



ХОЛОДОДА

ОБЗОР РЫНКОВ

- КОМПРЕССОРЫ: МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ СТР. 33-35
- ТАНКИ-ОХЛАДИТЕЛИ МОЛОКА СТР. 64-65
- ЗАМОРОЖЕННЫЕ ФРУКТЫ И ЯГОДЫ СТР. 74-76
- МОРОЖЕНОЕ В РЕГИОНАХ СТР. 87-88, 94-95

ВАЖНЫЕ ТЕМЫ

- РАСТУТ ФОРМАТЫ ТОРГОВЛИ СТР. 12-13
- АММИАК — АЛЬТЕРНАТИВА ГФУ СТР. 19-20
- ВТО РАЗОРЯЕТ МОЛОЧНИКОВ СТР. 63-64
- ПРЕОБЛАДАЕТ ДЕШЕВОЕ МОРОЖЕНОЕ СТР. 82

бонеты ❄️
коммерческие лари ❄️
профессиональные витрины ❄️
для реализации весового мороженого



JUKA®



Приглашаем к сотрудничеству!

ООО «ЮКА-Инвест»
Завод коммерческого
холодильного оборудования

12402, Украина, Житомирский р-н,
с. Олевка, ул. Звягельская, 126
тел.: (+380 412) 445-755
факс: (+380 412) 554-157
e-mail: juka@juka.ua

www.juka.ua



СЕРЕБРЯНАЯ ПУЛЯ

Мужчинам на вооружение!

тёмный
шоколад



пломбир во взбитой глазури
и в тёмном шоколаде

белый
шоколад



пломбир во взбитой глазури
и в белом шоколаде

пломбир

пломбир во взбитой глазури

взбитая
глазурь



НОВИНКИ

ГОСТ
Р 52175 2003



ПРОИЗВОДСТВО И ПОСТАВКА
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ
ЖИРОВ ДЛЯ МОРОЖЕНОГО

Официальный дистрибьютор -
ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад»
тел./факс: +7 47234 44959
www.efko.ru



**Всероссийский
аналитический журнал**
август 2013 г.

Издатель
ИД «ХолодИнфо»

При участии
ОАО «Росмясомолторг»,
Россоюзхолодпрома,
Союза мороженщиков России,
Международной Академии Холода

Шеф-редактор
Елизавета Леонтьева

Исполнительный директор
Евгения Эглит

Ответственный секретарь
Владимир Муравьев

Обозреватели
Елена Березовская,
Галина Климова,
Наталья Филимонова

Верстка
Дмитрий Яковлев

Адрес редакции
107113, Москва, ПК и О «Сокольники»,
4-й Лучевой просек,
пав. №5, офис 15
тел./факс: (495) 913-91-01,
(499) 268-24-95

E-mail: holod@holodinfo.ru
www.holodinfo.ru
www.империяхолода.рф

Издание зарегистрировано
В Министерстве РФ по делам печати,
телерадиовещания и средств
массовых коммуникаций
Свидетельство ПИ № 77-12145
29 марта 2002 г.

При перепечатке ссылка
на издание обязательна



СОДЕРЖАНИЕ

Эфко	1
ПО Русский Холод	4
Bitzer	9
МХМ	11
Холодон	12
Росхолод	14
Testo	15
Русские медные трубы	16
Castolin	17
Эйркул	18
Оборудование: надежность, безопасность... инновационность! (Eaton)	21
Дмитрий Исупов	21
Danfoss	23
«ТерраФриго» — широкий спектр продукции	28
И.В. Кленова	28
ФригоСтар	30
LUVÉ	31
Конвек	32
Картек	41
Teledoor	45
Дупасо	49
Энергоэффективные плиты ISOPIR	50

СОДЕРЖАНИЕ

ОЛЕКС ХОЛДИНГ	53
Двухступенчатые поршневые компрессоры Grasso V-серии	54
Продукты Питания	59
Кабинплант	68
Скайс	70
Вологодская ягода	72
Yamato	76
ТД «Холод»	77
«Конфлекс СПб»: новые решения	78
Андрей Дмитриевич	78
Реконструкция системы холодоснабжения ОАО «Липецкий хладокомбинат» (ОК)	80
А.М. Афанасьев, В.П. Жарков, К.А. Тушев	80
Марка	83
Kerry	85
Коммерческое холодильное оборудование JUKA: холодный ветер с Украины (Юка-Инвест)	89
Ежи Эдвард Сикорский	89
Технологические аспекты производства мороженого с ЗМЖ при пониженной массовой доле СОМО	92
А.А. Творогова, Ю.В. Короп, П.Б. Чижова, А.В. Спиридонова	92
Honeywell	96

ВНЕСЕНЫ ИЗМЕНЕНИЯ В ЗАКОН ОБ ОХРАНЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

23 июля 2013 г Президент подписал документ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об охране окружающей среды» и отдельные законодательные акты Российской Федерации». Таким образом, создана правовая основа для обеспечения выполнения РФ обязательств по Монреальскому протоколу по веществам, разрушающим озоновый слой.

Согласно ФЗ в целях охраны озонового слоя атмосферы в России устанавливаются перечень озоноразрушающих веществ, обращение которых подлежит государственному регулированию, и допустимые объемы производства и их потребления, вводятся запреты на проектирование и строительство объектов хозяйственной и иной деятельности, на которых осуществляется производство ОРВ и содержащей их продукции.

Законом устанавливаются требования к обращению озоноразрушающих веществ, включающему их производство, использование, транспортировку, хранение, рекуперацию, восстановление, рециркуляцию и уничтожение, а также их ввоз в РФ и вывоз из страны.

Документом предусматриваются экономическое стимулирование прекращения производства и использования ОРВ и содержащей их продукции, государственный учет обращения озоноразрушающих веществ и государственный надзор за соблюдением требований к их обращению.

Кроме того, законом устанавливается административная ответственность за несоблюдение требований при обращении с веществами, разрушающими озоновый слой.

kremlin.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ ЯГОД

Фруктово-ягодный сегмент российского рынка замороженной продукции в течение последних пяти лет продолжает демонстрировать устойчивый рост на фоне изменения географии продаж.

Под влиянием рыночных факторов производители замороженных ягод и фруктов начали экспансию в российские регионы, инвестируют средства в создание сырьевой базы и намерены выйти в сегмент высокомаржинальной продукции.

В среднем, по данным участников рынка, он растет на 8-10% в год, а по отдельным категориям ягод в годы пикового спроса — на 30-40%. В целом емкость российского рынка замороженных фруктов и овощей с 2007 г увеличилась в 1,8 раза и достигла 88,29 тыс т. В стоимостном выражении емкость рынка увеличилась в 2,1 раза.

fruitnews.ru

БЫСТРЫЙ РОСТ ЗАМОРОЖЕННЫХ МЯСНЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

По данным анализа отечественного производства мясных полуфабрикатов, представленного в «Бизнес-плане мясной лавки (с финансовой моделью)», российское производство замороженных мясных полуфабрикатов в последние три года стабильно увеличивалось. За 2010-2012 гг объем выпуска данной продукции вырос больше чем на треть. В первом полугодии 2013 г положительный тренд производства продолжился.

В структуре отечественного производства замороженных мясных полуфабрикатов в 2012 г наибольшую долю занимали полуфабрикаты мясосодерживающие замороженные и под-

мороженные. В них преобладала доля подмороженных и замороженных в тесте. На рубленые п/ф приходилось на 13,8% меньше, на мелкокусковые и порционные меньше соответственно на 16,2% и 17,5%.

В федеральной структуре производства замороженных мясных полуфабрикатов самая большая доля приходится на Центральный ФО. В Северо-Западном ФО произведено продукции в 2,8 раза меньше. В Сибирском ФО выпущено замороженных мясных полуфабрикатов на 15 тыс т меньше, чем в Северо-Западном округе. Производители Приволжского ФО изготовили на 3,6 тыс т больше этой продукции, чем ее выпущено в Северо-Кавказском ФО. При этом лидирующими регионами России по объему производства данной продукции были Ставропольский край и Белгородская область.

marketing.rbc.ru

ПРОГНОЗ ДЛЯ МИРОВОЙ ПТИЦЕВОДЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Объем мирового производства мяса птицы, по прогнозам ФАО, в 2013 г вырастет на 1,8% по сравнению с прошлым годом. Кроме того, ФАО ожидает более высокий урожай зерновых. Мировой урожай, по прогнозам, вырастет до рекордных 2,46 млрд т в 2013 г, и цены на зерно могут заметно снизиться, что приведет к стабилизации и более спокойной обстановке на рынках.

В докладе также говорится, что цены на корма для птицы и скота начали падать уже в 2012 г и продолжат уменьшаться в течение 2013 г, что предлагает более широкие возможности для рентабельного производства мяса, в частности, в свиноводстве и птицеводстве.

По оценкам ФАО, мировое производство мяса птицы, которое достигло 104 600 тыс т в 2012 г, в этом году вырастет до 106 400 тыс т, т.е. на 1,8%. Продажи мяса птицы в 2013 г, как ожидается, увеличатся на 1,5%, до 13,3 млн т.

meatinfo.ru

РАСТУТ ПРОДАЖИ ЗАМОРОЖЕННЫХ ОВОЩЕЙ И ФРУКТОВ

Согласно данным исследования «Анализ рынка замороженных фруктов и овощей в России в 2008-2012 гг, прогноз на 2013-2017 гг», проведенному компанией BusinesStat, в начале рассматриваемого периода доля импортной продукции на российском рынке составляла 74%, а в конце — 64%.

На этом фоне отечественное производство замороженных фруктов и овощей можно называть таковым лишь условно, так как применяемое на предприятиях сырье в основном привозное и только должным образом расфасовывается в России. Поэтому чистая доля импорта значительно выше.

За период 2008-2012 гг возросло и потребление замороженных фруктов и овощей. По данным BusinesStat, в начале периода продажи продукции фиксировались на уровне в 244 тыс т, а в 2012 г приблизились к показателю в 294 тыс т (+20%). В то же время в 2009 г наблюдалось сокращение объемов реализации, по сравнению с 2008 г, на 5%, когда под влиянием кризиса люди сокращали свои расходы на продукты питания.

Аналитики предполагают, что тенденция роста будет продолжаться в период с 2013 г по 2017 г в среднем на 7% каждый год, в результате достигнув 414 тыс т, что на 41% выше, чем в 2012 г.

marketing.rbc.ru

ПРОИЗВОДСТВО ИНДЕЙКИ БЬЕТ РЕКОРДЫ

Согласно исследованию рынка индейки, производство ее мяса в России в 2012 г выросло на 27%. Положительная тенденция повторяется уже несколько лет подряд.

Спрос на мясо птицы в России, странах СНГ и в мире достаточно высок и имеет устойчивую тенденцию к увеличению. Мясо индейки относят к диетическим продуктам по причине сочетания высокой питательности и низкой калорийности, а жира и холестерина в ней значительно меньше, чем даже в курятине. К тому же, производство индейки имеет достаточно высокую рентабельность.

Главным регионом-производителем мяса индейки в России является Ростовская область. Здесь в сельскохозяйственных организациях сосредоточена большая часть поголовья — порядка 39%, которую обеспечивает самое крупное предприятие по выращиванию индейки в России — ООО «Евродон».

Ожидается, что в ближайшие годы объем производства мяса индейки также будет расти, а к 2015 г он может достигнуть показателя 100-120 тыс т в убойном весе.

*retail.ru***СПРОС НА КОНДИЦИОНЕРЫ И ХОЛОДИЛЬНИКИ ВЫРАСТЕТ**

Согласно обзору китайского рынка фреоновых компрессоров на 2013-2016 гг, подготовленному компанией Sino Market Insight, к 2016 г в Китае спрос на кондиционеры воздуха достигнет 124 млн шт, а на холодильники — 113 млн шт.

Продажи инверторных компрессоров в Китае в 2012 г сократились на 2%, достигнув показателя 34,77 млн блоков, причем продажи на внутреннем рынке, входящие в указанный общий объем, также упали на 2% — до 32,16 млн. Общий объем экспорта остался неизменным, на уровне 2 612 000 блоков.

Китайский рынок компрессоров для холодильников является достаточно зрелым. В настоящее время в числе главных «игроков» на рынке такие компании, как Huayi, Donper, Qianjiang, Wanbao и Embraco.

*acr-news.com***ВТОРОЙ ТОРГОВЫЙ ПАРТНЕР БЕЛАРУСИ**

Замороженные грибы и ягоды составляют основу аграрного экспорта из Белоруссии в Нидерланды. В свою очередь на белорусский рынок импортируются средства для защиты растений, фрукты, овощи и семена. Тем не менее, рост товарооборота по-прежнему сдерживается очень высокими пошлинами со стороны обоих государств, жесткими фитосанитарными требованиями и другими регулирующими факторами.

В целом Нидерланды являются вторым торговым партнером Беларуси после России. Что касается сельского хозяйства, то цифры здесь, конечно, скромнее — товарооборот составляет около \$97 млн.

