



Лия Волова

Производители продуктов питания чутко улавливают предпочтения современного потребителя и стремятся настроить ассортимент своей продукции в унисон его образу жизни, который стремительно утрачивает национальные черты. Лихорадочно торопливый стиль жизни, ранее называвшийся «американским», постепенно приобретает интернациональный характер. «И жить торопится» сегодня вся планета. На чувства уже времени не остается, поэтому, наверное, мы пытаемся их заменить хотя бы ощущениями, причем принцип новизны вместе с адреналиновой инъекцией уже не являются основным критерием их отбора. Человечество стало гораздо прагматичнее, и, прежде всего, в отношении к самому себе. Мы слишком дорого ценим свое время и здоровье, ибо максимально рациональное их использование равноценно жизненному успеху. А ежедневные нагрузки, которым мы себя подвергаем, требуют определенной компенсации или, по крайней мере, видимости таковой – хотя бы небольших, символических знаков внимания по отношению к самим себе. Это и есть всемирные идеи-фикс, три источника, питающие ведущие тенденции развития перерабатывающей промышленности последних нескольких лет: on the go («на ходу»), treat yourself («угости себя») и health food («здоровое питание»). И, пожалуй, наиболее ярко и очевидно эти тренды заявляют о себе в кондитерской промышленности.



Новейшая философия «сладкой» жизни

Упаковочно-кондитерский альянс

На interpack-2005, прошедшем с 21 по 27 апреля в Дюссельдорфе (Германия), каждая из этих тенденций предстала в наилучшем свете инноваций и оптимальных технологических решений. Один из крупнейших международных форумов мировой упаковочной индустрии по многолетней традиции представляет значительную часть выставочной площади предприятиям, работающим в сфере кондитерской промышленности (из 17 павильонов общей площадью более 160 тыс. м² «кондитерка» заняла три с половиной павильона – 25 тыс. м², 340 экспонентов из общего числа – 2668). Так уж сложилось исторически. Хотя союз этот, конечно, неслучаен. Во-первых, упаковка является завершающей стадией производственного процесса. А во-вторых, многие продуктовые инновации не только влекут за собой разработку и внедрение новаторских упаковочных технологий, но и порой основываются на них.

К примеру, концепция on the go – продукты питания для перекуса «на ходу», между основными приемами пищи, постепенно вытесняющие полноценные завтраки, обеды и ужины, – предполагает не только ограниченное одной порцией количество продукта (bite-sized – на один кусок), но и соответствующий размер упаковки (pocket-sized, то есть свободно помещающийся в карман).

Зачастую мини-сладости не терпят никаких изменений в рецептуре и технологии приготовления, они лишь уменьшаются по размеру и помещаются в специальную упаковку. Причем последняя зачастую и определяет судьбу модифицированного продукта на рынке. При этом необходимо учитывать, что кондитерские изделия, рассчитанные «на один кусок», имеют двойную упаковку – индивидуальную и общую. Просторы для дизайнерской фантазии тут предоставляются необозримые, но только в пределах одного ключевого слова – удобство. Удобство потребителя – это сегодня

исходный принцип для всей перерабатывающей промышленности, а уж для кондитерской и вовсе непреложное правило. Поскольку товар, позиционирующийся в сегменте treat yourself, должен быть не просто приятным, а приятным во всех отношениях. По крайней мере, существует несколько действий, которые потребитель точно не хочет делать с упаковкой: рвать, кусать, тянуть или еще каким-либо способом бороться за то, чтобы добраться до лакомства внутри нее. И нужно отдать должное современным кондитерам: они немало преуспели в своем стремлении производить вкусный и удобный продукт.

Стандартная плоская 100-граммовая плитка швейцарского шоколада, адаптированная к актуальным кондитерским трендам, предстала в облике восьми округлых стиков, каждый из которых индивидуально размещен в упаковку типа flow pack. Общая упаковка визуально напоминает пачку сигарет – удобная, прочная, легко открывается и закрывается и, к тому же, является эффективным рекламоносителем.

