

КОНФЕРЕНЦИЯ МОРОЖЕНЩИКОВ - 2019

28-29 ноября 2019 г в Москве прошла международная научно-практическая конференция «Опыт работы отрасли производства мороженого в условиях реализации требований Закона о техническом регулировании», организованная Союзом мороженщиков России совместно с ВНИХИ



Участниками двух дней этой весьма представительной конференции стали более 150 руководителей и главных специалистов 46 фабрик мороженого из 43 регионов России, СНГ и зарубежья. А также — представители предприятий по производству ингредиентов, молочного сырья, оборудования для выпуска мороженого.

На конференции с докладами выступили ведущие специалисты фабрик мороженого и смежных отраслей, представители органов государственной власти, научно-исследовательских институтов, отраслевых союзов и ассоциаций.

С приветственным словом к собравшимся обратился **председатель правления Россоюзхолодпрома Юрий Дубровин**, рассказавший о задачах Союза и путях их решения холодильщиками России.

С подробным обзором отрасли мороженого выступил **генеральный директор Союза мороженщиков России Геннадий Яшин** (подробно на стр. 52).

Об особенностях технического регламента в этой отрасли рассказала **Антонина Творогова, д.т.н., замести-**

тель директора ВНИХИ (подробно выступление А. Твороговой на эту тему читайте в журнале «Империя холода» №1 2020 г).

Продолжением темы стал доклад **ведущего научного сотрудника лаборатории технологии мороженого ВНИХИ Наталии Казаковой** «Особенности производства мороженого и взбитых замороженных десертов по нормативным и техническим документам».

Большой интерес вызвало выступление **зам. руководителя Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору Николая Власова**, посвященное внедрению электронной ветеринарной сертификации. В настоящее время оформление ветеринарных сопроводительных документов на всей территории РФ производится в электронной форме (мороженое стало подконтрольным ФГИС «Меркурий» с 01.11.2019 г). Проблема внедрения в отрасли ЭВС идет не просто, вопросов к специалисту было очень много. И главный вывод — всегда можно обращаться в Россельхознадзор, там специалисты готовы по-

мочь производителям в конкретных сложных ситуациях.

Проблемы практики внедрения новых требований к маркировке мороженого были рассмотрены в сообщении **зав. лабораторией стандартизации, метрологии и патентно-лицензионной работы ВНИИ молочной промышленности, д.т.н., Ирины Макеевой**.

Трендам FMCG и рынка мороженого в РФ посвятил свое выступление **руководитель группы по развитию бизнеса «Nielsen Россия» Михаил Самохвалов**.

Мороженое, по данным Nielsen, занимает 10 место в продуктовой корзине, обеспечивая 3,8% продаж. Около 90% его продаж проходят через супермаркеты, минимаркеты и продуктовые магазины. Наибольший вклад при этом вносят супермаркеты и минимаркеты. Максимальная доля объемов, прошедших по промо, наблюдается в гипермаркетах.

— Основная доля продаж приходится на мороженое импульсного спроса, и она растет во всех регионах — сообщил Михаил Самохвалов. — Абсолютным лидером продаж является не фруктовый лед, щербет/сорбет или замороженный смузи, как может показаться, а обычное мороженое...

По данным Nielsen, на рынке представлен большой ассортимент вкусов, при этом лидерами являются мороженое без дополнительного вкуса и ванильное мороженое. На долю новинок последних 3-х периодов приходится 25% рынка. Доля частных марок снизилась во всех каналах современной торговли как в денежном, так и в натуральном выражениях.

Выступление **директора по продажам в России и СНГ компании Takasago Максима Вайсберга** было посвящено мировым тенденциям на рынке мороженого. По его данным, самым крупным рынком является Германия, но наиболее быстрый рост наблюдается в России, Турции и Украине.

Тенд
низкая
жание
безлакто
с ванил
няются
вы. Зам
рынке
ного с
произв
ральны
на 30%
рынке.
Наб
скира.
нают п
видов,
ты со
перфр
авакад
рожен
ность
и вкус
—
ход, к
тели д
ти пр
вкусн
или с
расск
ресны
чи —
кой и
рес п
текст
роже
рошо
бира
цион
клен
ным
А
кире
мен
выс
груп
раз
(ЦР
Бун
пан
обя
пр
ря
и L
ют
по
ти
о
ма
во

Тенденцией последних лет является низкая калорийность, высокое содержание белка, а также активный рост безлактозного молочного мороженого с ванильным вкусом. Активно применяются подсластители: мед, сироп агавы. Заметным явлением на мировом рынке стало мороженое из растительного сырья от компании Alpro. Оно производится из самых вкусных натуральных ингредиентов и содержит на 30% меньше сахара, чем аналоги на рынке.