*IA FruitNews***МОРОЖЕНОЕ С ПОВЫШЕННЫМ СОДЕРЖАНИЕМ БЕЛКА**

Этим летом в британских магазинах появилось мороженое, которое не представляет никакой опасности для фигуры и даже помогает наращивать мышечную массу. Его мож-

но есть всем, кто придерживается низкокалорийной и низкоуглеводной диеты. Дело в том, что в одной порции этого мороженого (150 мл) содержится столько же белка, сколько в 70 гр куриной грудки. При этом в мороженом очень мало жира и сахара, а калорийность порции — всего 123 калории. Основа десерта — пшеничный протеин, в честь которого оно и названо — WheyHey.

Новое мороженое пока выпускается в трех вариантах: шоколадное, ванильное и клубничное. Если покупатели заинтересуются новым продуктом, производитель расширит линейку вкусов.

*kedem.ru***СПРОС НА ХЛАДАГЕНТЫ ВЫРАСТЕТ НА 50%**

В 2012 г мировое потребление хладагентов достигло цифры в \$10,5 млрд, что эквивалентно 1 207 тыс т. А уже к 2018 г этот показатель дойдет до отметки в \$15,7 млрд.

Среднегодовые темпы роста с 2013 г по 2018 г составят 6,9%. Что касается прошлого года, то благодаря возрастающей потребности в охлаждении продуктов в Китае и Индии Азиатско-Тихоокеанский регион обеспечил около половины глобального спроса на хладагенты.

*airweek.ru***У «ЕВРООПТА» ПОЯВИЛАСЬ ХОЛОДИЛЬНАЯ АВТОЛАВКА**

На международной специализированной выставке «Белагро-2013» в Минске был представлен уникальный автомобиль, предназначенный для развозной торговли. Образец создан на ООО «Мидивисана», которое производит



Русский Холод

ХЛАДАГЕНТЫ (фреоны)
ХОЛОДИЛЬНЫЕ МАСЛА
ХОЛОДИЛЬНОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ
МОНТАЖ
ИНСТРУМЕНТ

Тел./факс: (812) 324 83 08
(многоканальный)

ВЫСТАВОЧНЫЕ ЗАЛЫ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ:
ул. А.Матрозова, д. 4, лит. Д, тел./факс: (812) 334 89 50
ул. Сметанина, д. 13, тел./факс: (812) 334-85-82

Embraco, Danfoss, Carrier, Koldtech, Koldtech, Koldtech

также фургоны «Любава». Технологическое задание было получено от ООО «Евроторг», представленного в республике сетью магазинов «Евроопт».

По словам разработчиков, ранее в Беларуси не выпускалась подобная продукция. Автомобиль соответствует всем требованиям в части гигиены и санитарии, его холодильное оборудование работает от автономного генератора. В ларях и витринах постоянно поддерживается необходимая температура. Благодаря конструкции витрин, перевозка продуктов возможна непосредственно на полках, что позволяет покупателям сразу оценить качество товара.

Сканирующее устройство считывает штрих-коды на упаковках, компьютер суммирует стоимость чека, продавцу остается назвать покупателю конечную сумму покупки. В зоне действия связи GSM установленное в салоне оборудование позволяет оплачивать покупки с помощью банковских платежных карт. Обеспечена эргономика рабочего места продавца, удобство получения товара покупателем.

После участия в выставке, новое транспортное средство отправится на маршрут, а на предприятии будет запущен массовый выпуск таких автомобилей.

profi-forex.by

СПЕЦИАЛИСТЫ PLACE! ОСНАСТИЛИ «АТАК»

Компания place! продолжает выполнять поставку и монтаж торгового оборудования для новых объектов. Одним из таких крупных объектов стал супермаркет «АТАК» в подмосковной Балашихе. Торговая площадь объекта составляет 3000 м². В рамках работы над объектом специалисты place! осуществили поставку и монтаж необходимого оборудования. В торговом зале супермаркета установлено холодильное оборудование производства завода Brandford — холодильные горки Romanza Eco, витрины Helios, бонеты Carmen Top Coat.

advis.ru

ЗАМЕНА R404A НА R407A

Сеть испанских супермаркетов Condis Supermercats совместно со своими дистрибьюторами Tazzetti и Decofrio смогли сэкономить до 500 евро в месяц, заменив хладагент R404A на альтернативный ему R407A (известный под брендовым названием Klea407A) с низким потенциалом глобального потепления (GWP) компании Mexichem Fluor. С ноября 2012 г в тестовом режиме была осуществлена замена хладагентов в одном из супермаркетов возле Барселоны.

Результатом данного эксперимента явилась экономия электроэнергии на 25%. Представители компании Mexichem заявляют, что в случае замены хладагентов во всей цепи супермаркетов экономия может составить сотни тысяч евро в год. Владелец супермаркетов отметил, что на основании таких результатов уже в ближайшее время в 10 магазинах будут установлены системы охлаждения с новым хладагентом. Если же предполагаемые цифры подтвердятся, то вся цепь магазинов будет переоборудована.

Кроме этого следует отметить, что эта замена не вызвала глобальных изменений в системе кондиционирования, при этом позволила не только значительно сократить расходы, но и снизила выбросы CO₂ в атмосферу.

c-o-k.ru

МУЗЕЙ МОРОЖЕНОГО ОТКРЫТ В УКРАИНЕ

1 июня, в день защиты детей, в эко-парке «Лукоморье» (Севастополь) открылся первый в СНГ и второй в мире музей мороженого. Находится он в так называемой «Южной резиденции Деда Мороза». Здесь проводят экскурсии, рассказывая о том, как появилось мороженое, каким оно было в древности, какую эволюцию прошло в разных странах, включая Российскую Империю и Советский Союз.

В Музее мороженого десятки экспонатов, многие из которых уникальны. В экспозиции представлены предметы, так или иначе связанные с производством мороженого всех времен и народов. Здесь также можно насладиться этим замечательным продуктом.

sevastopol.su

ДЕНЬ ХОЛОДИЛЬЩИКА»

14-й «День холодильщика» пройдет 27 сентября 2013 г в Димитровграде. Компания-организатор мероприятия «Крео-Групп» при поддержке Российского союза предприятий холодильной промышленности ведет подготовительную работу по организации встречи и разработке программы семинара. Праздник год от года расширяет географический состав участников, обрастает новыми традициями и бережно хранит все то, что было заложено в его основу.

Примечательно, что поступают звонки от новичков, которые узнали о празднике из СМИ и теперь сами хотели бы принять участие в слете.

На сайте «Крео-Групп» размещен счетчик дней, оставшихся до «Дня холодильщика-2013». Организаторы надеются, что он поможет коллегам спланировать свой приезд в Димитровград в сентябре.

Соб. инф.

НОВАЯ СЕРИЯ VT КОМПРЕССОРОВ GEA GRASSO

GEA Refrigeration оптимизировала и упорядочила свой ассортимент двухступенчатых поршневых компрессоров, предложив новую серию VT. Вместо 20 моделей трех различных серий, теперь семь моделей охватывают полный спектр производительности от 217 до 1114 м³/час. Диапазон производительности аммиачных компрессоров лежит между 45 и 262 кВт (-35/+35°C) и между 34 и 203 кВт (-40/+35°C).

Серия VT заменяет модели холодильных компрессоров GEA Grasso серий 12, 12E, и 10, она полностью закрывает диапазон их производительности. В то же время, новые и надежные модели работают с большей эффективностью использования энергии. Новая серия двухступенчатых поршневых компрессоров экономичнее до 9,4% по расходу электроэнергии. Энергоэффективность является в первую очередь результатом оптимизирования внутреннего температурного разделения и уменьшенным внутренним перепадом давления. В то же время предельные температуры при полной нагрузке упали в среднем на 5°K и на 15°K в режиме частичной нагрузки. Это также позволило уменьшить температуру масла до 30°K при частичной нагрузке (в зависимости от потребности в охлаждении). Как и в одноступенчатых поршневых компрессорах серии V, перенос масла в систему здесь крайне мал.

Дисплей микропроцессора «Мониторинг обслуживания» отображает предстоящие интервалы технического обслуживания с учетом фактических условий эксплуатации. Этот инструмент предоставляет возможность экономически

эффективного обслуживания. Двухступенчатая компрессия в одном корпусе позволяет уменьшить размер, а также снижает инвестиционные затраты, чем комбинация отдельных усилителя и компрессоров высокого давления. В то же время эти компрессоры снижают эксплуатационные расходы во время всего жизненного цикла, что снижает общую стоимость владения.

Семь моделей VT GEA Grasso доступны в комплекте с запатентованным экономайзером. Он поставляется в собранном виде для монтажа в машинном зале.

holodcatalog.ru

ПЛОМБИР ООО «ВОЛОГОДСКОЕ МОРОЖЕНОЕ» НЕ ПРОШЕЛ ИСПЫТАНИЯ

Сотрудники управления потребительского рынка и ценовой политики Липецкой области исследовали 5 видов мороженого, изготовленного по ГОСТу. Из образцов продукции не прошел испытание только один — пломбир ванильный в вафлях, изготовленный ООО «Вологодское мороженое» по заказу ООО «ТД Айсберри». Специалисты установили, что массовая доля сухого обезжиренного молочного остатка (СОМО) занижена (в % — фактически 5,4 при норме 7-10), что не соответствует требованиям ГОСТ Р 52175-2003, а также требованиям Федерального закона от 12.06.2008 г. № 88-ФЗ «Технический регламент на молоко и молочную продукцию».

Вместе с тем исследованы следующие виды пломбира, которые прошли испытания в лаборатории и соответствуют заявленным требованиям:

- пломбир ванильный в брикете на вафлях, ОАО «Липецкий хладокомбинат»;
- мороженое «Семейное» пломбир, д.в. 16.04.2013 г. ООО «Вологодское мороженое»;
- мороженое пломбир на вафлях «ГОСТ», ИП Прохожева С.Н., Пензенская область, с. Бессоновка и др.

moe-lipetsk.ru

РАСТЕТ РОССИЙСКИЙ РЫНОК МОРОЗИЛЬНЫХ ЛАРЕЙ

На сегодняшний день рынок морозильных ларей развивается очень активно. Это связано в первую очередь с тем, что большая часть торговых точек реализует предназначенную для хранения в них продукцию: мороженое, полуфабрикаты, ягоды, замороженные овощи и многое другое. Рост продаж обусловлен не только открытием новых магазинов, но переоборудованием уже функционирующих. В весенне-летний сезон морозильные лари становятся одним из самых актуальных видов торгового холодильного оборудования. Объем российского рынка составил 843,6 тыс ларей.

На территории РФ производство морозильных ларей ведется в Калининградской области, республике Татарстан, республике Марий-Эл, в Москве, Московской, Красноярской, Псковской обл. и др.

В прошлом году в Россию было импортировано 141,6 тыс ларей на сумму \$40,97 млн, что больше, чем в 2011 г на 12% в натуральном выражении, но меньше на 6% в стоимостном.

Морозильные лари, импортируемые в Россию, производятся в Австрии, Китае, Турции, Италии, Дании, Сербии, Румынии.

Лари из России экспортируются в Польшу, Италию, Германию.

Discovery Research Group

НА «МГЛ» ВНЕДРЯЕТСЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ СКЛАДОМ

Компании «АНТ Технолджис» и «МГЛ МЕТРО ГРУП ЛОГИСТИКС» заключили договор на внедрение системы управления складом WMS Logistics Vision Suite в складском комплексе компании «МГЛ» в Ногинске.

Проект предусматривает последовательный запуск WMS системы Logistics Vision Suite на всех площадках, где оперирует компания «МГЛ». Первой платформой, подлежащей автоматизации, выбран склад, работающий по технологии BVxD. Такая технология предусматривает планирование распределения ожидаемого входящего потока и управление распределением товарного запаса в случае дефицита и сортировку принимаемого товарного запаса сразу по маршрутам отгрузки, исключая функцию хранения.

Кроме того, на первом этапе проекта будет внедрена система управления двором Logistics Vision Yard с обеспечением возможности поставщикам планировать окна доставки и интегрированным автодозвоном. Затем будут запущены в эксплуатацию участки складского комплекса «МГЛ», связанные с обработкой замороженной продукции, свежих овощей и фруктов, рыбной продукцией и т.д.

Общая длительность проекта рассчитана на полтора года и включает поставку более 400 пользовательских лицензий WMS Logistics Vision Suite.

Справка. «МГЛ МЕТРО ГРУП ЛОГИСТИКС» — провайдер логистических услуг для торговых подразделений Metro Group (магазины Metro Кэш энд Керри, Медиа Маркт). Основной вид деятельности: складские и транспортные услуги. Комплекс размещается на складах общей площадью 75 000 м² и включает склады кросс-дока и склады хранения для ассортиментов продовольственных и непродовольственных товаров, продуктов глубокой заморозки, фруктов и овощей, рыбы и др.

ПРОДУКТЫ СТАЛО ВЫГОДНЕЕ ПОКУПАТЬ ОНЛАЙН

«Аппетит и Компания» — поставщик замороженной продукции основных производителей. Число позиций превышает 1000 наименований. Собственный огромный склад, наличие автотранспорта позволяют говорить о быстрой доставке, высококлассном сервисе и качественных продуктах. Продажа товара осуществляется со склада, доставка производится в торговые точки, магазины и частным клиентам.