Мода на миниатюрную упаковку не пощадила даже мировую кондитерскую классику. Печенье в форме сэндвичей с шоколадной прослойкой, в былые времена продававшееся в рознице в форме рулетов, сейчас доступно в виде карманных версий, а также в коробке, содержащей 8 «сэндвичей» по 31 г каждый. Вечно популярные шоколадные медвежата уже пережили второе рождение в мини-упаковке: пластиковые продолговатые плоские мешочки были модифицированы в тетраэдры, которые не только привлекательнее на вид, но и эффективнее в момент открытия: сожмите такого медвежонка в ладони, и упаковка шумно лопнет прямо по шву, в месте запайки.

А уж для любителей потешить, побаловать себя сладкими изысками кондитеры создают настоящие шедевры. Когда вы открываете восьмиугольную коробку, крышка которой щедро усыпана красными маками, она раскрывается подобно

SHORTLY ABOUT MAIN

The world tendencies of confectionery industry in a mirror of an "Interpack 2005"

The newest philosophy of sweet life

The mankind have become much more pragmatic and first of all regarding itself. We appreciate our time and health too highly as their maximum rational use is equivalent to success of life. And our daily obligations and a lot of hard work demand of certain indemnification or at least semblance of it – even small symbolic signs of attention relative themselves. These are world ideas three sources of the processing industry's trends during several years: «on the go», «treat yourself» and «health food». Perhaps most brightly and obviously these trends declare themselves in a confectionery industry. During «Interpack 2005» that was staged from April 21 till April 27 in Duesseldorf each of these tendencies has appeared in the best possible way of innovations and optimum technological solutions. In Russia and Ukraine the world tendencies of confectionery and baking industry have shown themselves already in full measure. Minimization of portions, differentiation of assortment, rough development of an average and high price segment, packing of bread – all of those trends are not perceived any more as alien influence of western countries. In the countries of CIS the food machinery only restore itself from postreformation ashes. Nevertheless both Russian and Ukrainian were present at «Interpack 2005» and didn't feel themselves as foreign matters there. And what is more the East Europe and Asian markets are interested in their production very much because of the quite competitive quality but much more moderate price politics.

цветку – ее боковые стенки слегка отклоняются наружу. Мало того, 15 кусочков порционного шоколада, завернутых в алюю пленку, расположены внутри коробки наподобие лепестков и сделаны в форме маковых капсул с семенами. А элегантная дамская сумочка, заполненная индивидуально упакованными шоколадками, покрытая снаружи двумя слоями лака по шестичерной печати, украшенная рельефом под золото, успешно адаптируется сразу к двум кондитерским трендам – on the go и treat yourself.

Развитие упаковочных материалов, со своей стороны, способствует обобщению потребителей мини-радостями жизни. Прозрачная и полупрозрачная пластиковая упаковка в последние 2–3 года активно проявляет себя в русле всех трех вышеотмеченных тенденций. ПЭТ-тара гарантирует и надежную сохранность содержимого, и удобство пользования, и широчайшие возможности для дизайнеров. Коммуникативное же предназначение упаковки мини-сладостей двойное и балансирует между двумя противоположными задачами. С одной стороны, она должна обеспечить четкую отстройку продукта от «старших братьев» и позиционировать его как идеальную, с точки зрения формы и содержания, пищу для употребления «на ходу». С другой стороны, дифференциация не должна прерастать разумных пределов, поскольку имидж исходных брендов играет в пользу их мини-версий.

Миниатюрная упаковка довольно быстро оправдала меркантильные ожидания производителей. Однако

ее судьба не сложилась бы столь благополучно в отсутствие современных упаковочных машин. Их возросшая гибкость позволяет сегодня механизировать работу даже с самыми деликатными продуктами, подобными маленьким хрупким кондитерским изделиям. Долгое время не было никакой реальной альтернативы ручному труду кондитеров. Кроме того, только высокая производительность автоматических упаковщиков сделала производство мини-сладостей экономически целесообразным.

