков из сдобного теста, слоеных изделий, кексов. Содержат в составе (если маркировка с кусочками) достаточно крупные кусочки натуральных фруктов и ягод. Обладают высокой термостабильностью при 250°C, не проявляется эффекта вскипания или проседания начинки.

Преимущества продукта:

" различный ассортимент предоставляет потребителю возможность попробовать сразу несколько вкусов,

" минимальный размер - пирожки не будут крошиться и пачкать одежду,

" возможность разогреть в СВЧ и есть горячими, как будто пирожки только из печи.

Сроки хранения отличаются в зависимости от способа хранения (замороженный, охлажденный, комнатной температуры).

Технология производства традиционна для сдобных мелкоштучных изделий. (INFOline, ИА (по материалам компании) 13.12.13)

#### **ГК "Союзснаб": Улучшитель DENFAI 10.01 (многозерновая смесь) в производстве сдобного печенья.**

Зерна овса, просо, семена льна, подсолнечника, кунжута с давних времен входят в состав многих блюд национальных кухонь народов мира, в том числе и народов России. Это наиболее богатые полезными микроэлементами натуральные продукты питания, на которых выросли сотни поколений людей.

Поддерживая лучшие традиции в производстве продуктов питания, технологи ГК "СОЮЗСПАБ" разработали рецептуру сдобного печенья, в состав которого входит Улучшитель DENFAI 10.01 (многозерновая смесь). Основу добавки составляют овсяные хлопья, пшено, пищевые волокна и смесь масличных культур (семя льна, семя кунжута, семя подсолнечника).

Вкус семян и злаков отлично сочетается с молочным вкусом и пряностями. Поэтому при помощи ароматизаторов Del'Ag можно разнообразить вкус печенья, добавляя в него Ароматизатор Молоко (карамелизованное) Del'Ag 11.01.230 К или Ароматизатор натуральный Пряный Del'Ag 11.01.435. (INFOline, ИА (по материалам компании) 10.12.13)

#### **ГК Союзснаб: Рейтинг наиболее популярных наполнителей "Дефрут" для тортов и пирожных.**

По результатам визитов на крупнейшие предприятия кондитерской отрасли в разных регионах России специалисты ГК "СОЮЗСПАБ" составили рейтинг наиболее востребованных и популярных наполнителей торговой марки "Дефрут" для украшения тортов и пирожных...

Из-за повышенного спроса потребителей на низкокалорийные лакомства многие производители предпочитают использовать для прослаивания и украшения тортов и пирожных фруктово-ягодные наполнители.

Из ассортимента ГК "СОЮЗСПАБ" по результатам визитов специалистов компании на крупнейшие предприятия отрасли, расположенные в разных регионах страны, наиболее востребованными являются следующие наполнители:



Наполнитель фруктовый Денфрут Апельсиновый Т 405 (с цедрой) обладает вкусом и ароматом сочного спелого апельсина, содержит кусочки цедры апельсина. Этот наполнитель термостабильный, его можно использовать для внесения в изделия перед выпечкой.

Наполнитель фруктовый Денфрут Экзотик N 523 (с кусочками) содержит кусочки экзотических фруктов (персик, папайя, ананас, манго). Торт, украшенный таким наполнителем, выглядит празднично и аппетитно. Технологи ГК "СОЮЗСНАБ" отмечают, что образцы данного наполнителя заказывают все клиенты, которым он был предоставлен на дегустацию - о продукте не поступило ни одного отрицательного отзыва, только положительные.

Наполнитель фруктовый Денфрут Киви-кактус N 526 (с кусочками) содержит кусочки киви и кактуса, обладает приятной "кислинкой" киви и терпкой травянистой нотой кактуса. Наполнитель особенно хорошо проявил себя в рецептуре легкого фруктового торта, где применялся в качестве украшения. На одном из предприятий рецептура фруктового торта с данным наполнителем была утверждена буквально за три дня. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 16.12.13)

#### **Технологи ГК "СОЮЗСНАБ" провели успешные выработки сахарного печенья с использованием Ароматизатора Сгущенное молоко Del'Ar инкапсулированный в дозировке 1,5кг/т готового продукта.**

Изделие получилось с нежным ароматом сгущенного молока. Инкапсулированная форма ароматизатора позволяет сохранить вкус и аромат печенья на протяжении всего срока хранения.

Предложенное технологами ГК "СОЮЗСНАБ" решение по улучшению вкуса сахарного печенья реализовано на нескольких предприятиях отрасли и получило положительные отзывы специалистов. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 10.12.13)

#### **Компания Symrise, один из мировых лидеров в производстве ароматизаторов и вкусообразующих ингредиентов, получила почётную награду FI Europe Excellence Awards в номинации "Инициатива года - социальная ответственность".**

Эта премия вручается в рамках крупнейшей выставки пищевых ингредиентов Food Ingredients Europe, которая недавно состоялась во Франкфурте-на-Майне.