При нехватке времени хорошим подспорьем станет обращение к услугам сайта www.appetitiko.ru. Стоимость продуктов здесь ниже, чем во многих крупных супермаркетах. Ассортимент товаров представляет собой совокупность замороженных полуфабрикатов, консервов,пельменей, мороженого, кондитерских изделий и др. Выгоднее сделать заказ более чем на 1999 руб, так как в этом случае доставка по Москве бесплатна. При приобретении товаров на большую сумму, можно обеспечить себя и свою семью продуктами на месяц вперед, разумеется, при наличии большой и хорошо функционирующей морозильной камеры.

Любителей готовых блюд могут заинтересовать различные супы и вторые блюда, которые перед употреблением стоит лишь разогреть. Имеется большой выбор пиццы: сырная, грибная, с салями, с ветчиной и т.д.

federacia.ru

КОМИССИЯ ЕС ЗА ЗАПРЕТ ГИДРОФТОРУГЛЕРОДОВ

Комиссия по охране окружающей среды Европейского Парламента проголосовала за запрет использования гидрофторуглеродов в новом оборудовании, начиная с 2020 г.

Решение, принятое подавляющим большинством голосов, является последним этапом запланированного пересмотра законодательно-нормативных положений по фторсодержащим газам, однако еще зависит от дальнейшей ратификации Парламентом.

Andrea Voight, представитель отраслевой организации EPEE (Европейского Партнерства по Вопросам Энергетики и Окружающей Среды), выразила озабоченность вышеуказанным решением. «Мы крайне разочарованы избранием экологической комиссией пути командно-административной политики с наивысшим ценовым ярлыком, приготовленным европейцам для оплаты», — подчеркнула она.

Ассоциация EPEE призвала всех ответственных лиц, принимающих решения, к продолжению процесса поэтапного вытеснения гидрофторуглеродов для достижения климатических целей, обеспечивая при этом 30 млрд евро экономию, свыше 200 000 прямых и миллионы не прямых рабочих мест в Европе.

Этот чрезвычайно важный результат достигнут вопреки мощнейшему химическому лобби, ведомому группой транснациональных корпораций, озабоченных лишь сбережением своей прибыли за счет окружающей среды и небольших европейских стран.

Альтернативы, свободные от гидрофторуглеродов, уже готовы, что представляет собой прекрасную возможность выдвинуть европейский бизнес в авангард постоянно растущих рынков климатизации и охлаждения, способствуя при этом решению проблемы изменения климата.

acr-news.com

МОРОЖЕНОЕ ПРОИЗВОДИТ АВТОМАТИЧЕСКАЯ КОТЕЛЬНАЯ

Первая в Кузбассе паровая газовая котельная, работающая полностью в автоматическом режиме — без обслуживающего персонала, была спроектирована, построена и смонтирована НПО «Теплоконтрольмонтаж». Сейчас она работает на базе Кемеровского хладокомбината.

Котельная укомплектована современным импортным и отечественным оборудованием. Она снабжена немецкими газовыми горелками, поэтому экологически чистая, за счет автоматизации ее работа экономична и безопасна, а также более точна в технологическом плане, что позволяет повысить качество выпускаемой продукции.

Котельная, производящая две тонны пара и 10 м³ горячей воды в час, служит для производства мороженого. Ко дню шахтера работники комбината, используя в производстве новую котельную уже выпустили, новые виды мороженого — пломбир в стаканчике «Шахтер» и эскимо на палочке «Давняя мечта».

ria-sibir.ru

ЗА ВОДУ В КУРЯТИНЕ — БОЛЬШЕ НЕ ПЛАТИТЬ

В Украине с 1 июля 2014 г. вступает в действие новый стандарт по содержанию влаги в мясе птицы. В частности, новый национальный стандарт разработал Институт птицеводства Национальной академии аграрных наук по заказу Министерства аграрной политики и продовольствия. Соглас-

но ему, показатель массовой доли влаги, выделяющейся при размораживании мяса, должен составлять 4%.

По информации Минэкономразвития и торговли Украины, соблюдение показателя содержания влаги в мясе птицы является обязательным для стран ЕС. Поэтому такое нормативное нововведение позволит украинским птицеводам значительно увеличить свое присутствие на рынке ЕС.

Показатель содержания влаги в мясе птицы в ЕС определяется в зависимости от способа охлаждения. В частности, для воздушного охлаждения — 1,5%, для воздушно-водного — 3,3%, для водного — 5,1%. Что касается стандартов РФ, то этот показатель равен 4% для водяного охлаждения.

Поэтому новый стандарт, который соответствует требованиям как Европы, так и России, позволит увеличить экспорт украинской продукции птицеводства.

Также усилению присутствия на иностранных рынках будет способствовать то, что показатель влаги при размораживании может определяться договором-контрактом со страной-импортером.

food.com.ua

ЧТО ИТАЛЬЯНЦЫ ЗНАЮТ О НАСТОЯЩЕМ ХОЛОДЕ

Недавно было создано совместное российско-итальянское предприятие «РУССКОЛД», которое предоставило отечественному покупателю возможность приобретать продукцию известного итальянского производителя Cold Car, специализацией которого является выпуск изотермических фургонов.

Рефрижераторы Cold Car отличаются надежностью и удобной конструкцией. Разработана целая линейка фургонов различной вместимости, однако на российском рынке наибольшим потенциалом обладает 16-кубовый фургон-рефрижератор, установленный на шасси Iveco Daily. Он в первую очередь предназначен для перевозки замороженных продуктов питания. Инженеры компании постоянно работают над усовершенствованием техники Cold Car. Так, поддержание рабочей температуры -33°C осуществляется эвтектическими плитами, которые «набирают» холод во время стоянки, а когда автомобиль движется, отдают его. Температура поддерживается в течение 10-12 час, специально для пролонгирования этого времени, ширина стенок фургона увеличена до 10 см, что немного больше, чем у конкурентных моделей.

Для вывода лишней влаги в полу расположено дренажное отверстие. Специалисты Cold Car продумали все до самых мелочей: положили решетчатый настил, чтобы груз не примерзал к полу, дверные проемы обеспечили электроподогревом во избежание примерзания дверей, разделили внутреннее пространство на несколько отсеков (каждое со своей алюминиевой дверью) для удобства перевозки товаров.

Для улучшения аэродинамических качеств фургона холодильная установка расположена под днищем.

bilmard.ru

«БИТ» ПРИСТУПИЛА К СТРОИТЕЛЬСТВУ В ПЛП

ГК «БИТ», являющаяся федеральным производителем замороженных полуфабрикатов (основной бренд «4 СЕЗОНА»), приступила к строительству производственно-распределительного центра в новосибирском промышленно-логистическом парке (ПЛП). Инвестиционное соглашение между ЗАО «Хладокомбинат «Западный» (входит в «БИТ»), АИР и

ОАО «Управляющая компания ПЛП» было подписано еще в феврале 2012 г. Проект создания производственно-распределительного центра торговой марки «4 СЕЗОНА» с собственной дистрибуцией предполагает строительство складских помещений с регулируемым температурным режимом. Срок его реализации — три года, расчетный объем грузопотока готовой продукции — 25 тыс т в год, объем инвестиций составит около 500 млн руб. Реализовывать проект будет дочерняя компания группы «БИТ» «РусБитХолод», зарегистрированная в Новосибирской области и получившая статус резидента парка.

kommersant.ru

ДАН СТАРТ СТРОИТЕЛЬСТВУ ЗАВОДА «ТЕПЛАНТ»

18 июля в Ивановской области состоялась торжественная церемония, посвященная началу строительства завода «Теплант» по производству теплоизоляционных материалов и сэндвич-панелей. Ввод предприятия в эксплуатацию намечен на II кв. 2014 г. Генподрядчик — компания «Монолит», уже развернула подготовительные работы.

Сразу после завершения строительства первого корпуса начнется монтаж высокотехнологичной линии по производству сэндвич-панелей. Компания «Теплант» заключила контракт с итальянским поставщиком промышленного оборудования.

Инвестиции ОАО «Теплант» в строительство завода составят более 2,6 млрд руб. Планируемая производительность — 2 млн м² сэндвич-панелей в год.

Стеновые сэндвич-панели Teplant (Теплант) предназначены для жилищно-гражданского, промышленного строи-

тельства, на предприятиях пищевой и перерабатывающей промышленности, зданий и помещений холодильников.

teplant.ru

НОВАЯ РАЗРАБОТКА КОМПАНИИ «ТЕРМОКУЛ»

Компания «Термокул» представляет программу «Приток 2.1», предназначенную для самого широкого круга технических специалистов, занимающихся проектированием холодильных складов и камер, а также подбором холодильного оборудования.

Разработка в полном объеме реализует известную методику расчета теплопритоков в холодильную камеру прямоугольной формы. В программу интегрированы все необходимые базы данных, поэтому она не требует отдельной установки и может быть запущена с любого носителя.

Интерфейс программы прост и интуитивно понятен, данные для расчета вводятся в соответствующие ячейки на панели, выбор вариантов климатических условий, строительных и изоляционных материалов, режимов работы холодильной камеры и других параметров осуществляется с помощью выпадающих меню.

После того, как произведен расчет теплопритоков через ограждающую конструкцию, можно перейти к расчету следующей группы теплопритоков, выбрав соответствующую закладку в центральной части панели программы. Когда расчет теплопритоков выполнен полностью, можно дополнительно подобрать соответствующее камерное теплообменное оборудование фирмы KUBA и компрессорно-конденсаторные агрегаты производства компании «Термокул».

Соб. инф.

КОМПАНИЯ «ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ» ПОЛУЧИЛА ЕВРОНОМЕР

8 июля 2013 г крупнейший российский производитель замороженных полуфабрикатов компания «Продукты Питания» получила Еврономер, дающий право на экспорт своей продукции в страны Евросоюза.

Завод компании — ООО «Продукты питания Калининград» — успешно прошел европейский аудит и в очередной раз подтвердил соответствие действующей системы менеджмента качества и безопасности международным стандартам.

Еврономер — результат долгосрочной инвестиционной стратегии в совершенствование технологий производства и внедрения высших стандартов качества и безопасности продукции.

Девиз компании: качество еды — качество жизни, и забота о потребителе стоит на первом месте.

За 15 лет динамичного развития компания постоянно инвестирует в новейшие технологии, создание инновационных продуктов, совершенствование системы качества. На заводе внедрена и действует система управления безопасностью пищевых продуктов, ее соответствие требованиям и принципам НАССР подтверждено международным сертификатом.

В 2012 г производственный комплекс компании «Продукты Питания» подтвердил соответствие системы менеджмента безопасности пищевых продуктов и качества процессов требованиям международного пищевого стандарта IFS.

Оценка высокого качества продукции подтверждена потребителем рынком FMCG в категории ЗПФ: ТМ «Золотой

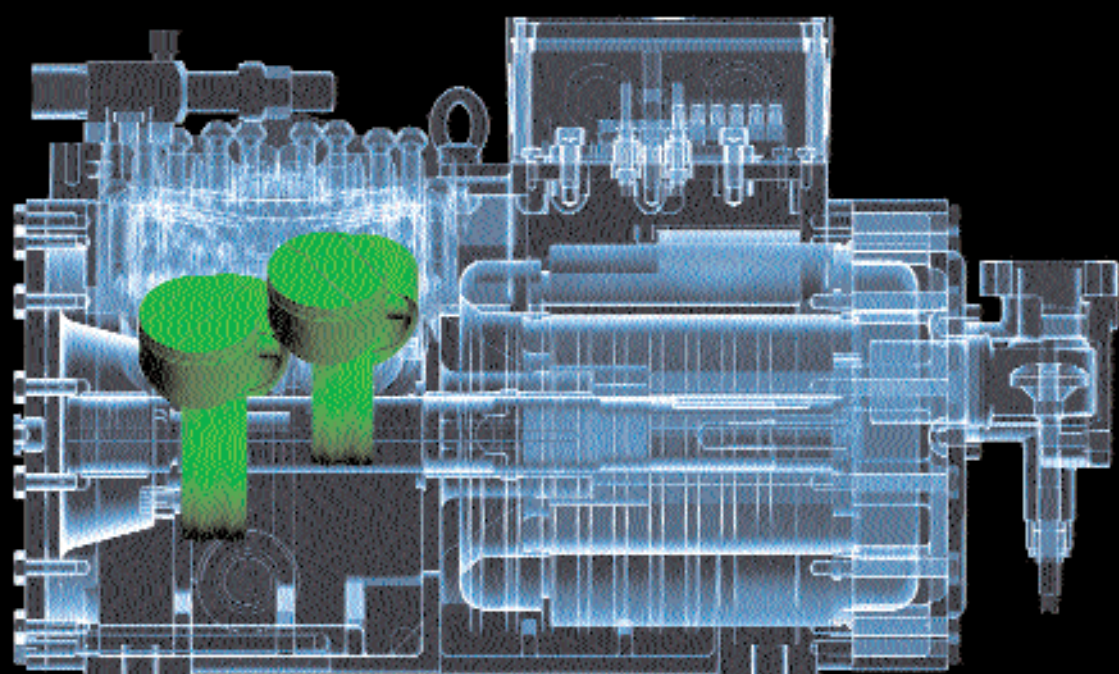
Петушок» — Марка № 1 по результатам общенационального голосования в 2012 г.