Сегодня ключевую роль в технологическом процессе играют машины с верхней загрузкой (top-loading machines) и подъемно-транспортные роботы (pick-and-place robots). Последние впервые появились на рынке в середине 80-х, и уже через несколько лет их ждал настоящий триумф. Правда, текущее поколение роботов мало чем напоминает машины первого поколения. Автоматизация развилась до немыслимых 20 лет назад пределов: скорость подачи продукта и упаковочных материалов (поддонов или коробок) на транспортную ленту синхронизируется с количеством изделий, причем полностью автоматически, в результате чего необходимость в главном процессоре отпадает сама по себе. Актуальные аспекты зоны обслуживания за один шаг (footprint) и скорости перемещения (handling speed) решаются посредством другого усовершенствования – подвесного устройства pick-and-place робота. Как правило, эти роботы монтируются во фреймовые структуры, в так называемые ячейки (cells). В качестве аль-



тернативы такой роботизированной секции как раз и выступают модульные подвесные устройства. Аппарат колонного типа включает контрольные элементы, линии питания, а также две опорные консоли, прикрепленные к голове колонны, куда, собственно, и подвешивается робот. Благодаря такой структуре портального типа эти роботизированные подвесные системы имеют маленький шаг и могут входить в состав как существующих линий, так и новых проектов, причем даже в условиях жесткого дефицита производственных площадей. Кроме того, что тоже немаловажно, все элементы роботизированных линий легко доступны на современном рынке оборудования.

Интересно, что роботизированные подвесные системы сделаны из материалов, не свойственных упаковочным машинам. Их составные части отливаются из минеральных пород, характерной чертой которых является удивительная способность гасить вибрации в 15 раз эффективнее стали. Поэтому можно не опасаться, что вибрации, сгенерированные быстрыми движениями pick-and-place робота даже в условиях постоянного изменения скорости перемещения транспортной ленты, скажутся каким-либо негативным образом на точности движений подвесной структуры. Еще большая гибкость pick-and-place линиям обеспечивается модулями, оснащенными шестиосными роботизированными элементами. Высокая маневренность этих роботов позволяет им двигаться буквально во всех направлениях. Элементарной сменой автоматических инструментов можно реализовать и выполнение различных дополнительных функций на этих линиях.



Что касается «топ-лаудеров», то эти машины с каждым годом играют все более значительную роль в кондитерской промышленности. Они тоже максимально роботизированы, однако их возможности гораздо шире, нежели у простых pick-and-place роботов. «Топ-лаудеры» предпочитают не работать с единичными продуктами, они поднимают сразу группу изделий с тем, чтобы поместить их в упаковочную тару. Отдельные модификации подобных машин допускают использование и складной упаковки. Интересно, что данная концепция упаковочных аппаратов разработана британскими учеными еще в 60-е гг. прошлого столетия, тогда же была признана... бесперспективной и реабилитировалась буквально три года назад, когда на рынке появились первые машины такого рода. В новом столетии успех «топ-лаудерам» гарантирован, поскольку все подвластное им множество упаковочных операций достигается простой заменой грипперов и легкой перенастройкой программного обеспечения.

Кстати, практически все тренды, определяющие сегодня развитие

кондитерской промышленности, уходят своими корнями в начало последней трети минувшего века. Это касается как идеи удобной и быстрой еды вне дома, так и концепции здорового питания. Вездесущая борьба с тучностью, пошатнувшая позиции высококалорийных продуктов, возвела на пик популярности fat-free-продукты, «освобожденные от жиров», несколько позже – low-carb, с пониженным содержанием углеводов. Кондитерские изделия все чаще содержат творог, фрукты, грибные, мясные, сырные начинки. Страны СНГ чуть позже, конечно, чем западные страны, но тоже поддались новомодным настроениям. Тем более что и мы сменили свой традиционно неторопливый славянский уклад на интернациональное беличье колесо. Нынче мы проводим нашу жизнь точно так же – on the go, в перебежках от одного пункта назначения в максимально уплотненной повестке дня к другому. И приговариваем при этом: «Просто цирк какой-то!». Но американское treat yourself, согласитесь, гораздо выразительнее: это все равно что украдкой, не привлекая внимания зрите-



лей, поощрить себя любимого, честно отработывающего авторский номер на арене циркового шоу, кусочком сахара – маленьким, «на один укус», чтобы не расслабляться...