Победа в номинации "Инициатива года - социальная ответственность" особо значима.

Она подчёркивает социальную ориентированность бизнеса нашего партнёра и важность его работы по поддержке местного населения на Мадагаскаре, где выращивается ваниль, давно ставшая визитной карточкой Symrise на рынке натуральных ароматизаторов.

Сегодня Symrise сотрудничает более чем с 5 000 фермерских хозяйств, давая таким образом множеству семей средства к существованию. Кроме того, Symrise активно осуществляет образовательные и медицинские проекты, открывая на Мадагаскаре школы и больницы. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 13.12.13)

#### **Искусственный подсластитель аспартам безопасен для здоровья.**

Европейское управление безопасности пищевых продуктов сообщает, что искусственный подсластитель аспартам безопасен для употребления. В настоящее время он используется в диетических безалкогольных напитках.

После проведения ряда исследований управление исключает "потенциальный риск того, что аспартам вызывает повреждение генов и вызывает рак".

"Ученые пришли к выводу, что аспартам не оказывает отрицательное воздействие на здоровье", - сообщает в своем отчете Европейское управление безопасности пищевых продуктов.

Подсластитель аспартам используется в диетической кока-коле, выпускается под торговой маркой "NutraSweet".

Это будет хорошей новостью для компании "Coca Cola", которая недавно запустила рекламную кампанию. После исследований, которые показали, что аспартам может быть опасен для здоровья, уровень продаж продукции заметно упал.

В Соединенных Штатах аспартам и другие искусственные подсластители регулируются Центром по контролю за лекарствами и питательными веществами.

Сотрудники по вопросам здравоохранения США говорят, что они не получили убедительных доказательств того, что искусственные подсластители виновны в возникновении рака у людей.

В то же время Европейское управление безопасности пищевых продуктов рекомендует ежедневно употреблять не больше 40 миллиграммов аспартама на килограмм веса тела человека. Центр по контролю за лекарствами и питательными веществами установил свой лимит в 50 миллиграммов на килограмм веса. (Новости Америки 11.12.13)





## Региональные новости кондитерской промышленности

### Башкирский мед и медовую продукцию будут поставлять в Королевство Бахрейн.

На текущей неделе официальная делегация республики посетила Королевство Бахрейн, где презентовала АПК Башкортостана. В ходе переговоров была достигнута договоренность об организации поставок меда и медовой продукции в Королевство Бахрейн (торговые операторы будут определены по линии ТПП обеих сторон), об экономической проработке проектов в сфере овцеводства, молочного животноводства и растениеводства, сообщает пресс-служба регионального Минсельхоза.

Кроме того, в ходе презентации были обсуждены возможности поставки из Башкортостана живого скота, зерна, сухого молока, меда. Особое внимание было уделено наличию сертификации продукции по стандартам халяль. Также представители делегации РБ и арабские бизнесмены обсудили перспективы создания в Башкирии совместных предприятий по производству продуктов питания с последующим их экспортом в арабские страны.

Как отметили в министерстве интерес арабского государства к АПК Башкортостана не случаен, так как более 99% продуктов питания эта страна импортирует.

В ближайшее время республика ожидает ответный визит арабских бизнесменов для продолжения сотрудничества. (РБК-Башкортостан 13.12.13)

### Перед Новым годом в Оренбуржье подорожали конфеты.

В Оренбургской области со 2 по 9 декабря выросли цены на мясные и молочные продукты, а также свежие овощи и кондитерские изделия. Об этом сообщили в региональном Минэкономразвития. Специалисты объясняют удорожание продуктов питания повышением цен поставщиками.

Кондитерские изделия (в том числе карамель) подорожали на 1,6% (117,18 руб./кг); конфеты мягкие, глазированные шоколадом - на 1% (157,91 руб./кг).

Стоимость мясопродуктов, в том числе на говядины (кроме бескостного мяса) выросла на 0,6% (нынешняя цена 241,03 руб./кг), баранины (кроме бескостного мяса) - на 0,7% (297,61 руб./кг).

Молокопродукты, в том числе на масло сливочное, подорожали на 0,5% (290,96 руб./кг), сметана - на 1,5% (139,75 руб./кг), творог жирный - на 1,7% (186,61 руб./кг), молоко пастеризованное 2,5-3,2% жирности - на 0,8% (34,56 руб./л), молоко стерилизованное 2,5-3,2% жирности - на 0,2% (44,45 руб./л), сыры сычужные твердые и мягкие - на 1,4% (301,98 руб./кг).