В январе 2013 г компания получила высокую оценку качества продукции и со стороны европейских специалистов, и потребителей на международной выставке пищевой промышленности в Берлине «Зеленая неделя». Особый интерес вызвали продукты «Филе грудки цыпленка» и «Наггетсы «Традиционные» ТМ «Золотой Петушок», а также готовые обеды ТМ «Российская Корона», что дает компании хорошую мотивацию на реализацию своей продукции на европейских рынках.

Сегодня наличие Еврономера позволяет усилить амбиции компании — расширить географию продаж за пределами России и ближнего зарубежья, поставлять замороженную продукцию российского производства высокого качества в страны Евросоюза.

«Наша задача — это забота о потребителе, обеспечение его продуктами высокого качества. — говорит вице-президент компании «Продукты Питания» Дамир Имамович. — Фактически, Европа признала, высокое качество нашей продукции. Инвестиции в новые технологии и формирование тренда потребительского рынка — качественного питания — будут и в дальнейшем являться приоритетной стратегической задачей компании. Кроме того, Еврономер дает возможность расширить нашу географию продаж. А это для нас — уже новые задачи, так что все интересное еще впереди».

Соб. инф.



**ПЕРВОПРОХОДЦЫ В ТЕХНОЛОГИИ.
ЛИДЕРЫ В ЭФФЕКТИВНОСТИ.**



NEW ECOLINE



NEW ECOLINE VARISPEED



OCTAGON CO₂

Энергетическая эффективность и экологическая безопасность холодильных систем и установок кондиционирования воздуха играют все возрастающую роль. Инновационные поршневые компрессоры от лидера отрасли сделают Вас уже сегодня готовыми к требованиям завтрашнего дня. Касается ли это использования природных хладагентов, точной регулировки производительности или специальных компрессорных технологий, с BITZER Вы найдете самое экоэффективное решение для любого применения. Узнайте больше о нашей продукции на www.bitzer.de



DAS HERZ DER FRISCHE

КОНКУРЕНЦИЯ С СЕТЯМИ — НАПРАСНАЯ ТРАТА ВРЕМЕНИ

Александр ЮШИН, гендиректор компании «Спецхолодмонтаж»

Начинающий предприниматель, собравшийся заняться розничной торговлей, как правило, ориентируется на успешных ритейлеров. Изучение бизнес-планов, кто с чего начал... Однако не все понимают, что после аренды или выкупа подходящего для магазина помещения в первую очередь необходимо задуматься о холодильном оборудовании. К тому же компаниям, специализирующимся на монтаже и обслуживании холодильного и торгового оборудования, лучше видна картина современного рынка, именно они с учетом требований своих клиентов-предпринимателей способны отслеживать последние тенденции в оснащении магазинов.

Предприниматели ждут отдачи от вложенных средств. Но сейчас среди такого количества сетевых магазинов им тяжело работать. Сетевая торговля определенно преобладает над частными магазинами. Перспектива для целевого ритейла — относительно небольшие площади магазинов. Попытки создать конкуренцию сетевикам — бесполезная трата времени, нужно конкретно заниматься тем, в чем ты силен.

Наша компания, к примеру, работает с одной из питерских сетей. Мы начинали пять лет назад — у них было около 12 магазинов, сейчас их уже 50. Это подразумевает другую логистику, стоимость товара уменьшается, у магазинов появляется возможность снижать цены. У них три формата: малый, средний и большой. Малый формат имеет площадь зала примерно 200 м², из холодильного оборудования — пятиметровая ванна низкого холода, среднетемпературные горки и гастрономические прилавки, только выносной холод, никакой встройки. И эти малые форматы развиваются как в городе, так и в области, но при этом появляются они и в центре города.

Некоторые предприниматели, чтобы было попроще и не шумно, используют оборудование со встроенными агрегатами. А если вентиляции и кондиционирования нет, в торговом зале

становится жарко — и для оборудования, и для покупателей. Для того, чтобы установить кондиционер, опять же необходимы дополнительные затраты. В общем-то, это основные сложности, которые возникают перед предпринимателем, когда он открывает магазин — электроэнергии недостаточно, планировка зачастую не соответствует требованиям небольшого магазина. Ведь столько нюансов — нужны удобные разгрузочные окна, а со двора может не быть въезда, к тому же в жилых домах установлены жесткие требования по вибрации и шумам.

Как правило, первоначально неправильно просчитываются инвестиции в открытие магазина. Берется самая минимальная стоимость. Таким образом, рассчитывают не только новички в бизнесе, но и опытные представители ритейла. Для примера — у нас в городе есть определенная сеть, объединяющая 15 магазинов. Около пяти лет назад проводился тендер — по нашему предложению нужно было, к примеру, 2,2 млн руб на оснащение холодом одного магазина этой сети. Собственник выбирает более дешевый вариант наших конкурентов. Проходит пять лет, и сеть возвращается к нам с просьбой взять их на сервисное обслуживание в связи с плохой работой холодильного оборудования. Почему так получается?

Сэкономили, сделали все некачественно — не уходит талая вода, нет дренажа, нет вентиляции. Все это не было продумано заранее, и это во всех магазинах. Как итог — дополнительные траты для самой компании. Они убедились, что не стоит экономить на качестве. Когда изначально все грамотно сделано — магазины построенные пять лет назад не испытывают проблем с работой холодильного оборудования.

Также важно вовремя обсудить проект со специалистами. Как только предприниматель предполагает взять в аренду или выкупить помещение, уже нужно приглашать специалистов. Нужно понимать, что сухие стеллажи

можно расставить как угодно, освещение тоже можно как угодно разместить, подсобные помещения оснастить, а у холода есть своя специфика. Если это продукты питания — то однозначно нужно звать специалистов, инженеры посмотрят и посоветуют как и что лучше сделать. Я не говорю, что холодильщики — самое главное звено, но если предприниматель настроен торговать продуктами, нужно думать заранее о том как их хранить, чтоб избежать убытков.

В принципе все, кто приходят к нам, понимают что они хотят, мы помогаем только рекомендациями, чтобы не было лишних затрат, делаем корректировки. Люди в основном выбирают не только категорию, но и соотношение цена-качество. Хотя, конечно, я бы рекомендовал более дорогое и качественное оборудование. Но с учетом положения бизнеса в России, неизвестно сможет ли компания проработать на рынке хотя бы десять лет.

Крупные сетевики, делающие крупные инвестиции, конечно, выбирают более дорогое оборудование. А если ты индивидуальный предприниматель с одним-двумя магазинами, то не знаешь что будет завтра. Но надо понимать, что первичные грамотные затраты на закупку оборудования в дальнейшем позволят сэкономить на эксплуатации.

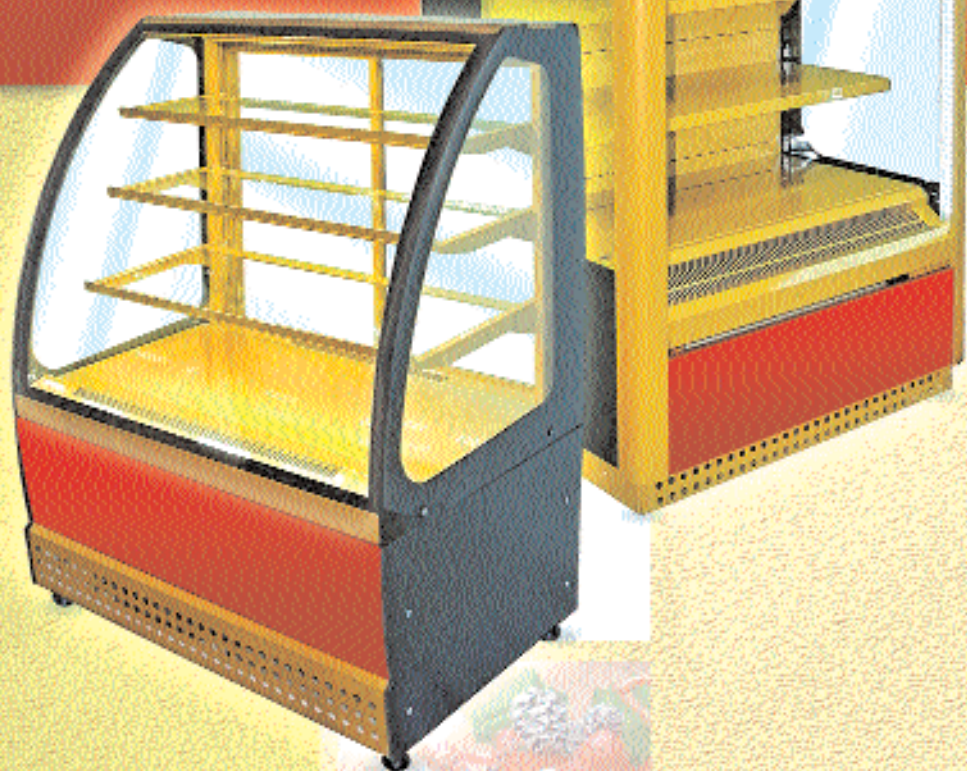
Сейчас мы занимаем значительную долю рынка сервиса. Все смонтированные объекты нашей компании находятся на гарантийном и постгарантийном обслуживании. При этом на сервис приходит довольно много компаний-клиентов, которые оснащались не у нас.

В нашей компании успешно работают профессионалы, многие с высшим образованием, мы регулярно направляем их на курсы повышения квалификации, связанные с новыми разработками. Вузы сегодня не подстроились под рынок — выпускники не хотят идти в сервис, считая эту работу не престижной. А зря.

МХМ
м а р и х о л о д м а ш

СТРЕМЛЕНИЕ
К СОВЕРШЕНСТВУ

холодильная
кондитерская витрина
«**VENETO**»



ОАО «КОНТАКТ»
424000, Республика Марий Эл,
г. Йошкар-Ола, ул. Соловьева, 3
Тел/факс 8(499) 706-80-74
www.mariholod.com
e-mail: mariholod@mari-el.ru



Холодон

Медные трубы.
Фитинги под пайку.
Теплоизоляция.

Хладагенты
R134, R404, R407,
R410, R507, R141b CN.
Масла для холодильной техники.

Инструмент для сервиса
и монтажа.
Расходные материалы.
Автоматика

Компания «Холодон»
Наш склад: Московская область,
г. Одинцово, ул. Восточная, д. 16, стр. 1

Тел.: (495) 669-30-25
e-mail: holodon@holodon.ru www.holodon.ru

СТАБИЛЬНЫЙ РОСТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Алла ЧЕРЕДНИЧЕНКО

В Москве состоялся XX юбилейный международный саммит «Торговля в России». Организаторы, участники и гости мероприятия подвели итоги российской розничной торговли и наметили перспективы, ожидаемые в данном секторе экономики вплоть до 2028 г.

В этом году саммит «Торговля в России» прошел в торжественной атмосфере. Двадцатилетний юбилей все-таки... За эти годы в торговле, как одном из значимых секторов экономики, были взлеты и падения, инновационные находки и ошибки, споры и консенсусы, прибыли и убытки. Но самое главное, отечественная торговля не стояла на месте, она развивалась, совершенствовалась, брала пример со своих зарубежных коллег, в то же время удивляя их своей самобытностью. И все эти годы саммит «Торговля в России» тра-

жал все эти изменения, высвечивал недочеты и успешные моменты.

На этот раз в конгресс-центре Торгово-промышленной палаты РФ собрались ведущие игроки российского розничного рынка, эксперты и аналитики отрасли и (что очень порадовало) представители властных структур. Ведь именно в таком составе можно добиться взаимовыгодных положительных результатов. Между собравшимися состоялся полноценный детальный разговор, из которого каждый почерпнул для себя интересную и важ-

ную информацию, необходимую для дальнейшего движения вперед.

Средний класс растет

В ходе саммита было отмечено, что в настоящий момент динамично развивающаяся отечественная торговля обеспечивает десятую часть всех налогов, поступающих в бюджет, и является лидером по количеству рабочих мест. По данным экспертов, оборот розничной торговли в 2013 г дает основание ожидать его рост порядка 7% по итогам года.

Директор Департамента государственного регулирования внутренней торговли Министерства промышленности и торговли РФ Денис Пак выделил основные тренды современной розничной торговли:

- Рост доли сетевой торговли. В некоторых субъектах, в частности, в Санкт-Петербурге, эта доля превышает 50%. Однако не стоит полагать, что крупный бизнес наступает на малый. Торговля малого бизнеса составляет почти половину оборота рыночной торговли.

- Рост расходов населения на товары.

- Увеличение спроса на качественные товары.

- Преобладание потребления непродовольственных товаров. Продажи непродовольственных товаров увеличились на 8%, в то время как продовольственных — на 3%.

- Рост продаж товаров высокого ценового сегмента.

- Рост продаж товаров через интернет. За последние два года число потребителей, готовых делать покупки через интернет, увеличилось на 50%.

Как отметил чиновник, представленные тренды доказывают тот факт, что за последнее время качество жизни российских потребителей как в Москве, так и в регионах, значительно улучшилось.

Динамичное развитие современных форматов торговли на фоне растущей доли среднего класса в общей структуре населения России — это очень позитивная тенденция, — добавила директор по развитию бизнеса в России и Северо-Восточной Европе компании Nielsen Илона Лепп. — Если по состоянию на 2012 г общее количество жителей России оценивается в 143 млн чел., то доля тех, кого по совокупности параметров можно отнести к среднему классу, составляет 104,4 млн чел. При этом устойчивая тенденция к росту позволяет прогнозировать увеличение среднего класса до 120,9 млн чел к 2020 г.