Российско-украинский вариант

По крайней мере, в России всемирные тенденции развития кондитерской и хлебопекарной промышленности проявили себя уже в полной мере. Минимизация порций, дифференциация ассортимента, бурное развитие продукции средней и вы-

УММ ВР
СТАМАД
оборудование для производства сырных изделий

PHD
Packaging Machinery
упаковочное оборудование

BACKTECH
оборудование для формирования многослойных хлебобулочных изделий

4
специальные печи

TRAP
гравитационные конвейеры

ТАГРО
дополнительные печи

BAKON
оборудование для декорирования

MONO
машины для отсадки кондитерских изделий

MINIPAN
оборудование для производства хлебных галеток

SIGMA
телеметрические машины



качество профессионализм партнерство

ИНЖИНИРИНГ, ОБОРУДОВАНИЕ
ДЛЯ ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ




Ассортимент
изделий
ограничен только
Вашим воображением



КИЕВ: (044) 585-78-00, МОСКВА: +7 (095) 721-20-77, WWW.AGRO3.RU

сокой ценовой категории, упаковка хлеба стали нормой и уже не воспринимаются как чуждые инновации, привнесенные западными странами.

Увеличение доли хлеба мелкого развеса, мелкоштучной продукции,



**Евгений Макаров, советник
генерального директора компании «Агро-3»**

оригинальных хлебов, булочек со всевозможными смесями заметно потеснило сегмент массовых сортов, так называемых социальных хлебов общего назначения. В центральной части России снизилось потребление полукилограммовых батончиков высшего сорта и черного ржанопшеничного хлеба, так же как в Украине – формового хлеба первого сорта, зато наблюдается рост потребления мелкоштучных изделий развесом по 30, 50, 100 грамм, зачастую в групповой упаковке. В ряду мелкоштучной продукции явно выделяются изделия из слоеного теста. Скучный советский ассортимент слоеных изделий, в основном сдобных, сменили слойки прозападного типа весом по 40, 50, 60 грамм с большим разнообразием формы и начинок. В России это направление активно развивается уже в течение более чем десяти лет. Украина тоже им увлеклась, хотя здесь массовое производство слоев еще впереди.

«В кондитерской промышленности обращает на себя внимание уменьшение доли сливочного масла в украшении изделий, уход от классических розочек, промоченного бисквита, переориентация на более низкокалорийные торты, работа на твороге и аналогичных продуктах, – говорит Евгений Макаров, советник генерального директора компании «Агро-3» по хлебопекарской и кондитерской промышленности. – Популярны легкие сливки растительного происхождения, широко применяются разнообразные фрукты. Есть и нехорошая тенденция в среде как российской, так и украинских торго-

виков: они стараются делать дешевые торты. Но дешевый торт вкусным не бывает. Действительно, покупательная способность населения все еще невысока сегодня как в России, так и в Украине, поэтому наблюдается спрос на пирожные такой же гаммы вкусов, как и торты. В этой ситуации актуальна продажа резаных тортов, что позволяет производителю удержаться от экономии на вкусовых качествах продукции. Пирожные в продаже, особенно в ассортименте, держат хорошую ценовую нишу, доступную для покупателя. С другой стороны, производство пирожных всегда считалось в среде кондитеров малоприбыльным занятием в силу большой доли трудоемкого ручного труда. Однако на сегодняшний день ситуация уже далеко не безвыходная. В частности, наша компания предлагает на рынках России и Украины оборудо-

вание, которое значительно уменьшает долю ручного труда в кондитерском производстве. Наиболее востребованы эти машины в цехах мощностью 600 и выше килограммов кремовых изделий в день».

