

КАК КОНДИТЕРКЕ БЫТЬ В ЗОЖ-ТРЕНДЕ

12 сентября в Минске впервые прошла международная конференция «Кондитерская отрасль. Перспективы и тенденции», в которой приняли участие представители Минсельхозпрода, концерна «Белгоспищепром», РУП «НПЦ НАНБ по продовольствию», а также специалисты всего кондитерского рынка Беларуси.

What is to be done for confectionery to keep up with a healthy lifestyle trend



В живом диалоге профессионалы смогли обсудить волнующие вопросы и поделиться новыми свежими идеями для дальнейшего развития.

С приветственными словами к участникам конференции выступили **Вадим Побединский**,

заместитель начальника Главного управления перерабатывающей промышленности Минсельхозпрода РБ, **Зенон Ловкис**, генеральный директор РУП «НПЦ НАНБ по продовольствию», **Александр Шнелле**, представитель компании Bühler AG, глава региона «Бюлер СНГ».



Вадим Побединский

Холдингу белорусских производителей кондитерских изделий – быть!

Заместитель председателя концерна «Белгоспищепром» Ия Малкина отметила, что в 2018 году общий объем произведенных кондитерских изделий в Беларуси составил 124,6 тысячи тонн. Из них 59,7 тысячи тонн пришлось на мучные кон-

дитерские изделия, 44,9 тысячи тонн – на группу шоколада и изделий из него, и 20 тысяч тонн – это кондитерские изделия из сахара, не содержащие какао.

В целом емкость белорусского рынка, по оценкам зампреда, в прошлом году достигла 198,4 тысячи тонн, в том числе в группе мучных кондитерских изделий – 101,4 тысячи тонн, а шоколада и шоколадных изделий – в 58 тысяч тонн. Импортная и отечественная продукция в них на паритетных позициях, но следует отметить, что в последний год доля отечественных производителей на рынке слегка сократилась. В группе кондитерских изделий из сахара, не содержащих какао, сегодня преобладает импортная продукция. Общий объем этого сегмента рынка оценивается в 39,1 тысячи тонн.

Ия Витальевна отметила существенно изменившиеся вкусы потребителей. Так, многие изделия, выпускаемые белорусскими предприятиями, понятны людям, «рожденным в Советском Союзе». Увы, при поставке на экспорт, особенно на перспективный китайский рынок, эта продукция воспринимается как слишком сладкая. Белорусские кондитерские фабрики продолжают работать в данном направлении, предлагая изделия обогащенные, без глютена, с пониженным содержанием сахара. Большое внимание уделяется новым видам экологической упаковки, а также продукции для подрастающего поколения.



Ия Малкина

С целью объединения усилий белорусских кондитерских фабрик, сохранения всех брендов и удержания белорусского рынка, а также для расширения поставок на экспорт, Ия Малкина анонсировала создание Холдинга производителей кондитерских изделий Республики Беларусь.

Россия наращивает экспорт

Исполнительный директор Ассоциации предприятий кондитерской промышленности «АСКОНД» Вячеслав Лашманкин сделал обзор кондитерского рынка стран ЕАЭС. Суммарный объем рынков этих стран, по его оценкам, находится в пределах 4,3 млн тонн. Из них 3,5 млн тонн приходится на рынок России, 332 тысячи тонн – на

рынок Казахстана, 68 тысяч тонн – это рынок Кыргызстана и 58 тысяч – Армении.

В 2018 году темп роста производства кондитерских изделий в России составил плюс 3,7% к 2017 году. А среднелюдиное потребление кондитерских изделий растет на 3-5% ежегодно. Сейчас оно достигло отметки 25,2 кг на человека в год. С 2000 года темп роста российского рынка кондитерских изделий замедляется и можно констатировать, что он близок к насыщению.

В 2019 году российские кондитеры на рынке ЕАЭС остаются в лидерах по темпам роста экспорта. По официальным данным ФТС России, за первые пять месяцев 2019 года страна экспортировала 224,7 тысячи тонн кондитерских изделий на сумму \$474,18 млн. В абсолютном выражении это на 24,7% выше уровня аналогичного периода 2018 года и на 18,1% в денежном выражении. По прогнозам в этом году экспорт российской кондитерки может достигнуть \$1,3 млрд и 621 тысячи тонн. Также по данным ФТС России в 2018 году таможенная стоимость кондитерских изделий в 13 раз превышала стоимость тонны экспорта необработанных зерновых,

что делает их наиболее привлекательными продуктами в экспортной российской корзине.