Форматов становится больше

— С точки зрения перспектив форматов, — дала прогноз потребительского сектора независимого аналитического агентства «Инвесткафе» Дарья Пичугина, — доля дискаунтеров в ближайшем будущем будет сокращаться, в том числе за счет перевода в

формат «у дома». Доля формата «магазин у дома» будет расти, особенно в городах, где наблюдается дефицит торговых площадей. Гипермаркеты будут набирать популярность в регионах, а доля супермаркетов останется стабильной.

Безусловно, на рынке ожидается появление новых форматов, что приведет к повышению конкуренции. Соответственно, владельцы и управляющие всех типов ретейла будут вынуждены совершенствовать свою деятельность, разрабатывая и реализуя новые стратегии роста и развития. При этом необходимо учитывать и общие закономерности развития рынков, и меняющуюся модель покупательского поведения...

Актуальные проблемы

Несмотря на общую позитивную картину, проблемы в современной отечественной торговле все-таки существуют. К сожалению, еще есть регионы с серьезными недостатками в развитии розничной торговли. В их числе Северный Кавказ, Северная Осетия, Чеченская республика, Красноярский край.

К наиболее актуальным проблемам эксперты отнесли конкурентоспособность российских товаров на международном рынке, неоправданный рост цен на товары, а также обсчет и обвес покупателей.

В ходе пленарных заседаний саммита был сделан акцент на изменения в законодательстве, которые должны вывести розничную торговлю на новый уровень.

В частности было отмечено, что сегодня необходима подробная классификация торговых объектов, рекомендованная на федеральном уровне, что позволит обеспечить более качественный контроль за торговыми объектами на фоне роста рынка, который ждет дальнейшая консолидация и увеличение роли торговых сетей как современного торгового формата.

Кроме этого, сейчас идет разработка законодательных ограничений по наценкам и наличным расчетам, планируются кардинальный рост штрафов за обман потребителей, обязательства продавать отечественную сельхозпродукцию.

При этом ФАС планирует смягчить закон о торговле, что позволит розничным сетям защищать свои права и ин-

тересы. В частности, ФАС разрешит однократное превышение ограничения в 25% от рынка в границах муниципалитета.

Получено право на отсрочки платежей и бонусы от поставщиков за успешное продвижение их продукции на рынке.

Удалось добиться квоты в 25% на иностранных работников в текущем году и согласовать поправки налогооблагаемой базы на сумму украденных товаров. Еще один важный момент — это согласование возможности продажи лекарственных препаратов в общей ассортиментной линейке.

Внимание на свой торговый зал

Что же касается внутренней политики торгового зала, то здесь в числе лидирующих проблем — взаимодействие с потребителем, которого уже не устраивает «замороженный» стандарт, скука и консерватизм ассортиментной политики крупных российских сетей. Потребитель в последнее время все больше уходит из сетевых магазинов недовольным. Наблюдается массовый уход потребителя в интернет.

Выход из ситуации — кардинальное изменение ассортиментной линейки, дифференциация торговых форматов, повышение качества обслуживания и, конечно же, развитие интернет-торговли, без которой уже сегодня говорить о дальнейшем развитии розничного рынка было бы неправильно.

— Резервы роста для российской розничной торговли еще есть, — подвела итог Илона Лепп. — Это развитие ассортимента внутри самого формата, так как современный потребитель хочет покупать все в одном месте. Рост за счет регионов — если Москва и Санкт-Петербург уже достигли пика своего потребления, то в регионах потенциал развития достаточно велик. Совершенствование технологий продвижения и продаж; развитие собственных марок и развитие направления свежих продуктов...

Одним словом, саммит традиционно выявил целый список проблем и обозначил пути их решения. Что получится на практике, покажет время и отчеты ритейлеров, которые мы с удовольствием послушаем через год на XXI саммите «Торговля в России».



Тот самый...

Федеральный Дистрибьютор

РОСХОЛОД

основан в 1995 году

Комплексные поставки лучшего торгово-холодильного, электромеханического и технологического оборудования!

Встретимся в:



www.rosholod.org

С нами Успех!

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ МОСКВА ОМСК
ЯРОСЛАВЛЬ ВОЛЖСК ХАБАРОВСК
НИЖНИЙ НОВГОРОД НОВОСИБИРСК
ПЕРМЬ КРАСНОЯРСК ВЛАДИВОСТОК

Дистрибуторские региональные склады!

Всегда на связи!
8-800-200-31-30
Бесплатный федеральный номер!

ИСПЫТАНИЕ ХЛАДАГЕНТА N40 ПРОШЛО УСПЕШНО

Компания Precision Refrigeration, производитель оборудования для предприятий общественного питания, проводит испытания новой смеси хладагентов N40 с низким потенциалом глобального потепления (ПГП) на высокотемпературных охлаждаемых витринах в мексиканском ресторане быстрого питания в Лондоне.

Компания, расположенная в Тетфорде, Норфолк, стала первой использовать гидрофторолефиновые хладагенты (ГФО) в агрегатах для шокового охлаждения (бласт-чиллерах) в прошлом году. С тех пор она продолжает работать с N40, одним из прототипов смеси с низким ПГП от Honeywell, предназначенным для замены R404A.

Дело в том, что широко используемый ныне хладагент R404A обладает достаточно высоким ПГП — 3922, что обеспечивает его попадание под действие закона об F-газах и запрет на применение. ПГП смеси N40 около 1300, кроме того, этот газ относится к категории негорючих. Несмотря на то,

что Honeywell пока не разглашает состав смеси, ACR News считают, что она состоит из R32, R125, R134a и R1234yf.

По данным Honeywell N40 обеспечивает лучшую производительность холодильного оборудования, чем R404A, при этом требуя меньше энергии и обеспечивая более быстрый «обратный ход», чем R404A и R290 (пропан), и аналогичную температуру нагнетания с R290. Это один из двух хладагентов, предложенных Honeywell для замены R404A. Второй, L40, имеет ПГП менее 300, однако относится к умеренно горючим газам.

Тестовая установка в лондонском ресторане Chilango — одно из многочисленных испытаний N40R, которые

Precision Refrigeration проводит по всей стране. Система изначально была разработана для использования R404A, но потом была модифицирована под N40 и испытана в лабораториях компании. Результаты показали более высокую энергоэффективность, чем прежде, а также лучшее восстановление после размораживания. Аппарат был установлен в ресторане в ноябре 2012 г и, по уверениям представителей компании, работает очень хорошо.

«Мы внимательно следим на месте за тем, чтобы система соответствовала спецификациям, — говорит Стив Голдсмит, инженер-конструктор холодильного оборудования Precision Refrigeration, — У нас есть испытательные камеры с N40, работающие в различных тестовых местах по всей Великобритании. Пока результаты очень хорошие и сообщений о сбоях не было».

We measure it.



Ваш надежный прибор для систем охлаждения

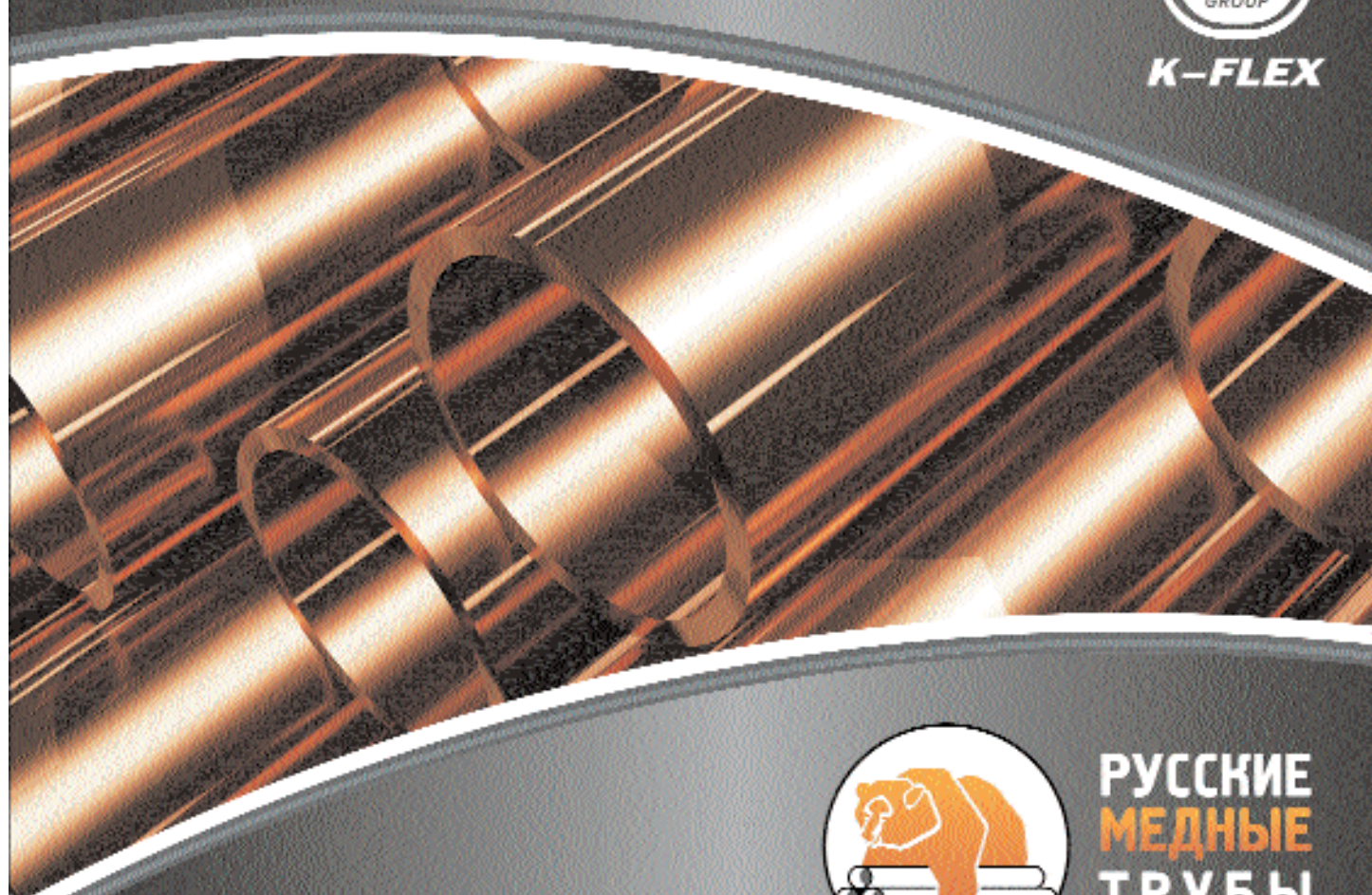
- **testo 550. Цифровой манометрический коллектор для оптимизации эффективности работы тепловых насосов и систем охлаждения**
- Интегрированное измерение температуры и автоматическое вычисление параметров перегрева и переохлаждения
- Характеристики 40 хладагентов в меню прибора
- Прочный инструмент для ежедневного использования

 **sauermann**

Danfoss



K-FLEX



**РУССКИЕ
МЕДНЫЕ
ТРУБЫ**

**ХОЛОДИЛЬНЫЕ МЕДНЫЕ ТРУБЫ
ФИТИНГИ, ПРИПОЙ, ТЕРМОИЗОЛЯЦИЯ
АВТОМАТИКА И КОМПОНЕНТЫ**

ВСЕ ДЛЯ УДОБНОГО И БЫСТРОГО МОНТАЖА

**ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ОФИС
ЕКАТЕРИНБУРГ:**
ул. Волгоградская, 193
Тел.: (343) 310-19-46

МОСКВА:
Электродный проезд, 6
Тел./факс: (495) 725-57-53

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ:
ул. Минеральная, 31
Тел.: (812) 648-28-77

ЧЕЛЯБИНСК:
Комсомольский пр-кт, 2
Тел./факс: (351) 796-48-56

КАЗАНЬ:
ул. Техническая, 17
тел./факс: (843) 204-3-100

НИЖНИЙ НОВГОРОД:
пр-т Гагарина, 50
Тел.: (831) 464-97-45

НОВОКУЗНЕЦК:
пр. Строителей, 53
Тел.: (3843) 73-89-18

www.coppertubes.ru

Castolin

Specialist in quality joining



Castolin Eutectic
Eutectic Castolin



Продукция компании
Castolin-Eutectic — это гарантия качества

Припои и флюсы для пайки меди, медных сплавов, оцинкованных изделий, алюминиевых и алюминиево-медных соединений.
Газовые горелки под любые задачи.
Сменные баллоны для портативных горелок.
Термозащитные материалы.
Аксессуары для пайки.

МЕССЕР ЭВТЕКТИК КАСТОЛИН
Тел.: (495) 771-74-12 Факс: (495) 231-38-75
www.mec-castolin.ru Info@mec-castolin.ru

РЫНОК ХЛАДАГЕНТОВ ДОСТИГНЕТ 10,4 МЛРД ФУНТОВ СТЕРЛИНГОВ

По данным доклада «Мировой рынок хладагентов: тенденции и прогнозы до 2018 года», опубликованным недавно компанией MarketsandMarkets, совокупные темпы годового прироста глобального рынка хладагентов до 2018 г составят 6,9%.