Цена на свежие овощи, в том числе на картофель, увеличилась на 1,2% (18,20 руб./кг), лук репчатый - на 0,4% (16,12 руб./кг), морковь - на 0,2% (21,21 руб./кг).

За этот же период времени зафиксировано снижение цен на масло подсолнечное - на 1,5% (69,85 руб./л); яйцо - на 1% (48,35 руб./дес.); сахар-песок - на 0,4% (29,95 руб./кг); хлебопродукты - на 1,1% (30,61 руб./кг), вермишель - на 1,7% (34,40 руб./кг), макаронные изделия из пшеничной муки высшего сорта - на 2,2% (34,88 руб./кг); яблоки - на 0,4% (47,48 руб./кг). (Regnum 11.12.13)

### В 2013 году новым направлением в конкурсе грантов Губернатора Алтайского края в сфере экономики стала номинация "Вкусная карта Алтай".

На участие в конкурсных процедурах в адрес управления Алтайского края по пищевой, перерабатывающей, фармацевтической промышленности и биотехнологиям было направлено 25 заявок от соискателей из различных муниципальных образований региона.

По решению межведомственной комиссии победителями конкурса грантов в данном направлении признаны предприятия пищевой промышленности Алтайского края. Так, потребительское общество "Ельцовское" (Ельцовский район) и потребительское общество "Кондитер" (Поспелихинский район) направят финансовые средства гранта на приобретение нового технологического оборудования для производства хлеба и хлебобулочных изделий для здорового и функционального питания.

Общество с ограниченной ответственностью "Сократика" (город Барнаул) реализует собственный проект по модернизации производства и расширению ассортимента натуральных нектаров и пюре из местного растительного сырья.

Победители конкурса получают финансовую поддержку своих проектов за счёт средств краевого бюджета. Выплата гранта будет произведена в текущем году. По условиям конкурса проекты-победители должны быть реализованы в течение года с момента оглашения результатов.

Отметим, в целом размер государственной поддержки составил 2,0 миллиона рублей. (Управление пищевой, перерабатывающей и фармацевтической промышленности Алтайского края 10.12.13)

### В Бийске открыли новую учебную мини-пекарню.

В производственном училище № 4 состоялось открытие новой учебной мастерской – хлебопекарни, которая может стать точкой отсчета в профессиональной карьере для многих молодых людей с ограниченными возможностями.



Мастерская оборудована в рамках реализации Указа президента РФ "О Национальной стратегии действий в интересах детей на 2012–2017 годы" и государственной программы "Доступная среда", в которых определены меры государственной поддержки детей-инвалидов, а также в рамках целевой программы "Подготовка квалифицированных рабочих кадров для различных отраслей экономики Алтайского края".

Пекарня оснащена современным оборудованием в полном соответствии с требованиями федеральных государственных отраслевых стандартов и санитарных норм и правил. Теперь учащиеся смогут под руководством опытных мастеров-наставников полностью освоить всю технологическую цепочку процесса изготовления хлебобулочных изделий: от подготовки сырья до выпечки.

На открытии пекарни присутствовали сотрудники ведущих предприятий города, в частности ТД "Аникс", они отметили высокую технологичность приобретенного оборудования и выразили надежду на то, что выпускники училища смогут занять достойное место в их трудовых коллективах.

Право разрезать ленточку было предоставлено директору училища Виктору Визеру, депутату Думы города Бийска Ольге Якимовой и лучшей обучающейся по профессии "Пекарь". (biwork.ru) (16.12.13)

### **Кондитерская фабрика горела в Армавире, никто не пострадал.**

Пожар на кондитерской фабрике в Армавире, по предварительным данным, в понедельник повредил имущество и оборудование на площади более 600 кв. метров, погибших и пострадавших нет, сообщила пресс-служба ГУ МЧС РФ по Краснодарскому краю.

По оперативным данным, сообщение о происшествии поступило в 12:25 мск. Площадь пожара первоначально составила более 500 кв. метров. В 13:06 было объявлено о локализации пожара на площади 650 кв. метров, в 13:17 открытое горение ликвидировано, отмечается в сообщении.

В тушении приняли участие 73 человека, 19 единиц техники. (Интерфакс - Россия 10.12.13)

### **Накормят карамелькой. Китай купил на Алтае сладостей на полмиллиона долларов. "Smartnews.ru".**

**13 декабря 2013**

Китай купил на Алтае карамелек на полмиллиона долларов. Больше всего соседям из Поднебесной полюбились конфеты с фруктово-ягодной начинкой. Если китайцы высоко оценят российскую продукцию, бизнесмены обещали приехать на Алтай за партией яблочного повидла.

Барнаульской кондитерской фабрике удалось заключить контракт с представителями китайской стороны. По договору за год алтайские кондитеры должны отправить в Поднебесную сладостей на 500 тыс. долларов.