Пищевое машиностроение в странах СНГ, по сути, только зарождается, вернее, возрождается, как птица Феникс, восстанавливая себя из послеперформенного пепла. Понятно, что постсоветские пространства пока что воспринимаются мировой индустрией исключительно как перспективный рынок, который быстро развивается и способен поглотить немалое количество импортного перерабатывающего и упаковочного оборудования. Тем не менее, как российские, так и украинские машиностроители на interpack присутствовали и телами инородного происхождения себя там не ощущали. Мало того, для восточноевропейского и азиатского рынков их продукция представляет особый интерес в силу вполне конкурентоспособного качества, но гораздо более умеренной ценовой политики.

Пример компании «Агро-3» во многом обнадеживает, поскольку под-

тверждает, что постсоветское пищевое машиностроение возможно и жизнеспособно. В то время как финансовые воротилы национального масштаба спонсируют зарубежные футбольные клубы, компания вложила собственные средства в строительство (с нуля!) современного машиностроительного завода в Твери, где и производит ротационные хлебопекарные печи разных модификаций, шкафы-расстойки, оборудование для хранения, переработки, очистки и дозирования муки, элементы комплексных промышленных механизированных линий для производства хлеба.

Тем не менее, на постсоветских рынках гораздо легче продавать импортное производственное оборудование. На его стороне не только международный авторитет всемирно известных торговых марок, но и множество технологических достоинств. Ведь неслучайно же, к примеру, кондитерские и хлебобулочные производства многих стран оснащены машинами японской фирмы Rheon automatic machinery – производителя экструзионно-формовочных автоматов, предназначенных для непрерывного производства всевозможных изделий с начинкой, в том числе и в мясомолочной про-



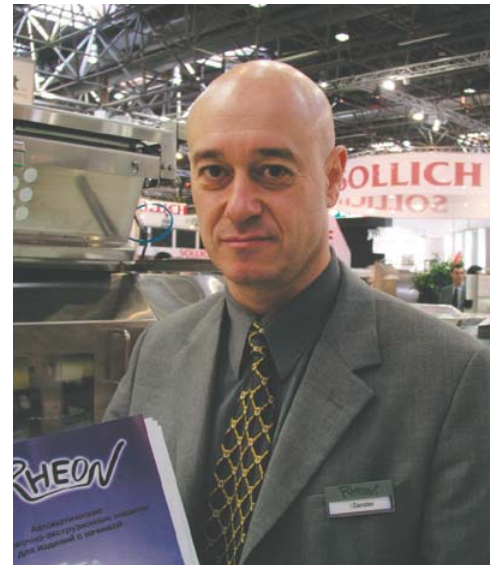
мышленности. Со своей стороны, Rheon automatic machinery проявляет вполне обоснованный интерес к динамично растущим российскому и украинскому рынкам.

«Еще несколько лет назад рынок кондитерских изделий в России был настолько скуден и беден на инновации, что достаточно было кому-то из производителей начать, допустим, выпуск пряников или печенья с начинкой, как все тут же принимались делать то же самое, – вспоминает Игорь Сандлер, финансовый директор компании «Альянс Молоко», официального дистрибьютера фирмы Rheon в России. – На сегодняшний момент простой продукцией наш рынок уже заполнен. Поэтому многие производители стараются переключиться на элитную, высококачественную и дорогую продукцию. Во-вторых, каждый стремится производить широкий ассортимент. Rheon решает обе задачи. Купив один автомат и меняя насадки и дополнительные опции, можно производить пряники и печенье, булочки и бисквиты, пирожки и ватрушки, пиццу и т.д. В настоящее время, когда появилась необходимость, неразумно и нерентабельно изготавливать такие изделия ручным способом. Используя автоматы фирмы Rheon, можно получить высокую производительность для создания аналогичных, но уже высококачественных изделий с начинкой. Практически любая идея талантливой технолога может быть воплощена в жизнь.