Доклад сегментирует мировой хладагентный рынок по типу, приложению и географии — помимо фокуса на анализ рыночной доли, — а также такими рыночными показателями, как стимулы роста, ограничения, новые возможности и направления, злободневные проблемы и пути их решения.

Основными игроками рынка являются компании DuPont (США), Solvay SA (Бельгия), японские DAIKIN и Asahi Glass, Shandong, французская Arkema, Dongyue Group (Китай), Asahi Glass (Япония), а также Honeywell International Ltd. (США).

Доклад определяет и анализирует мировой рынок хладагентов, обеспечивая также прогноз показателей глобального объема и прибыли. Потребление хладагента обещает вырасти приблизительно с 6,9 млрд фунтов стерлингов (эквивалент 1,207 тыс МТ) в 2012 г до 10,4 млрд фунтов стерлингов к 2018 г, с совокупными темпами годового прироста 6,9% в период с 2013 г до 2018 г.

Документ подчеркивает стремительный экономический рост на боль-

шинстве развивающихся рынков (Китай и Индия) в последние годы, сопровождающийся бурным развитием коммерческого, промышленного и автомобилестроительного секторов, существенно повышающих в свою очередь спрос на хладагенты.

Географически Азиатско-Тихоокеанский регион в 2012 г представлял собой крупнейший хладагентный рынок, составляющий в целом около половины глобального спроса, повышение которого обусловлено главным образом возрастающей потребностью в системах охлаждения, стимулируемой в основном устойчивым развитием среднего класса в таких странах как Китай и Индия.

Спрос на гидрохлорфторуглероды был достаточно высок в период с 2003 г по 2009 г, однако условия Монреальского Протокола, требующие полного вытеснения с рынка этого типа рабочего вещества, значительно снизили перспективы его развития. Эти обстоятельства в свою очередь положительно влияют на рынок гидрофторуглеродов, рассматриваемых в каче-

стве замены гидрохлорфторуглеродам, однако использование гидрофторуглеродов начинает постепенно подпадать под строгие нормативные требования, особенно в Западной Европе.

В настоящее время наблюдается определенный сдвиг пользовательских предпочтений в сторону природных хладагентов. Наиболее часто используемые природные хладагенты — аммиак, углекислый газ, пропан и изобутан. Поскольку фторуглероды обладают высоким Потенциалом Глобального Потепления GWP, спрос на природные рабочие вещества стремительно растет.

Доклад прогнозирует заметную объемность и прибыльность глобального хладагентного рынка и его различных субрынков в отношении Американских Континентов, Европы, Азиатско-Тихоокеанского региона и остальных стран мира, основные из которых — США, Китай, Индия, Япония, Германия, Великобритания и др. — были подробно рассмотрены в документе.

ФИРМА «ЭЙРКУЛ»
ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЮТОР И СЕРВИСНЫЙ ЦЕНТР В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПРЕДСТАВЛЯЕТ

ТИПОВЫЕ РЕШЕНИЯ И НОВИНКИ МОДЕЛЬНОГО РЯДА ХОЛОДИЛЬНОЙ АВТОМАТИКИ

КОМПАНИИ CAREL

CAREL



КОНФИГУРИРУЕМЫЕ КОНТРОЛЛЕРЫ

- решения для холодильных камер PJ, Mastercella, контроллеры серии IR33
- решения для холодильных центральных mRACK, RACK, pRACK controller со стандартным ПО Carel
- решения для чиллеров и тепловых насосов mC2SE, mC3, mGEO; PCO со стандартным ПО
- решения для ритейла MPX PRO, серия PJ Easy
- электронные TPV, драйверы и аксессуары
- контроллеры серии IR Universal

СВОБОДНОПРОГРАММИРУЕМЫЕ КОНТРОЛЛЕРЫ СЕРИИ PCO5

РЕШЕНИЯ ПО ДИСПЕТЧЕРИЗАЦИИ И МОНИТОРИНГУ

- PlantVisorPRO2
- PlantWatchPRO
- Решения в области энергосбережения

ВСЕ АКТУАЛЬНЫЕ НОВИНКИ И СПЕЦИАЛЬНОЖЕЛАННО НА САЙТЕ

www.aircool.ru

ООО «Эйркул»,

Центральный офис,
191123, С.-Петербург, ул. Шпалерная, 32-6Н,
тел.: +7(812) 327-3821, 579-9865
факс: +7(812) 327-3345
e-mail: info@aircool.ru, <http://www.aircool.ru>

Региональный дистрибуционный
складской центр «Эйркул-УФО»,
г. Екатеринбург,
пр. Космонавтов, 1 км, д.11, лит.1, офис 312
телефон: (343) 351-1775, 351-1833

ООО «Эйркул-Сибирь»
644046, г. Омск, ул. Маяковского, 74, офис 211,
тел.: +7 (3812) 36 1161,
факс: +7 (3812) 36 1162,
e-mail: aircool@omskdom.ru

Региональный дистрибуционный
складской центр «Эйркул-НН»,
г. Нижний Новгород,
пр. Героев, д. 23, лит. А
телефон: (831) 270-8165, 218-0313,
факс: (831) 279-4671

Региональный дистрибуционный
складской центр «Эйркул-ЮФО»,
г. Ростов-на-Дону,
ул. Портовая, д.543, офис 317
телефон: (863) 242-1080

Региональный дистрибуционный
складской центр «Эйркул-САМАРА»,
г. Самара,
ул. Речная, д. 9, литера В,
телефон: +7 (846) 248-6858

АММИАК — АЛЬТЕРНАТИВА ГФУ

В г. Охрид (Македония) прошла 5-я конференция IIR «Холодильные технологии с использованием аммиака»

Доклады, звучавшие на нынешнем форуме, касались, в основном, трех больших тем: стандартов безопасности и технических регламентов при использовании природных хладагентов; текущей ситуации с применением аммиака в холодильных системах в разных странах; технологических решений, позволяющих повысить эффективность и расширить область применения систем аммиачного охлаждения.

Технические регламенты и безопасность

Первым докладом, прозвучавшим на конференции, стало выступление председателя ее научно-технического комитета, технического директора британской компании Star Refrigeration Ltd. Энди Пирсона. Его темой стала безопасность аммиачных систем.

В своем докладе г-н Пирсон проанализировал данные об авариях систем, использующих в качестве хладагента аммиак, и пришел к выводу, что в подавляющем большинстве причинами инцидентов были ошибки при проектировании, недостаточный уровень подготовки персонала и дефекты конструктивных элементов оборудования. Приведя статистику несчастных случаев, произошедших более чем за 12 лет в компании, чья деятельность связана с монтажом и эксплуатацией промышленных холодильных систем на аммиаке, диоксиде углерода и фторуглеродных хладагентах, докладчик показал, что ни одно из происшествий не было вызвано токсичностью или воспламеняемостью аммиака.

Не отрицая потенциальной опасности аммиака, г-н Пирсон призвал не преувеличивать ее. По его мнению, для значительного снижения риска несчастных случаев достаточно грамотного проектирования систем, соответствующей подготовки персонала и соблюдения правил техники безопасности.

При разработке нормативных документов, касающихся безопасности использования аммиака в качестве хладагента, докладчик предложил применять подход, связанный с оценкой конкретных рисков. Например, пре-

дельное количество хладагента в системе, установленной на объекте с постоянным присутствием людей, должно высчитываться, исходя из того, какое количество аммиака в случае утечки может скопиться в обитаемых зонах объекта до срабатывания газовых датчиков и запорной арматуры.

Тема разработки нормативов в области аммиачного охлаждения была продолжена в ходе круглого стола. Энди Пирсон выступил в роли ведущего дискуссии, участие в которой приняли также Герт Костер (GEA Refrigeration, Нидерланды), Александер Пачаи (JCI — Sabroe, Дания), Рене ван Гервен (Unilever, Нидерланды), Эрик Смит (IIR, США).

Поводом для дискуссии стал доклад Герта Костера «Правильное и неправильное применение стандартов в холодильной индустрии», в котором был дан краткий обзор истории стандартов, процедуры их разработки и утверждения в разных странах, а также примеры использования. В ходе обсуждения участники круглого стола высказали некоторые соображения, относительно того, какими должны быть стандарты, касающиеся аммиака: главное из которых — использование подхода количественной оценки рисков, что позволит избежать излишней зарегулированности отрасли.

Текущая ситуация с использованием аммиака как хладагента

Среди выступлений, описывающих текущее положение в сфере использования аммиака как хладагента, в первую очередь следует выделить доклад Ламберта Куйперса из Технического университета Эйндховена (Нидерланды) «Путь к экологически безопасному охлаждению (в рамках Монреальского протокола)». В докладе рассматривается ситуация, складывающаяся в результате вывода из оборота озоноразрушающих веществ и их замещения ГФУ — парниковыми газами с высоким потенциалом глобального потепления.

Усилия по ограничению применения ГФУ предпринимаются мировым сообществом с 2009 г. Именно тогда было

впервые инициировано обсуждение принятия поправки к Монреальскому протоколу, распространяющей действие этого международного соглашения на фторсодержащие хладагенты.

Первыми действующими документами, предусматривающими конкретные меры по сокращению ущерба окружающей среде, наносимого ГФУ, стали принятые ЕС Директива по автомобильным кондиционерам (MAC) и Регламент по фторсодержащим газам, требования которого недавно были пересмотрены в сторону ужесточения. В начале 2012 г несколько государств объединились в Коалицию за климат и чистый воздух (CCAC, Climate and Clean Air Coalition) с целью сокращения выбросов, способствующих изменению климата — в том числе, эмиссии ГФУ.

В 2013 г по запросу Сторон Монреальского протокола Группа по технологической и экономической оценке (TEAP) ЮНЕП подготовила доклад, содержащий оценку экологической безопасности имеющихся альтернатив озоноразрушающим хладагентам. Обсуждение этого доклада — одна из тем совещания открытой рабочей группы Сторон Монреальского протокола в Бангкоке (июнь 2013 г). По мнению г-на Куйперса, единственной альтернативой, отвечающей требованиям безопасности для озонового слоя и климата, являются природные хладагенты, и прежде всего — аммиак.

О месте аммиака в современной индустрии производства товаров массового спроса рассказал Рене ван Гервен из компании Unilever. Из его доклада участники конференции узнали о том, что в Unilever всячески поощряется применение природных хладагентов, в том числе — аммиака, который активно используется на производственных площадках. Г-н ван Гервен рассказал о системе 5C, действующей в компании, и состоящей из пяти пунктов, предполагающих стандартизацию процесса проектирования; снижение воздействия на окружающую среду на протяжении всего жизненного цикла; сокращение капитальных затрат; накопление умений и опыта, что при

использовании аммиака является ключевым фактором обеспечения безопасности и эффективности; согласование внутренних и внешних стандартов, правил и методов, направленных на повышение производительности и безопасности.

Применение системы 5С при принятии решений способствует широкому использованию природных хладагентов, что становится общей тенденцией в индустрии производства товаров массового спроса.

Ряд выступлений был посвящен описанию ситуации с применением аммиака в холодильной индустрии различных стран.

Из доклада профессора Цзянь-и Чжэня из Университета Цзимей (Китай), посвященного проблематике использования аммиака на холодных складах, следует, что строительство холодных складов в Китае ведется согласно государственным пятилетним планам. К 2010 г в Китае было более 20 000 холодных складов, общий объем морозильных камер которых 32 млн м³, холодильных — 9,24 млн м³. Согласно очередному пятилетнему плану, к 2015 г эти показатели должны удвоиться. 92% холодильных установок складов используют аммиак. Из-за ряда особенностей, используемые в Китае аммиачные системы требуют большей загрузки, чем системы в развитых странах до десятков тысяч кг, что представляет определенную опасность.

Франц Коси из Белградского университета (Сербия) рассказал об опыте применения аммиака на Балканах. Ситуация в странах региона имеет немало общего с положением в России. Для устранения многочисленных препятствий на пути дальнейшего развития аммиачных технологий г-н Коси предложил, во-первых, повышать осведомленность о необходимости защиты окружающей среды и энергосбережения. Во-вторых, проводить обучение нетехнического персонала, принимающего решения об инвестициях. Менеджерам и экономистам, занимающимся принятием таких решений, следует объяснить важность стоимости жизненного цикла холодильной системы. В-третьих, следует поощрять полученные специалистами плановых отделов, проектировщиками, подрядчиками и инвесторами новых знаний. В-четвертых, укреплять нормативную базу и ужесточать ответственности за несо-

блюдение действующих норм. Наконец, в-пятых, необходимо создание сети государственных консультативных органов, занимающихся решением конкретных практических проблем.

Представитель журнала «ЮНИДО в России» выступил с анонсом конференции «Природный хладагент аммиак — химическая и технологическая безопасность РФ», провести которую планируется 16 октября 2013 г в Москве. В ходе анонса было кратко обрисовано положение аммиака в ряду других используемых в отечественной холодильной индустрии хладагентов, а также подчеркнуто, что скорейшее принятие мер, способствующих широкому использованию природных хладагентов, диктуется не только экономическими и экологическими факторами, но и соображениями национальной безопасности страны.