Эта договоренность была достигнута на выставке китайских зарубежных инвестиций. В ней принимали участие предприятия России, в том числе и Алтайского края. Конфеты, сделанные в Барнауле, вызвали настоящий ажиотаж среди местных потребителей. А сотрудникам кондитерской фабрики "Глав-кондитер" удалось заключить очень выгодный контракт.

Алтайские производители отмечают, что китайцам особенно пришлась по вкусу карамель с фруктово-ягодной начинкой. Именно эту линейку продукции предприятие и будет поставлять в страну.

Из всей кондитерской продукции китайцы выбрали лишь карамель с начинкой. Как нам позже объяснили, этот вид сладостей у них — основное приложение к церемонии чаепития. Оказывается, что наши кондитерские изделия жители Поднебесной знают уже давно. Сладости из Барнаула поставлял им посредник из Монголии, который закупал продукцию у нас. Теперь мы будем осуществлять поставки напрямую.

Андрей Романовцев, директор кондитерской фабрики "Глав-кондитер", SmartNews

Подписанный контракт рассчитан на один год. Каждый месяц в Китай будет уходить около 20 тонн барнаульских сладостей. Первая партия карамели с фруктово-ягодной начинкой отправится в Китай до конца года. Продавать кондитерские изделия пока будут в Синьцзян-Уйгурском автономном районе. Но со временем алтайские производители рассчитывают выйти и в центральный округ. По оценкам экспертов, шансы на это есть неплохие.

Экспертное мнение

Сергей Мазур

руководитель Алтайского краевого центра координации поддержки экспортно ориентированных субъектов предпринимательства, SmartNews

— Проблема в том, что рынок сладостей Китая состоит из генно-модифицированных продуктов. Они в огромных количествах закупают сою из Канады и Америки. Поэтому интерес ко всему натуральному сейчас у них невероятный. Китайским коллегам очень нравится алтайский мед. Они знают о его полезных свойствах. Также планируют закупать у Алтайского края рапс. Что касается кондитерских изделий, то барнаульские произведены по ГОСТу, и китайцы это уже оценили.

Если экспорт сладостей окажется удачным, то барнаульская кондитерская фабрика намерена расширить линейку поставок. В первую очередь это касается яблочного повидла, которое также производится на предприятии и уже заинтересовало китайских потребителей. Кроме того, алтайские кондитеры готовы поставлять ирис и сахарное печенье.



Впрочем, продукция Алтая довольно известна в Китае. В Пекине даже есть представительства региональных компаний.

Китай, конечно, самодостаточный регион в плане производства. Но есть устойчивый интерес к алтайским крестьянским хозяйствам, производителям меда, переработчикам дикоросов. Большим спросом в стране пользуется наша мука, манная крупа, льняное масло. Сейчас популярно здоровое питание. А алтайские продукты как раз этим и известны.

Роман Рузанов, консультант Управления Алтайского края по обеспечению международных и межрегиональных связей, SmartNews

В ближайших планах местных предпринимателей — наладить поставки в Китай продукции для красоты, сделанной из натурального природного сырья Алтая.

Рафасль В. Макаров

Врач-реаниматолог

Пример наших кондитеров показывает, что при желании любое производство можно сделать прибыльным. Главное искать и находить то, что действительно нужно потребителю.

Прислал

Сергей Антонов

Опыт показывает, что гмо не пользуются спросом, и люди стараются выбирать натуральное. Так что у российского производителя неплохие шансы попасть на рынок Китая. (13.12.13)



## Новости компаний стран ближнего зарубежья

### За 10 месяцев Украина экспортировала сладостей на \$230 млн.

В октябре Украина импортировала сахара и кондитерских изделий из сахара на общую сумму \$10,8 млн. Как сообщает Государственная служба статистики Украины, это на 8,1% больше, чем в октябре прошлого года. Экспорт сахара за второй месяц осени составил \$18 млн., что на 27,7% меньше показателей 2012 года.

В целом за первые десять месяцев года в Украину ввезено сахара и кондитерских изделий из сахара на общую сумму \$69,9 млн., что на 10,3% превышает результаты за аналогичный период прошлого года. В свою очередь на экспорт в январе-октябре этого года было отгружено сахара общей стоимостью \$229,6 млн., что на 21,6% меньше, чем в 2012 году. (kharkovsahar.com) (16.12.13)

### Новые шоколадные батончики дополнили ассортимент торговой марки "Княжеские сладости" украинской кондитерской группы "Контти".

Покупатели смогут приобрести молочный шоколад с нежной пралиновой начинкой и батончики из темного шоколада с благородным трюфельным вкусом.

Вес шоколадного батончика - 50 граммов. Срок хранения - 7 месяцев.