Набирают силу продукты на основе скира. В настоящее время скир начинают применять и в мороженом новых видов, таких как мини-порции, продукты со вкусом соленой карамели и суперфруктов. Повальное увлечение авокадо также проникло на рынок мороженого, создав еще одну возможность насладиться этим полезным и вкусным сладким лакомством.

— Удивление — маркетинговый ход, к которому прибегают производители для сохранения привлекательности продукта. Сюда относятся укладка вкусных ингредиентов на дно рожка или создание необычных текстур, — рассказал Максим Вайсберг. — Интересный тренд: лакомство со вкусом мочи — это отбитый клейкий рис с начинкой из мороженого. Наибольший интерес представляет мягкая жевательная текстура рисового теста. Такой тип мороженого очень популярен в Азии, хорошо известен в США и постепенно набирает популярность в Европе. Традиционное сочетание мороженого с кленовым сиропом, пользуется активным спросом в Северной Америке...

Актуальной теме — цифровой маркировке молочных продуктов и современным решениям — посвятили свои выступления руководитель товарной группы «Молоко» — оператор **Центра развития перспективных технологий (ЦРПТ) Алексей Сидоров и Алексей Бунеев, директор по развитию компании OMRON.**

До вступления в силу приказов об обязательной маркировке молочной продукции — менее полугодя. Несмотря на активную работу компаний и ЦРПТ, главные вопросы все еще остаются без ответа: участники рынка не понимают, в какую сумму может обойтись оборудование. Не говоря уже о более узких вопросах, например, как маркировать отдельные виды упаковок.

О рынке мороженого в период снижения покупательной способности и новых тенденциях его развития рассказала **Марина Петрова, генеральный директор Petrova Fine Consulting.**

Она подчеркнула, что сегодня потребители предъявляют целый спектр требований к продукту, в числе которых: польза, вкус, необычные формы, натуральность, безопасность, аутентичность, удобство, психологическое удовольствие.

В своем докладе Марина Петрова отметила, что одним из главных трендов, влияющих на потребление молочных продуктов, является упрощение, люди предпочитают простую и понятную форму донесения информации о продукте с помощью дизайна упаковки.

И за оптимальное сочетание этих требований потребитель готов платить больше. Производителям уже недостаточно делать качественный, вкусный и полезный продукт — они должны соответствовать ценностям своей аудитории.

Интересным для производителя было исследование **«Лаборатории трендов» «Как выиграть в борьбе за потребителей на современном рынке мороженого»,** которое представила **директор Научно-образовательного центра маркетинга евразийского сотрудничества СПб ГЭУ Елена Пономарева** (подробно на стр. 56).

Директор по развитию и продажам ООО «Маком РУС» Александр Рыбаков рассказал об уникальных инновационных ингредиентах — концентратах вкуса Butter Buds. В ассортименте компании представлены натуральные концентраты вкуса сливочного масла, молока, сливок, сыра, пива, а также non-dairy и organic, которые придают мороженому натуральный наполненный молочный вкус.

В ассортименте компании «Маком РУС» есть целая палитра классических вкусов мороженого с использованием Butter Buds — сливочный, пломбир, крем-брюле, карамельный, ванильный. Они принципиально отличаются от обычных ароматизаторов, формируют насыщенный вкус и послевкусие и лишь слегка подчеркивают аромат в готовом продукте. Ингредиенты Butter Buds придают мороженому натуральный вкус даже при замене молочного



сырья в рецептуре на растительные аналоги (подробно на стр. 60).

Холодильное оборудование GEA для производителей мороженого представил **Константин Пивоваров, коммерческий директор «GEA Рефрижерейшн РУС».** Являясь активным участником программы импортозамещения, компания развивает сборочное производство в России и осуществляет изготовление холодильных установок на собственном производстве в г. Климовск.

Константин Пивоваров дал информацию об участии компании «GEA Рефрижерейшн РУС» в реализации крупного инвестиционного проекта агрохолдинга «КОМОС ГРУПП» по созданию современной фабрики, где была запущена самая мощная в России линия по производству мороженого.

О своих разработках и предложениях для мороженщиков рассказали специалисты компаний **MANE, «Джорджия», «НАДО», Esarom Russia, Palsgaard R, Barry Callebaut NL Russia, Joy-co, Chr Hansen, «ЭФКО», Mycom rus.** О том, как увеличить маржинальную доходность мороженого, сделал доклад **Роман Калинин («Ватель маркетинг»).**

Во время работы конференции прошли презентация стабилизационных систем, наполнителей, топпингов и вкусоароматических паст с натуральными компонентами для производства мороженого компании **Leagel** и дегустация мороженого с пониженным содержанием сахара **ООО «Торгснаб»,** а также с ароматизаторами компании **Takasago.**