Перспективные технологические решения

Отдельная секция конференции была посвящена тепловым насосам на аммиаке. Александер Пачаи из компании Sabroe (входящей в Johnsons Controls) рассказал об экономических аспектах применения аммиачных тепловых насосов. В частности, о вопросах, связанных с оценкой эффективности, а также о перспективах использования одновременно и тепла, и холода, вырабатываемого тепловыми насосами.

Доклад Стейна Нордтведта из Института энергетических технологий (Норвегия) был посвящен возможностям энергосбережения на рыбообрабатывающих предприятиях за счет утилизации бросового тепла тепловыми насосами.

Клаус Мадсен из Датского технологического института представил исследование, практическим следствием которого стала возможность разделения конденсатора теплового насоса на две секции для уменьшения занимаемой площади.

Еще одно перспективное направление, связанное с использованием аммиака в качестве хладагента — абсорбционные чиллеры, находящие широкое применение в системах когенерации и тригенерации.

Так, Арнд Хилливег из Нюрнбергского университета прикладных наук (Германия) представил доклад, посвященный дополнительной операционной гибкости, которую приобретает система тригенерации в случае использования абсорбционного чиллера на

аммиаке, а группа специалистов из Берлинского технического университета представила два связанных между собой исследования, темой которых стала работа двухкаскадных абсорбционных тепловых насосов (аммиак/вода).

В докладе Михаила-Дан Стайковича из S.C. Varia Ergia s.r.l. (Румыния) рассказывалось о перспективной технологии коабсорбции.

Еще одна перспективная технология, о которой говорили на конференции, — эжекторные (бескомпрессорные) холодильные установки. Им был посвящен доклад Кшиштофа Банасяка из норвежской компании SINTEF Energi AS. Ожидается, что со временем эжекторные установки на аммиаке смогут составить конкуренцию абсорбционным системам.

Интересное техническое решение было описано в выступлении Генри Бонэра (США), в котором говорилось о таком явлении, как потеря энергии в фазе расширения пароконденсационного цикла. По мнению докладчика, эта энергия может быть использована для совершения полезной работы, что повысит эффективность холодильных систем и снизит их воздействие на окружающую среду.

Иллюстрацией того, что аммиак — не только экологически безопасная, но эффективная альтернатива ГФУ, стал доклад Киприана Филипоу из Политехнического университета Бухареста (Румыния) «Эксергетический анализ холодильного цикла при использовании природных хладагентов». В нем сравнивались параметры работы систем на ГФУ R404A и двухкаскадной системы на NH₃/CO₂. Сравнение показывает, что системы на NH₃/CO₂ подходят для замены систем на R404A. Более того, при определенных условиях прирост эффективности при такой замене достигает 45%.

В плотном и насыщенном рабочем графике мероприятия, тем не менее, нашлось время и для неформального общения. Завершился форум торжественным гала-ужином, на котором почетными грамотами были отмечены постоянные участники конференции, выступавшие на ней с докладами более трех раз.

Центр международного промышленного сотрудничества ЮНИДО в Российской Федерации благодарит организаторов конференции за ее блестящее проведение.

ОБОРУДОВАНИЕ: НАДЕЖНОСТЬ, БЕЗОПАСНОСТЬ... ИННОВАЦИОННОСТЬ!



*Дмитрий ИСУПОВ,
руководитель
направления
по работе с OEM-
производителями,
электротехнический
сектор Eaton*

— Выбирая холодильное оборудование, пользователи, как правило, остаются довольно консервативными и ориентируются прежде всего на такие характеристики, как качество и надежность. А насколько востребованы инновации в этой области?

— Требования к надежности и качеству холодильного оборудования постоянно растут. И это неудивительно, если учесть что без него трудно представить себе нормальное функционирование таких сфер нашей жизни, как торговля или сельское хозяйство. Качество холодильной установки зависит от многих факторов, но ключевую роль играют комплектующие.

В связи с увеличением функциональности холодильного оборудования появляется необходимость в осуществлении интеллектуального управления. Инновационные технологии в этом отношении нужны для того, чтобы справляться с непростыми ситуациями, возникающими в процессе работы, а также повышать эффективность сразу нескольких этапов производства — проектирования, изготовления и ввода оборудования в эксплуатацию.

— Какие инновационные решения для холодильной техники предлагает Eaton?

— Наша компания предоставляет качественные электротехнические решения на протяжении многих лет. Это оборудование по распределению энергии, управлению двигателем, приборы сигнализации и коммутирования. Один из наших ключевых продуктов — уникальная коммутационная система SmartWire-DT™.

— В чем заключается ее уникальность?

— Прежде всего, она дает возможность объединить все элементы — от



лампочки до программно-логического контроллера — в единую сеть с помощью одного кабеля. Питание и сигналы управления передаются по одному шлейфу, в результате чего отпадает необходимость в прокладке дополнительных проводов. SmartWire-DT™ обеспечивает непрерывную и прямую связь между панелью оператора с функцией программируемого логического контроллера и управляемыми элементами. Данная технология значительно упрощает все процедуры по обустройству щита управления, делая их более эффективными на каждом этапе, от проектирования до ввода в эксплуатацию и дальнейшей модернизации. Кроме того, она не требует подключения дополнительных кабелей, что позволяет сэкономить площадь при монтаже на 20%.

Шинная система SmartWire-DT™ обладает рядом дополнительных преимуществ: усовершенствованной системой диагностики, функциональной расширяемостью и взаимозаменяемостью. Также технология позволяет упростить соединение устройств: контакторы, кнопки и автоматические выключатели соединяются компактным модулем без необходимости подключения кабелей.

Подключение устройств управления и сигнализации осуществляется с помощью специальных элементов — контактного (для кнопок, переключателей), светодиодного (для сигнальных устройств), а также комбинированного. Элементы управляются простым нажатием кнопки. Таким образом, устраняется трудоемкий процесс адресации,

что не требует каких-либо нововведений для новой шинной системы.

Значительные изменения затронули и систему управления. Компоненты переключения стали интеллектуальными устройствами автоматики, а классическая схема соединения систем ввода/вывода и коммутационного оборудования полностью заменена новой, менее сложной технологией взаимного соединения.

Использование SmartWire-DT™ дает возможность легко и просто конфигурировать свою систему под конкретные цели. Это достигается с одной стороны за счет отказа от классического способа соединения при помощи проводов, с другой стороны — благодаря установке модулей ввода/вывода непосредственно в коммутационное оборудование.

В будущем технология SmartWire-DT™ может полностью заменить управляющую проводку между коммутационными устройствами и системой управления.

— Как много устройств можно подключить при помощи данной системы?

— Линия SmartWire-DT™ может включать в себя до 99 последовательно подключенных устройств и достигать до 600 метров в длину. Данная сеть организовывается с помощью «зеленого» восьмиполусного плоского или круглого кабеля, который является важным элементом системы, он объединяет все устройства, входящие в сеть, обеспечивая их электропитанием (15 В пост. тока) и способствует обмену сигналами управления (24 В пост. тока). Коммуникационная шина

SmartWire-DT™ способна соединять дополнительные переключающие приборы других производителей и подходит всем приложениям компаний-партнеров.

— *Насколько выгодно для потребителя использование данной системы, если рассматривать экономические и временные характеристики?*

— Система SmartWire-DT работает по принципу plug & play («включай и работай»), что делает работу пользователей более простой и удобной. Благодаря сокращению количества используемых материалов, общий уровень экономии по сравнению со стандартным решением достигает 30%. Немаловажно и то, что на первом этапе внедрения системы можно использовать прежнюю номенклатуру электрооборудования (в т.ч. других производителей). При этом ключевые преимущества будут доступны с первых дней эксплуатации данной технологии.

Кроме того, при использовании SmartWire-DT™ объем электромонтаж-

ных работ сокращается до 85%. В качестве примера хочу привести проект из другой сферы, который тем не менее очень показателен. При запуске новой производственной линии немецкого производителя автомобилей представительского класса применение данной коммутационной системы позволило сэкономить почти 180 часов монтажа по сравнению с традиционными решениями. В пересчете это соответствует приблизительно 22 рабочим дням.

Поэтому, каким бы ни был проект с точки зрения масштаба и назначения, — использование проверенных и надежных компонентов в сочетании с инновационными технологиями дает пользователю уверенность в длительной, стабильной и эффективной эксплуатации оборудования.

* * *

Компания Eaton является мировым лидером в области распределения электроэнергии и защиты электросетей, обеспечения резервного электропитания, автоматизации и контроля, освеще-

тельного оборудования и безопасности, конструктивных решений и коммутационных устройств, решений для неблагоприятных и опасных условий эксплуатации, а также инжиниринговых услуг. Eaton обладает широкими возможностями по всему миру для решения наиболее критичных задач, связанных с управлением электроэнергией.

Eaton — это многоотраслевая компания, предоставляющая решения для эффективного управления электрической, гидравлической и механической энергией. Компания является мировым технологическим лидером в различных сферах электроэнергетики. В 2012 г компания Eaton приобрела компанию Cooper Industries plc. Номинальные доходы объединенной компании по итогам 2012 г составили \$21,8 млрд. Штат Eaton составляет 103 000 сотрудников. Компания осуществляет продажи в более чем 175 странах мира.

Более подробную информацию можно получить на сайте www.eaton.ru.

Конференция

«СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ХОЛОДИЛЬНОЙ ТЕХНИКИ И ТЕХНОЛОГИИ»

Одесская государственная академия холода проводит IX международную научно-техническую конференцию «Современные проблемы холодильной техники и технологии», которая состоится в Одессе **10-12 сентября 2013 г.**

Научная тематика конференции

1. Холодильные машины
2. Холодильная техника и технология
3. Криогенная техника
4. Компрессоры и пневмоагрегаты
5. Рабочие вещества холодильных машин
6. Тепловые насосы и системы кондиционирования воздуха
7. Экологическая безопасность и рациональное использование природных ресурсов
8. Автоматизация и управление холодильными машинами и установками
9. Информационные технологии в холодильной технике

Партнеры конференции

- Донецкий национальный университет экономики и торговли
- Национальный университет кораблестроения (Николаев)
- Харьковский государственный университет питания и торговли

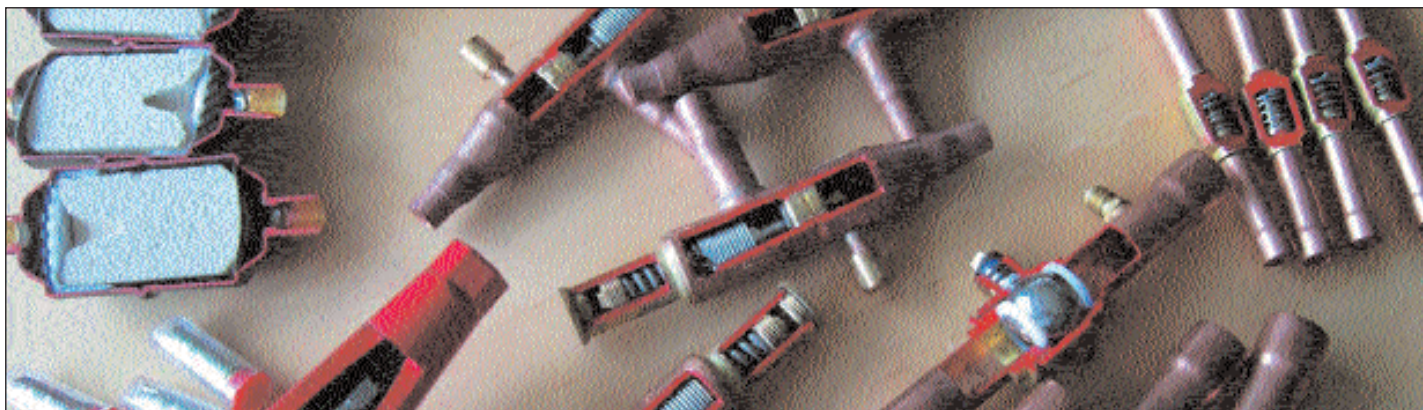
- Институт холода и биотехнологии Санкт-Петербургского НИУИТ механики и оптики
- Калининградский государственный технический университет
- Сибирский государственный аэрокосмический университет
- Ариэльский университет (Израиль)
- Западно-Померанский технологический университет (Польша)

9 сентября — заезд участников конференции;
10-12 сентября — работа конференции.

Контактный адрес:

65082, Украина, Одесса,
ул. Дворянская, 1/3, ИХКЭ ОНАПТ,
E-mail: osar-zimin@ya.ru, tasir.onaft@gmail.com
Тел.: +380-068-268-21-36 (Зимин Алексей).

**Журнал «Империя холода» —
информационный спонсор
конференции**



MAKING MODERN LIVING POSSIBLE

Учебный Центр Данфосс приглашает к сотрудничеству!