Вес гофрокороба - 6 кг (120 шт.) (Candynet.ru 11.12.13)



### Зимняя сказка кондитерского бутика "Doma".

Новогодние торжества - это праздничное меню, подарки и сюрпризы, которые создают незабываемую атмосферу. Поэтому в кондитерском бутике "Doma" уже приготовились к любимым новогодним праздникам. Здесь Вас ждет много приятных сюрпризов и новинок, чтобы празднования проходили радостно, а эмоции запомнились надолго.

Накануне Нового Года кондитерский бутик "Doma" поразил всех посетителей непревзойденным рождественским декором и новогодними украшениями - игрушки, свечи и новогодняя атрибутика делают его атмосферу чрезвычайно праздничной. Посетив заведение - не хочется его покидать, а сладкая витрина и магазин кондитерских изделий от фабрики "ЖЛ" поражают своим разнообразием - ведь что может быть лучше, чем согревающий в холодное время ароматный кофе с изысканными десертами в уютной атмосфере.

Меню "Doma" пополнилось изысканными зимними новинками: это шоколадные, вишневые, ванильные и ореховые круассаны, которые идеально подходят к чаепитию, и нежный бисквитный "Торт-фундук" с шоколадом, орехами и ликером "Калуа".

В бутике позаботились и о празднике для маленьких посетителей - ко Дню Святого Николая "Doma" пригласил малышей и их родителей на второй мастер-класс кондитерского дела, посвятив его теме сладких новогодних украшений. Конечно же, не обойдется и без захватывающего действия - украшения сладкого пряничного домика, а по завершению мастер-класса - дипломы и подарки участникам, а также сладкая дегустация.

Также к новогодним праздникам в кондитерском бутике "Doma" уже можно приобрести праздничные корзины с подарками, шампанским или вином и сладостями от фабрики "ЖЛ" - это идеальный подарок как для близких, так и для деловых партнеров. Наполнить эти корзины можно по собственным предпочтениям или приобрести те, которые уже приготовили и украсили для Вас мастера кондитерского бутика.

Вместе с кондитерским бутиком "Doma" зима становится уютнее!

Кондитерский бутик "Doma" - почувствуйте себя, как Doma!

Дополнительная информация:

Кондитерский бутик "Doma" житомирской кондитерской фабрики "ЖЛ" расположен в самом сердце столицы по адресу: ул. Бассейная, 1/2. Удобное расположение в центре города делает "Doma" идеально подходящим для деловых встреч, а спокойный элегантный интерьер в стиле "Прованс" с согревающим камином и разнообразными сладкими угощениями в мгновение перенесут Вас в уютную домашнюю атмосферу, способствующую душевному отдыху с близкими, и позволит забыть суету и заботы. (INFOline, ИА (по материалам компании) 13.12.13)

### Кондитерская фабрика "Коммунарка" по итогам международного фестиваля-конкурса "Выбор года-2013" удостоена звания "Кондитерская фабрика №1 в Беларуси".

Также "Коммунарка" получила диплом конкурса в номинации "Шоколад № 1 2013 года (отечественного производства)" и "Набор шоколадных конфет №1 2013 года" (отечественного производства).





Фестиваль-конкурс "Выбор года" проводится ежегодно. Его задачей является определение лучших товаров и услуг, представленных на внутреннем рынке страны. В основе комплексной оценки лежит общенациональный опрос потребителей. Оценивается также качество продуктов, их рекламно-имиджевая кампания. Свои голоса в пользу той или иной торговой марки отдают члены высокого жюри. Подобная схема определения общего балла позволяет наиболее полно и достоверно определить позиции конкретных товаров и услуг в своих товарных группах. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 17.12.13)

### **Белорусское снековое предприятие подтвердило высокое качество продукции сертификатами СТБ 1470 и ISO 9001.**

В рамках программы внедрения, сертификации, функционирования и постоянного улучшения деятельности, белорусское предприятие ООО "Снекпро" подтвердило свой статус надежного и безопасного производителя получив по итогам реализации программы сертификаты соответствия системы управления безопасностью пищевых продуктов на основе анализа опасностей и критических контрольных точек (НАССР) требованиям стандарта СТБ 1470 и системы менеджмента качества (СМК) требованиям международного стандарта ISO 9001.

В течение октября 2013 года на предприятии ООО "Снекпро" был проведен сертификационный аудит, в процессе проведения которого подлежали проверке и оценке процессы и процедуры системы менеджмента качества и системы управления безопасностью пищевых продуктов. Также, было проверено состояние производства и инфраструктуры на соответствие санитарным требованиям.

По заключению сертифицирующей организации система менеджмента качества ООО "Снекпро" соответствует требованиям СТБ ISO 9001-2009, а система управления безопасностью пищевых продуктов на основе анализа опасностей и критических контрольных точек (НАССР) требованиям стандарта СТБ 1470-2012. В подтверждение успешной сертификации предприятию выданы сертификаты соответствия.