В последнее время в мире очень популярна тема здорового питания. В связи с этим несколько лет назад фирма Rheon automatic machinery представила на мировой рынок Stress Free Divider – тестоделители нового поколения, принципиально отличающиеся от своих предшественников тем, что производят деление тестовых заготовок не по объему, а по весу. Кроме того, в процессе деления не изменяется структура теста, что позволяет работать на традиционных для России и Украины технологиях, сохраняя хлеб полезным для здоровья и отвечающим требованиям современного рынка. Еще одно преимущество автомата перед другими тестоделителями – это возможность деления различных видов теста с высоким содержанием влажности. Такие модные в наше время сорта хлеба как багеты, чиабатта, традиционный деревенский хлеб с легкостью делятся и формуруются на оборудовании фирмы Rheon automatic machinery. Становится реальной и идея производства качественного и полезного хлеба по традиционным рецептурам с добавлением кусочков томатов, грибов, оливы, лука и т.д.»

Конечно, конкурировать с западными торговыми марками постсоветским машиностроителям непросто, хотя их продукция зачастую ни в чем не уступает импортной. Однако зарубежные бренды раскручивались десятилетиями, и сегодня отечественным производителям приходится преодолевать стереотип собственных соотечественников, доказывая, что не только немецкому, итальянскому, английскому, японскому и американскому оборудованию можно доверять. Показательно, когда производители оборудования с мировым именем доверяют официальную, вплоть до эксклюзивной, дистрибуцию отечественным машиностроителям (в частности, компания «Агро-3» является официальным дистрибутором фирмы Rheon automatic machinery в России, а также еще 40 торговых марок Европы. Это позволяет компании делать выгодные предложения клиентам как с финансовой, так и с технологической точки зрения). Наши предприятия точно так же кооперируются с международными производителями отдельных деталей и узлов, как это делает весь мир. Большинство фирм, экспонирующихся на interpack и аналогичных форумах, осуществляют только сборку своего оборудования из составных частей, изготавливают которые другие, специализирующиеся на этом фирмы.

Кроме того, об этом редко говорится, но далеко не все импортеры чисты на руку. На рынке СНГ время от времени появляются печи, официально предлагаемые здешними дилерами, прошедшие таможенно, которые стоят дешевле аналогичного оборудования отечественного производства. Хотя этого просто не может быть уже потому, что существуют общемировые цены на металл, которые обойти невозможно, и только использование дешевой рабочей силы позволяет постсоветским машиностроителям продавать печь по цене от 14 до 16,5 тысяч евро. Если же вам предлагают импортную печь по цене ниже этой, знайте, перед вами – «цыганская лошадь». Ожидайте подвоха. Значит, качество металла не соответствует заявленному. Значит, какие-то комплектующие сделаны под маркой не европейского, а юго-восточного производителя. Или просто толщина металла на долю миллиметра тоньше, и через несколько лет он прогорит. Или в составе нержавеющей стали присутствуют не предусмотренные технологией присадки. Помните, что оборудование нельзя сравнивать по критерию «тут дороже, там дешевле», тем более что мелочей в этом деле не бывает. Если выбор предусмотрительно поручен специалистам, они осуществ-



Игорь Сандлер, финансовый директор компании «Альянс Молоко»,

ляют его очень детально, следуя определенному набору опций и параметров. При этом сопутствующий сервис является дополнительным аргументом «за».

Как бы то ни было, а процесс самобразования операторов постсоветских рынков идет. Можно, конечно, сокрушаться по поводу того, что происходит он недостаточно быстро. Самое досадное, что чаще всего они учатся на собственных ошибках. Но главное, на наш взгляд, в другом. В том, что отечественные пекари и кондитеры не только пристально наблюдают за событиями в ближнем и дальнем зарубежье, но и сами не бездействуют. В родных пенатах веет тот же ветер перемен. В Украине стремительно нарастает популярность мелкоштучных изделий, технологи массово увлеклись экспериментами с начинкой, розничная торговля хочет продавать упакованный хлеб, а владельцы хлебобулочных и кондитерских производств всерьез занялись модернизацией технологической базы. Ну, а потеснить импортеров перерабатывающего и упаковочного оборудования нашим машиностроителям еще долго не удастся. Да и не стоит, пожалуй. Все-таки вместе с зарубежными машинами к нам импортируются и передовые технологии.

