

Елена Алексеенкова,
Институт развития сельского хозяйства



Пряный шоколад, «мини» и полная автоматизация: о трендах кондитерского рынка

Мир кондитерских изделий, как и все в нашей жизни, подвержен веяниям моды. Кто с десятков лет назад ел шоколад с ароматом дыма, сладости с приправами карри, чили и делал пирожные из сыра с плесенью? Кто читал этикетки и считал калории? А металлодетекторы. На фабриках не было такого оборудования. Сегодня же – это будни, реальность, современный кондитерский рынок. Беседуем с представителями фабрик и производителями оборудования для самой «сладкой» отрасли нашей промышленности.

НА СМЕНУ СТАРОМУ

По оценкам компании «Danler» рынок кондитерских изделий ежегодно прирастает на 14-17%.

– Первый наблюдаемый нами тренд – переориентация потребителя в сторону здорового питания. Трудно представить, но еще 10 лет назад средний потребитель, приобретая сладости, почти не интересовался натуральностью их состава. Сейчас наблюдается тренд на снижение сахара, красителей, ароматизаторов и прочих вредных компонентов. А чтобы подчеркнуть вкус, в лакомства добавляют немного соли и пряности. Для пирожных и тортов используют соленую карамель, для тортов и чизкейков – сыры с пикантными нотками, например, камамбер. Некоторые потребители идут еще дальше, переходя на веганские продукты. Для них используют тесто без яиц и сливочного масла, кремы на рас-

тительных «сливках», какао-масло и какао-порошок, плюс различные фрукты и ягоды. Этих ингредиентов вполне хватает для создания вкусных угощений, – считает **руководитель отдела по работе с партнерами «Danler» Ирина Назарова.**

Еще одним трендом в компании считают замену устаревшего оборудования на многофункциональное, что требуется не только для удобства, но и для повышения технологичности, увеличения ассортимента.

– Например, приобретая шприц-дозатор и несколько насадок, с помощью этого оборудования можно не только «шприцевать» изделия, но и превратить его в небольшую отсадочную машину, что суммарно позволит выпустить широчайший ассортимент: пончики, рогалики, сдобные булочки, круассаны, эклеры и многое другое, – продолжает **Ирина Назарова.**

Все сейчас заняты отказом от ручного труда, считают в **ООО**

«Костагрупп». Кондитерские компании занимаются модернизацией производств, сменой оборудования на более автоматизированные.

– Если речь идет о клиентах из России, в основном, это замена и модернизация оборудования. Если клиенты из-за рубежа и отдаленных регионов – это формирование производства с нуля. Здесь мы принимаем участие в проектировании и подборе более совершенных технологий. Например, одна из последних поставок – полный комплекс оборудования для производства сахарного печенья в г. Худжанд Республики Таджикистан, – рассказывает **учредитель компании ООО «Костагрупп», собственник бренда «KOSTA sweetmachines», Константин Симкин.**

На **Свердловском экспериментальном механическом заводе (СЭМЗ)** отмечают расширение ассортимента кондитерских изделий и стремление к полному оснащению поточными линиями.



– Степень автоматизации в кондитерской отрасли намного выше, чем в хлебной. То же овсяное печенье или конфеты, за которыми мы приходим в магазин, должны быть идентичны и выглядеть одинаково, с одинаковым вкусом, поэтому их необходимо производить на поточных линиях, – говорит **генеральный директор СЭМЗ Константин Писаревский**. По словам руководителя, полноценные поточные линии, выполняющие весь процесс работы от начала до конца, в России не производят. В основном, это швейцарские и итальянские линии, которые более экономичны.

Однако есть и российское оборудование, которое кондитерам нравится и вполне их устраивает. На **фабрике «Мэри»** используют двухскоростные тестомесы «Восход» и в сравнении с итальянской техникой большой разницы не замечают.

– Наше работает хорошо, а по стоимости – дешевле, – говорит **главный технолог кондитерской фабрики Алла Миндигужина**.

Предприятие работает на ротационных печах, в основном, это печи «Ревент». Закупали в том же городе, где и находится фабрика, в Челябинске, компания «Макиз Урал». Здесь же докупали тестомесы, делители и округлители. Оборудованием довольны.

ПЕЧЕНЬЕ И ШОКОЛАД

Из российской техники на **фабрике «Фантель»** – только глазировочная машина. Остальное – итальянское и немецкое оборудование. Если говорить о вкусах покупателей, то здесь отмечают возвращение классики.

– Возросли продажи торта «Домовенок» с рецептурой всем известного «Муравейника», как и всегда популярен «Киевский торт», – рассказывает **директор по качеству ООО КФ «Фантель» Ольга Доронина**. – Каждый регион России предпочитает определенный продукт, это видно по продажам. На севере любят калорийные изделия с медом, сгущенкой, маслом. На юге востребована более легкая продукция, со сливками, к примеру.



В «Фантель» подтверждают тенденцию к здоровому питанию, а также растущую популярность мини: пирожное, маленький торт, что-то для чаепития «на разок». Обязательно в удобной упаковке и с минимумом консервантов. Замечают увеличение посещаемости мини-пекарен.