В качестве органа по сертификации системы управления выступил "Белорусский государственный институт метрологии", аккредитованный в Национальной системе подтверждения соответствия Республики Беларусь.

"Сертифицированная система ХАССП говорит о том, что предприятие способно выпускать качественную и безопасную продукцию, что требования к пищевой безопасности соблюдаются. Сертифицированная СМК нужна предприятию как инструмент эффективного руководства и совершенствования процессов и процедур, а также для создания уверенности у потребителя, что управление качеством продукции на предприятии осуществляется на должном уровне в соответствии с требованиями международного стандарта.

СМК – это основа для доверия, свидетельство зрелости предприятия. Механизм СМК на предприятии и вся атмосфера стимулирует непрерывное совершенствование процессов и процедур предприятия во всех его подразделениях. Получение сертификатов на СМК и ХАССП – это результат успешной работы всего предприятия в целом" - прокомментировал заместитель директора по организационному развитию Денис Кутузов. (Candynet.ru 11.12.13)

### **Беларусь заключила договор на поставку кондитерской продукции в Молдову.**

Минск и Кишинев договорились о расширении поставок белорусской продукции в Молдову и закупках востребованных в Беларуси молдавских товаров, сообщили корреспонденту БЕЛТА в посольстве Беларуси в Молдове.

Договоренности достигнуты по итогам состоявшегося 9 декабря 2013 года в Кишиневе Белорусско-молдавского бизнес-форума, а также 15-го заседания межправительственной белорусско-молдавской комиссии по торгово-экономическому сотрудничеству.

Итогом мероприятия стало подписание ряда контрактов и достижение договоренностей о расширении поставок белорусской продукции в Молдову и закупках востребованных в Беларуси молдавских товаров.

Среди четырех контрактов о поставках в 2014 году значится и договор на поставку кондитерских изделий в Молдову. (Candynet.ru 11.12.13)

### **Корейская Lotte Confectionery намерена приобрести Карагандинскую конфетную фабрику.**

Южнокорейская компания Lotte Confectionery Co, Ltd намерена приобрести Карагандинскую кондитерскую фабрику, сообщил агентству КазТАГ источник в правительстве Казахстана.

"После того как корейцы вошли на наш рынок, купив кондитерскую фабрику "Рахат", они решили купить и АО "Конфеты Караганды". Они в данный момент готовят плацдарм для начала торговли своей продукцией в Китае, это для них - главный рынок сбыта и цель в покупке казахстанских активов", - сказал собеседник в четверг.

В свою очередь, начальник юридической службы АО "Конфеты Караганды" Лариса Константиныди опровергла информацию о намерении приобрести Карагандинскую кондитерскую фабрику южнокорейской Lotte Confectionery, сообщив, что ведутся переговоры о продаже только с отечественной компанией.

"Информация (что корейская Lotte Confectionery намерена приобрести Карагандинскую кондитерскую фабрику. - КазТАГ) абсолютно неверная. Если кто-то и будет приобретать, станет новым владельцем акций (АО "Конфеты Караганды". - КазТАГ), то это будет отечественный резидент Казахстана, отечественная компания. Пока



раскрывать данные, комментировать это (продажу АО "Конфеты Караганды". - КазТАГ) я не могу, поскольку есть свои корпоративные моменты", - сказала Константиныди.

"Сейчас рассматривается вопрос о приобретении акций АО "Конфеты Караганды" отечественной компанией, то есть казахстанской. Не было переговоров с корейской компанией - это я могу утверждать. На нашем горизонте они (корейские компании. - КазТАГ) не появлялись", - подчеркнула она.

Как ранее сообщалось, Lotte Confectionery Co, Ltd завершила сделку по приобретению 76,25 процента акций кондитерской фабрики АО "Рахат". АО "Рахат" занимается производством и реализацией кондитерских изделий.

Компания Lotte Confectionery Co, Ltd (подразделение Lotte Group) основана в 1967 году. В компании работают более четырех тысяч сотрудников. Lotte Confectionery экспортирует свою продукцию в 70 стран мира.

Карагандинская кондитерская фабрика работает с 1956 года, мощность производства - 30 тысяч тонн кондитерских изделий в год. Численность работников фабрики - одна тысяча человек. С 1996 года крупным акционером и инвестором является британская компания UIG. (konditer.com 12.12.13)

#### **Армения почти на 9% увеличила импорт шоколада.**

Объем импортируемых Арменией шоколада и какао содержащих продуктов в январе-октябре 2013 года, по сравнению с тем же периодом прошлого года, вырос на 8,78% и составил 5 364,3 т. Общая таможенная стоимость этих поставок превысила 25,5 млн долларов. По данным Комитета по госдоходам при правительстве Армении, за 10 месяцев 2012 года в Армению поступило 4 931,3 т шоколада и какао содержащих продуктов.