Но кондитеры не собираются довольствоваться достигнутым: планируется, что к 2024 году российский экспорт кондитерки достигнет уровня 1 млн тонн на \$2,4 млрд. И первыми это почувствуют страны ЕАЭС, в том числе и Беларусь, потому что этот рынок для россиян остается базовым рынком для экспорта.

Изменяются стандарты маркировки

Заместитель начальника управления технического нормирования и стандартизации Государственного комитета по стандартизации **Наталья Парковская** посвятила свое выступление актуальным вопросам требований технических регламентов ЕАЭС. В частности, она рассказала, что будут внесены ограничения по использованию упаковки из непере-



Участники конференции



Вячеслав Лашманкин

работываемых материалов в ТР ТС «О безопасности упаковки». Отходы от упаковки и упаковочных материалов в Беларуси вызывают множество проблем. Поэтому наша страна инициировала введение ограничений на использование ПВХ-этикеток на упаковке из полиэтилентерефталата (ПТФ (ПЭТ)), ограничение применения легких полимерных пакетов, введение дополнительных требований к маркировке и т.д. Первая редакция изменений уже подготовлена и в ближайшее время ее планируют направить в ЕЭК. Кроме того, планируется уточнить отдельные положения ТР ТС «Пищевая продукция в части ее маркировки» с учетом практики его применения. В частности, речь идет об указании в составе продукции применяемого при ее изготовлении вида растительного масла, жира. Дополнительные требования к шоколаду, шоколадным изделиям и какао-продуктам будут внесены в ТР ТС «О безопасности пищевой продукции».

Мода на ЗОЖ-муку

Представитель компании **Bühler AG/Haas Борис Тимофеев** в своем выступлении охарактеризовал основные тенденции мирового рынка мучных кондитерских изделий. Он отметил, что для населения США и ЕС стало характерным выбирать продукты питания исходя из их питательной ценности и пользы для здоровья. Плюс им важно, получают ли они от этой пищи удовольствие. Поэтому в их ежедневном меню все чаще преобладают овощи, фрукты, а последний тренд – продукция без глютена.

Мода на ЗОЖ-муку

В России также наблюдается рост продаж лубой продукции с ЗОЖ-этикетками. Приставки «био», «эко» или прилагательное «натуральный» сразу увеличивают спрос на продукт на 39%, «без ГМО» – на 50%, а маркировка, что этот продукт предназначен для веганов, повышает к нему интерес на 102%. Около 40% российских покупателей признаются, что ими движет забота о здоровье родных и близких. И только 5% открыто следуют моде. Исходя из этого у производителей может быть две стратегии работы на рынке: выпускать вкусный и дешевый продукт, либо вкусный, недорогой и при этом полезный. В первом случае успех ждет тех, кто выпускает известный на рынке продукт с простой рецептурой, добился высокой производительности и имеет прибыль за счет объема. Во втором – к традиционному продукту добавляется «обогащенная» рецептура, рекламная поддержка, а цена не превышает верхнего порога стоимости традиционных продуктов. Имеется множество вариантов, как обогатить рецептуру, чтобы сделать продукт полезным. Например, пшеничную муку в вафельном листе на 75% можно заменить на муку турецкого гороха или кукурузную муку. В гороховой муке нет глютена, больше белка и в три раза больше клетчатки. А кукурузная позволяет уменьшить содержание жира в продукте, при этом получить хрустящую структуру и доба-

Наталья Парковская



Наталья Парковская



Радостная встреча коллег

онной среды для осуществления и поддержки образовательного процесса с применением дистанционных образовательных технологий.

Табу на «негативные» ингредиенты

Начальник отдела по технологической поддержке продаж специализированных жиров для кондитерской отрасли **ООО КРЦ «ЭФКО-Каскад» Екатерина Хамбалинова** выделила пять трендов на рынке кондитерских изделий. Первый и основной, который уже нельзя игнорировать, – это акцент на здоровом питании и натуральности продукта. По данным Глобального исследования компании Nielsen Россия,

более трети покупателей готовы переплачивать за здоровые продукты. Больше всего покупатели доверяют таким надписям на этикетках, как «низкое содержание сахара», «низкое содержание солей», «свежий продукт». Тренд на «чистую этикетку» выражает нежелание потребителей больше покупать продукты с транс-изомерными жирами, лактозой и глютенем. Они с интересом изучают состав продуктов. Лишь 11% признались, что не читают состав на этикетке. Третий тренд – нестандартный подход к формовке и упаковке. Людей нужно продолжать чем-то удивлять, привлекать их внимание к своему продукту оригинальным видом и формой. 57 – 58% россиян признались, что в первую очередь обращают внимание на дизайн упаковки, тип упаковки и бренд. Размер упаковки важен для 43% опрошенных и только для 7% главный

видеть микроинкапсулированные специи. Такие же плюсы и от использования рисовой муки. Специалисты компании **Bühler AG/Haas** отслеживают популярные мировые тенденции, вырабатывают концепции, изготавливают экспериментальное оборудование и запускают пилотные проекты. Технологические центры компании работают для кондитерской отрасли в Швейцарии, Австрии, Дании и Голландии.