– Сейчас все люди идут в кофейни, пекарни, где тут же изготавливают кондитерские изделия. В это пирожное могут положить все, ягоду, например, и она не испортится, потому что ее куда не надо везти. Пирожное тут же купят и съедят. И оно будет очень вкусным. Мини-пекарни – это серьезная конкуренция для крупных кондитерских фабрик, которым при создании продукта нужно думать о транспортировке, хранении и сроках годности.

В **ООО «Костагрупп»** отмечают наибольший процент концентрации кондитерских предприятий в сфере производства мучных изделий. Причина – доступность сырьевой базы. Вторая половина кондитерских фабрик занимается шоколадным, сахарным и прочим производством.

На «СЭМЗ» так же подтверждают популярность мучных кондитерских изделий и шоколада. Однако, с поставкой шоколада и многих других ингредиентов за последние годы в России ситуация кардинально изменилась – санкции.

– Сейчас эти продукты приходится закупать у нас, но это уже не то качество и не та цена, – считает **Константин Писаревский**. – Кондитерские холдинги все покупают за рубежом, потому что качество там проверенное, приходит из года в год стабильное. Это очень важно, когда поставка вчерашняя, поставка завтрашняя и сегодняшняя будут идентичны по качеству. Без перебоев.

Вопрос стабильной цены и качества в «Сладонез» решили покупкой мельничного комплекса. Интегрированный в компанию, сегодня он производит муку и дает 15-18% рентабельности, – говорит в одном из своих интервью **председатель Совета директоров группы компаний «Сладонез»**, одна из которых занимает второе место в России по производству вафель.

КОНДИТЕРСКИЙ РЫНОК

Рассказывая о холдингах, в СЭМЗ отмечают тенденцию поглощения мелких игроков более крупными. Наряду с растущей популярностью сегмента частных пекарен, наблюдается консолидация рынка. Все больше кондитерских фабрик выкупается иностранными компаниями, занимающими большую процентную долю на полках магазинов, – говорит **Константин Писаревский**.

– Большая закредитованность населения, низкая покупательская способность посетителей магазинов, естественно, влияет на наших клиентов не в лучшую сторону. Одна из серьезных проблем кондитерской отрасли – это работа с сетевиками, которые хотят получить более качественный продукт по низким ценам и, желательнее, с большой отсрочкой. Также существует очень большая кадровая проблема на всех этапах производства, включая продажи, – считают в **«Костагрупп»**.

С повышением конкуренции сегодня больше мобильности и желания развиваться. Раньше была задача просто накормить рынок, сейчас его нужно еще и удивлять, говорят в **«Air-Bake»**. В компании отмечают стремление предприятий стать более эффективными в управлении, маркетинге, производстве и в поисках внутренних резервов.



В ПОИСКАХ СКРЕПКИ

Несколько лет назад, когда компания **«Danler»** только начинала заниматься металлодетекторами, большинство имеющегося оборудования стоило дорого и, зачастую, не соответствовало запрашиваемым требованиям.

– 10-15 лет назад рядовой потребитель, находя в продукте скрепку, скобу или еще что-то металлическое, просто ругался и выкидывал продукт. В последнее время ситуация изменилась. Люди все чаще отстаивают свои права на качественный продукт в судебных инстанциях, вызывая к закону «О защите прав потребителей» и требуя от производителя обеспечивать безопасность выпускаемой продукции. Такие «проколы» производителю пищевых изделий грозят значительными финансовыми и репутационными

издержками, – рассказывает руководитель отдела по работе с партнерами **«Danler» Ирина Назарова**.

– Мы часто сталкиваемся с ситуацией, когда на контакт выходит производитель, у которого обнаружилась мелкая поломка оборудования. Например, скол ножа. Продукция, которая была произведена этой машиной, теперь содержит кусочек металла. Но она уже упакована и готова к отправке! Учитывая риски потери контракта и штрафов, вся продукция подлежит утилизации, что наносит большой коммерческий ущерб. Приобретая металлодетектор, клиент за день возвращает почти 50% его стоимости (за счет избегания утилизации готового продукта) и сразу докупает еще несколько, удостоверившись в его эффективности, – объясняет специалист.

На своей тестовой площадке с установленным металлодетектором в компании проверяют различные продукты с загрязнениями, режимы работы оборудования, проводят обучение партнеров. Также **«Danler»** активно участвовала в выставках «Агропродмаш», «Современное хлебопечение», «FoodTechKrasnodar», «ExpoHoReCa», «ПРОДИНТЕР», «InterFoodSiberia» и во многих региональных мероприятиях.

В выставках принимает участие и компания **«Padovani»**, как и в «Констагрупп» считает их имиджевыми мероприятиями, площадкой для встреч партнеров и заказчиков.

– Да, как ни странно, это инструмент еще продолжает работать, хоть и является самым старым. Видимо, это у нас в крови: личное знакомство и взгляд глаза в глаза, – говорят в **«Air-Bake»**.