Как сообщает Арменпресс, основная часть шоколада и какао содержащих продуктов за указанный период завозилась в Армению из России – 2303,5 т и Украины – 2040,9 т., а также из Италии – 435,1 т, Сингапура, Нидерландов. Польши и других стран. (АРМЕНПРЕСС 11.12.13)

#### **Одна из старейших кондитерских фабрик Казахстана сокращает объемы производства.**

В казахстанском Уральске закрылся цех по производству карамели на кондитерской фабрике, передает корреспондент BNews.kz. Руководство предприятия отметило, что сейчас объемы производства снизились на порядок.

Здание бывшего карамельного цеха сдали в аренду под супермаркет. Сокращения штатов не произошло и продукция по-прежнему выпускается. Но не в таких объемах.

Старейшая кондитерская фабрика в городе уже сократила общие объемы производства продукции. Если раньше здесь ежемесячно выпускали до 400 тонн сладостей, то сейчас только около 50 тонн. Оборудование, на котором делают конфеты и вафли, прямо скажем, не впечатляет. Допотопные станки обслуживают рабочие в верхней одежде.

"Решили сделать капремонт. Цех отдали в аренду под супермаркет. Время пришло обновлять оборудование. Но таких средств нет", - говорит директор ТОО "Шаныбек" Николай Клименко.

В городском отделе предпринимательства отметили, что сейчас для поддержки местных товаропроизводителей действует программа "Дорожная карта бизнеса 2020". Но местная кондитерская фабрика за помощью не обращалась.

"В свое время продукция фабрики по всему СССР развозилась. Сейчас фабрика испытывает финансовые трудности. С Украиной, Беларусью наша продукция конкурировать не может", - отметил руководитель городского отдела предпринимательства Ринат Шауенов.

Сейчас на фабрике работает около 50 сотрудников. И любое сокращение производства для этих людей может больно ударить по карману.

"Конфеты покупают привозные. Не видел, чтобы кто-то покупал наши местные. Да и дорого у них", - считает житель города Мухамбет Утиев.

В любом случае для поднятия престижа местной кондитерской фабрики необходимо новое оборудование. А на старых станках о конкуренции с лидерами конфетной индустрии не стоит мечтать. (Финансовый портал 11.12.13)



## Новости компаний стран дальнего зарубежья

### Благодаря контейнерам для праздничных кондитерских изделий от Mondelez International Рождество становится всё ближе.

Предприятие RPC Containers Blackburn разработало пять разных подарочных упаковок для знаменитых угощений под марками Maunards и Bassetts, сообщает Upravovano.ru. Их дизайн призван увеличить экспозиционную эффективность товаров в высоко конкурентном секторе сезонных кондитерских изделий. Выполненные на заказ ПЭТ-банки, которые будут доступны только на территории Великобритании, выпускаются в пяти различных формах, изображающих Санта-Клауса, эльфа, снеговика и персонажей Bertie Bassett и Jelly Baby.

Подарочные упаковки, в которых находятся пакеты с конфетами, станут прекрасным новогодним и рождественским сюрпризом. Компания RPC Blackburn для производства контейнеров использовала инъекционно-вытяжное литьё с раздувом. (Upravovano.ru 09.12.13)

### Самый большой батончик Snickers содержит 2 000 калорий.

Гигантский шоколадный батончик Snickers, который состоит из 9 порций, почти в восемь раз превышает размеры стандартного батончика. В нём содержится 2 000 калорий, что является дневной нормой для женщины. Длина необычного сэнка равняется одному футу (30,5 см). В состав входит 198 граммов жиров, сообщает Upravovano.ru. Самый большой в мире батончик Snickers продаётся на сайте Firebox.com за 24.99 доллара США. Бен Редхед (Ben Redhead) из Firebox.com рассказал: "Мы являемся большими фанатами гигантских кондитерских изделий, поэтому мы с радостью ухватились за возможность получить в свой ассортимент этот гигантский батончик. Это всё что вам нужно, чтобы стать очень жирным".

В последние годы Snickers постоянно говорит нам: "Ты не ты, когда голоден". Поэтому остаётся только представить себе, каким невероятным человеком вы станете, если съедите этот колоссальный продукт. Батончик Snickers, который сначала носил название Marathon, пока 23 года назад оно не было изменено, содержит жареный арахис, нугу и карамель, покрытую молочным шоколадом. (Upravovano.ru 16.12.13)

### Laima откроет в Риге музей шоколада.

18 декабря кондитерская фабрика Laima открывает в Риге музей шоколада, сообщила представитель проекта Анна Кононова.