О возможности использования нетрадиционных видов муки в своем выступлении говорила и **кандидат технических наук декан УО «Могилевский государственный университет продовольствия» Ирина Машкова**. Специалисты кафедры хлебопродуктов разработали и опробировали рецептуры для изготовления печенья, песочных полуфабрикатов, вафельных листов и бисквитов из ржаной сеяной, ржаной обойной, рисовой, кукурузной, гречневой, гороховой, фасолевой, люпиновой муки. А с использованием зерновых хлопьев, масличных семян и сухофруктов можно изготавливать вафли, печенье и кексы. В своем выступлении Ирина Анатольевна, конечно же, **уделила внимание вопросам подготовки кадров**. На сегодняшний день в МГУП накоплен большой опыт по использованию современных методов организации процесса обучения на основе профессионально ориентированных образовательных технологий, направленных на формирование у будущих специалистов значимых для профессиональной деятельности компетенций. В университете создан центр дистанционного обучения, основной задачей которого является создание современной технологической, информационно-аналитической и коммуникаци-



Александр Шнелле

критерий – это вкус. Следует учитывать, что многие потребители теперь завтракают, обедают и ужинают на работе или в дороге, в связи с чем становятся популярными продукты to go — снеки, которые удобно взять с собой. Чипсы, сухарики, орехи, печенье, шоколадные батончики, попкорн, вафли – это четвертый глобальный тренд на рынке кондитерских изделий. 45% россиян регулярно используют снеки в качестве альтернативы обычному приему пищи. Чаще всего на завтрак – 52%, ужин заменяют снеками 40% человек. И последний тренд,

критерий – это вкус. Следует учитывать, что многие потребители теперь завтракают, обедают и ужинают на работе или в дороге, в связи с чем становятся популярными продукты to go — снеки, которые удобно взять с собой. Чипсы, сухарики, орехи, печенье, шоколадные батончики, попкорн, вафли – это четвертый глобальный тренд на рынке кондитерских изделий. 45% россиян регулярно используют снеки в качестве альтернативы обычному приему пищи. Чаще всего на завтрак – 52%, ужин заменяют снеками 40% человек. И последний тренд,

который стоит учитывать, — это персональная направленность. Большинство мировых производителей начали напрямую обращаться со своими продуктами к определенной группе потребителей: для тех, кто занимается фитнесом, для мужчин и женщин, для детей и различных поколений. Это может быть шоколад for man, фитнес-батончики, детское печенье.



Участники конференции

Подводя некоторые итоги обсуждения, **глава представительства Bühler AG в Беларуси Илья Павколас** обратил внимание, что сладости находятся на самой вершине пищевой пирамиды, их рекомендуется сокращать в пищевом рацио-



Илья Павколас: «До новых встреч!»

Докладчиков много не бывает

О научном сопровождении кондитерской отрасли Республики Беларусь рассказала **Татьяна Шугаева**, ведущий инженер-технолог РУП «НПЦ НАНБ по продовольствию», **Елена Герасименко**, директор ОАО «Пякарская справа» познакомила присутствующих с опытом применения солодовых экстрактов в производстве кондитерских изделий, **пред-**

не, но они все равно там присутствуют. И в сложившейся ситуации доверие покупателей кондитеры могут завоевать только одним способом: просто убрать или заменить те ингредиенты, которые воспринимаются покупателями как негативные. То есть избегать искусственных добавок, красителей, эмульгаторов, консервантов и аллергенов.



Марина Седыки

ставители компании «Бюлер» Марина Седыки и Максим Иванов рассказали о возможностях создания новых продуктов, в том числе с использованием цифровых технологий. **Александр Чернухо, сооснователь и директор Digital-агентства 5S**, выступил с сообщением «DIGITALизация: новая эпоха потребления» (читайте подробнее на стр. 42). **Людмила Овсянникова, главный редактор журнала «Пекарь&Кондитер»**, рассказала об основных итогах кондитерского форума «КОНФИТУР», организованного ИД «Сфера» в Санкт-Петербурге.

Участники конференции имели возможность продегустировать новые виды продукции, а также получить подробные консультации специалистов «Бюлер» по их производству. Конференция закончилась активным нетворкингом.

Подготовила Людмила Овсянникова



Участники конференции