Музей будет находиться на ул. Миера, 22, на территории фабрики, в здании постройки 1939 года. Инвестиции в ремонт помещений и создание экспозиции составили чуть более 500 тыс. латов, в том числе 200 тыс. латов - европейские средства.

Также на углу улиц Миера и Палидзибас вновь откроются некогда популярные магазин сладостей и кафе.

К открытию музея приурочена пресс-конференция с участием председателя правления фабрики Laima Роланда Гулбиса и руководителя музея Даце Рейсоне.

Laima - крупнейшая и наиболее известная кондитерская фабрика в Балтии, которая была основана в 1870 году. Сегодня предприятие экспортирует свою продукцию в 27 стран мира. (Mixnews.lv 16.12.13)

### Daskalid's и Smet изготовили безвредный для зубов шоколад.

По всему миру принято превозносить швейцарский шоколад. Но мало кто знает, что огромный вклад в дело производства шоколада внесли бельгийские шоколатье, которым принадлежит авторство "продвинутых" технологий шоколадоварения. Именно в Бельгии увидел свет и шоколад, который считается безвредным для зубов.

Многие сладости приносят пользу здоровью, и шоколад – один из них. Доказано, что организму человека идут на пользу практически все продукты, в состав которых входит какао, а шоколад отличается повышенной концентрацией какао в своем составе. Однако сладости вредят зубам, так как способствуют возникновению в ротовой полости среды, благоприятной для развития кариозных бактерий. Бельгийские кондитеры нашли способ решить эту проблему.

Шоколад, изготовленный местными шоколатье Daskalid's и Smet, отличается тем, что вместо сахара в нем используется изомальтулоза - разновидность сахара, близкая к традиционному кристаллическому продукту, но состоящая из глюкозы и фруктозы. Особенность этого компонента в том, что изомальтулоза не может служить питательной средой для бактерий, находящиеся в ротовой полости. Микроорганизмы попросту не способны ее усвоить, поэтому не происходит распада и не выделяется кислота, которая наносит вред зубной эмали. Ассоциация Toothfriendly International уже присвоила продукции нового поколения лейбл Happy Tooth ("Счастливые зубы").

Что ж, возможно, именно Бельгия завоеует репутацию страны самого здорового в мире шоколада. Напомним, что именно местные шоколатье придумали использовать вместо порошкового молока молочные протеины, которые создаются на основе белков молока, обогащены витаминами и минералами и практически не содержат жира. Шоколад с протеинами повышает выносливость и работоспособность организма человека. (Medikforum.ru 13.12.13)

**Pearlfisher разработал новый дизайн упаковки для шоколада Cadbury Dairy Milk.**

В лондонском филиале агентства Pearlfisher обновили бренд Cadbury Dairy Milk. В работу вошли разработка новой стратегии, айдентики, упаковочный дизайн и рекомендации по использованию фирменного стиля.

Cadbury Dairy Milk – это культовый бренд, который занимает свое уникальное место в сознании покупателей по всему миру.

Результатом предыдущего сотрудничества бренда с агентством Pearlfisher в 2008 году стал узнаваемый дизайн "молоко, льющееся из двух стаканов". На этот раз перед дизайнерами агентства стояла задача подчеркнуть узнаваемость бренда, выделить его позитивную составляющую в более чем пятидесяти вариантах, существующих по всему миру.

Рори Феган (Rory Fegan), старший специалист по вопросам стратегии Pearlfisher, говорит: "Рождение нового дизайна произошло благодаря креативной идее "Скажи, что ты видишь". Этот новый, игривый подход дал варианты выразить индивидуальность каждого отдельного вида Cadbury Dairy Milk". Новый дизайн – это отличная узнаваемость и вариативность создания новых видов шоколада без потери индивидуальности.

Джонатан Форд (Jonathan Ford), креативный директор Pearlfisher, добавил: "Мы также обновили логотип Dairy Milk, сделав его более живым и радостным. Варианты шоколада написаны разными шрифтами, что подчеркивает их индивидуальность и улучшает навигацию". (Unipack.ru 11.12.13)

**Компания Organobalance GmbH разработала особые конфеты без сахара.**

В состав такого лакомства входят бактерии *Lactobacillus paracasei*, которые и нейтрализуют действие патогенной микрофлоры.

Ученые предлагали 60 добровольцам съесть несколько конфет, содержащих *Lactobacillus paracasei*, но перед применением эти бактерии убивались путем нагревания. Как стало известно, даже убиты *L. Paracasei* значительно снижали рост патогенной микрофлоры.

Это открытие позволит более эффективно вести борьбу с одним из самых распространенных заболеваний зубов. (Украинские Национальные Новости 16.12.13)