Бесплатное
обучение

Выгодное
сотрудничество
с Danfoss

Сертификат
Danfoss

Мы предлагаем теоретическое и практическое обучение,
с использованием действующих учебных установок
Danfoss по следующим тематическим курсам:

- Новинки оборудования и энергоэффективные решения Danfoss
- Состав, назначение и работа основных элементов Danfoss холодильных установок систем непосредственного охлаждения
- Принципиальные схемы холодильного контура и их применение
- Особенности устройства, монтаж и эксплуатация элементов холодильного контура
- Линейная арматура Danfoss
- Контроллеры Adap Kool и системы мониторинга Danfoss
- Теплообменники Danfoss
- Компрессорно-конденсаторные агрегаты Optima.
- Бытовые компрессоры Danfoss
- Поршневые компрессоры – Danfoss Maneurop
- Спиральные компрессоры – Danfoss Performer
- CO₂, каскадные системы
- Тепловые насосы
- Рекуперация тепла в холодильных установках
- Электрооттайка и оттайка горячими газами

*Актуальные курсы с учётом мнений и пожеланий слушателей.
Специализированные курсы обучения для организаций и предприятий.
Проведение обучения в регионах России.*

**Вы хотите быть Знатком Холода? Мы готовы помочь вам!
Наш главный принцип – профессиональная
работа на результат, который оправдывает ожидания наших клиентов.**

ЗАПИСЬ НА ОБУЧЕНИЕ:
Отдел «Холодильная техника и кондиционирование»
www.ra.danfoss.ru
Тел.: +7 495 258 07 07 или ts@danfoss.ru
Служба технических консультаций по
оборудованию и холодильной автоматике Danfoss

ООО «Данфосс»,
Россия, 143581 Московская обл., Истринский р-н,
с/пос. Пакино-Слободское, д. Лешково, 217
тел.: +7 495 792 57 57, факс: +7 495 792 57 60
e-mail: info@danfoss.ru
www.danfoss.ru

www.ra.danfoss.ru

Danfoss



СКЛАД ОАО «БУСИНОВСКИЙ МПК» АВТОМАТИЗИРОВАН

Внедрение WMS-системы на холодильном складе позволило увеличить темпы обработки заказов, повысить точность и скорость учета товаров, увеличить пропускную способность комплекса, снизить зависимость от человеческого фактора, сократить сроки и частоту проведения инвентаризаций, уменьшить потери товара.

Бусиновский мясоперерабатывающий комбинат (ОАО «Бусиновский МПК») принадлежит инвестиционной группе компаний «Росток» и позиционируется как логистический комплекс, в состав которого входит низкотемпературный склад на 7000 паллетомест с температурой хранения -24°C, предоставляющий услуги ответственного хранения ряду производителей и дистрибьюторов продуктов питания.

Склад предназначен для хранения двух групп продуктов. Первую составляет товар, подлежащий ветеринарному контролю, а именно: мясо, замороженные полуфабрикаты, птица и гастрономия. Во вторую группу входят мороженое и замороженные овощи, фрукты, ягоды и выпечка. На складе используются разные единицы хранения: штуки, коробка, паллеты и грузы. Каждая единица хранения имеет свои правила обработки и хранения. На складе одновременно присутствует около 300 позиций номенклатуры. Товар хранится на широкопроходных паллетных стеллажах.

В результате внедрения программного обеспечения «1С-Логистика:Управление складом» на складе МПК были автоматизированы операции приемки, размещения, формирования заданий на отбор, подпитки, отгрузки, инвентаризации, формирования и печати штрихкодов, планирования ресурсов, учета тары, контроля состава грузов.

Кроме того, внедрение системы позволило в автоматическом режиме проводить инвентаризацию товара и обнаруживать пересорты, недостачи и излишки продукции как по складу целиком, так и по артикулю. Товар учитывается в разных разрезах: по паллетам, по качеству (кондиция,

брак и пр.), по поддонам (товарным единицам). Были разработаны специальная отчетность и тарификация услуг ответственного хранения.

К новому программному обеспечению подключены 9 терминалов сбора данных Motorola 9190 и стационарный принтер этикеток Zebra. Создано 15 автоматизированных рабочих мест. При внедрении новой системы управления складом специалисты компании AXELOT применили ряд оригинальных решений с тем, чтобы система максимально подходила под особенности бизнес-процессов склада «Бусиновского МПК».

Например, на складе хранится товар отдельных поставщиков с нефиксированным весом коробки (упаковки). В момент поступления такого товара на ТСД происходит общая фиксация веса брутто в разрезе каждой паллеты. Паллеты с таким товаром не распаковываются, а отбираются и отгружаются целиком. При этом на ТСД фиксируется вес брутто паллеты на момент отгрузки.

Специалисты AXELOT реализовали возможность формирования грузов в момент отбора товара, прямо в зоне отбора: когда паллета заполняется товаром, она перемещается в зону отгрузки. Там они хранятся как по отдельности, так и в группе из нескольких грузовых мест. Важным элементом работы с поставщиками стала созданная специалистами AXELOT возможность фиксировать на ТСД температуру товара при его приемке и отгрузке.

Еще одно интересное решение, которое применили специалисты AXELOT, было направлено на упрощение расчета биллинга (тарификации услуг ответственного хранения). Теперь работники склада могут зафиксировать на ТСД,

как они приняли и отгрузили товар: вручную, формируя паллеты при приемке и разбирая их при отгрузке (в случаях, когда товар приходит или отгружается валом), или сразу на паллетах. Также реализована возможность резервирования товаров под заказы и их перерезервирования в случае, если заказ изменяется или отменяется.

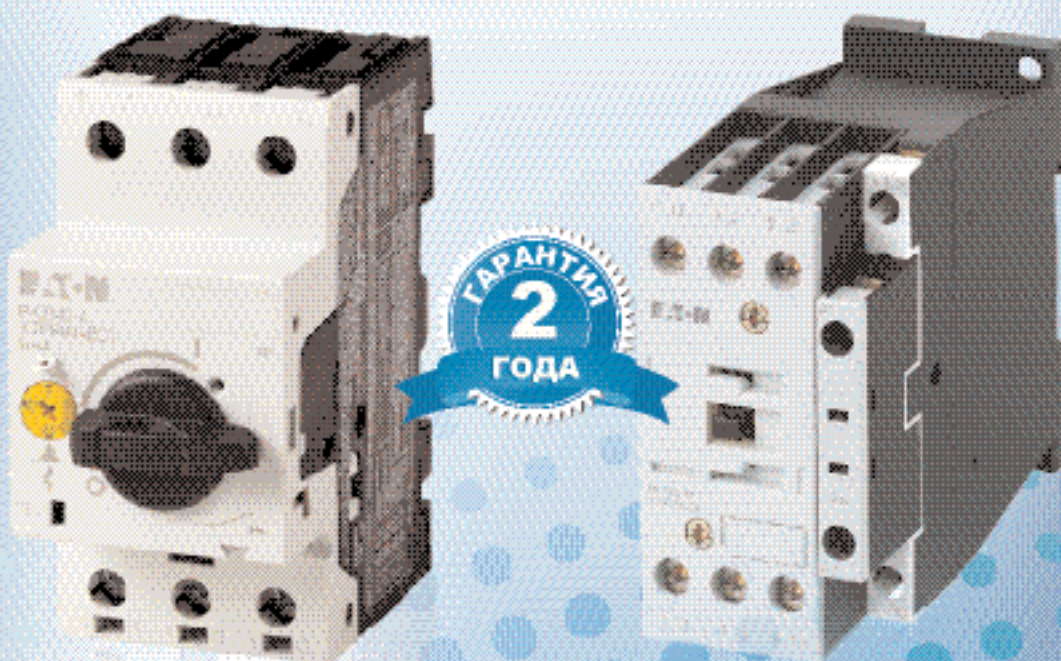
После внедрения новой системы управления складом специалисты AXELOT интегрировали ее с корпоративной информационной системой предприятия, используя конфигурацию «1С:Конвертация». Это позволило не только достичь главных целей, поставленных управляющей компанией — увеличить темпы обработки заказов, повысить точность и скорость учета товаров и увеличить пропускную способность склада, но и способствовало решению ряда других, не менее важных задач. Так, например, качественно снизилась зависимость от человеческого фактора, существенно сократились сроки и частота проведения инвентаризаций, заметно уменьшились потери товара.

— На момент автоматизации у нас не было опыта работы со специализированными системами управления складом, — отмечает руководитель ИТ-отдела ОАО «Бусиновский МПК» Михаил Толмачев. — Поэтому мы долго выбирали вендора, который бы предоставил нам комплексное решение — как говорится «под ключ». Оно должно было включать внедрение WMS, поставку ПО и оборудования (ТСД, Wi-Fi, серверы, принтеры этикеток, расходные материалы), развертывание беспроводной сети. Изучив рынок, мы остановили свой выбор на компании AXELOT — и не ошиблись.

EATON

Powering Business Worldwide

Максимальная защита холодильного оборудования



Автоматические выключатели Eaton серии Moeller

с отключающей способностью
до 150 кА – надежная защита
Ваших инвестиций
в аварийных ситуациях

Контакторы Eaton серии Moeller

Гарантированная
коммутация компрессора
во всех режимах работы

Для получения дополнительной информации посетите наш сайт: www.eaton.ru/electrical
или обратитесь к специалистам:

Дмитрий Исупов
DmitryIsupov@Eaton.com
Тел. +7 495 981 37 70 доб. 2532

Дмитрий Катунин
DmitryKatunin@Eaton.com
Тел. +7 495 981 37 70 доб. 2525

СПЕЦИФИКА ХОЛОДНЫХ СКЛАДОВ

В июле 2013 г компания AXELOT провела вебинар «Особенности автоматизации продуктовых складов-холодильников»

Ведущими выступили руководитель направления логистического консалтинга Дарья Любовина и менеджер по работе с ключевыми клиентами Алексей Завьялов. Открыл мероприятие доклад Дарьи Любовиной, которая рассказала слушателям о специфике устройства и работы этого вида складов. Поскольку склады-холодильники предназначены для хранения продуктов, в основном замороженных, в них обязательно фиксируется температура товара на каждом этапе его перемещения по складу, а также отслеживается соответствие температуры товара и той зоны, в которой он находится. При хранении пищевых продуктов обязательно и соблюдение сроков годности: товар с истекающим сроком годности должен быть отгружен в первую очередь.

Температурными условиями хранения обусловлено и особое зонирование холодильных складов. Зоны приемки, отгрузки и хранения могут иметь

разный температурный режим. Зона хранения может разбиваться на дополнительные подзоны, температурный режим в которых также различается. Кроме того, существуют зоны дозаморозки продуктов и зоны глубокой заморозки.

Еще одна особенность складов-холодильников, связанная с их температурным режимом, — это особые требования к терминалам сбора данных, которые на них используются. Обмен данными между корпоративной информационной системой и WMS холодильного склада тоже имеет свои особенности: в нем могут участвовать данные о температурном хранении, качестве, сроках годности товара. Например, в WMS может быть реализована функция «отслеживания» срока годности товара и уведомления через КИС отдела продаж компании за определенное время до окончания срока годности той или иной продукции. Это позволяет своевременно организовать

распродажи и другие акции по оперативному сбыту товара.

Затем прозвучал доклад Алексея Завьялова, который поделился с участниками мероприятия практическим опытом внедрения «1С:WMS» на холодильных складах «Бусиновского мясоперерабатывающего комбината», складского комплекса ООО «Первомайский хладокомбинат» и трех складских комплексах компании «Аллигатор» — крупного поставщика продуктов общественного питания для предприятий сегмента HoReCa.

Особое внимание г-н Завьялов уделит рассмотрению индивидуальных характеристик этих складов и протекающих на них бизнес-процессов. Подробно остановился он и на результатах автоматизации каждого склада. Мероприятие завершилось активным общением в формате «вопрос-ответ» между представителями компании AXELOT и слушателями вебинара.

advis.ru

РЫНОК УХОДИТ В ONLINE

По прогнозам Morgan Stanley, 2013 г станет переломным для российского рынка интернет-торговли. Эксперты планируют, что объем электронной коммерции вырастет с \$12 млрд в 2012 г до \$36 млрд к 2015 г и достигнет 4,5% общего оборота розничной торговли в России.

В прошлом году, по данным аналитического подразделения InSales.ru, успешно работали около 32,5 тыс розничных интернет-магазинов. В текущем году планируется их увеличение до 39 тыс. Количество заказов оборудования через Интернет в 2012 г выросло на 52% по сравнению с 2011 г. На рынке оборудования наблюдаются те же тенденции. Например, до конца года прогнозируется двойной рост количества обращений к электронному магазину Danfoss Online.

Это связано с тем, что к системе e-коммерции будет подключено 100% дистрибьюторов компании «Данфосс», более 300 организаций из 80 городов

России. Системой уже воспользовались тысячи и тысячи уникальных покупателей, — говорит Вадим Головин, менеджер проекта Danfoss Online компании Данфосс. — Online-покупки привлекают большинство людей дополнительными возможностями.

При заказе технически сложных продуктов очень важно получить консультацию desk-инженеров. По мнению Вадима Головина, при грамотном подходе это возможно, даже если на руках только техническая спецификация. Online-разработчики не останавливаются на достигнутом. Для любителей мобильных устройств создаются разнообразные приложения на

базе Android и iOS, которые предоставляют удобный доступ с планшетов и смартфонов к электронным магазинам.

Здесь и решение вопроса логистики, и оперативная информация о наличии товара на складе, и возможность осуществлять бронирование своей заявки. «Размещая заказ в системе, мы получаем его бесплатную доставку напрямую на наш склад. Теперь нам не надо думать о логистике», — говорит Сергей Самохин, менеджер отдела закупок компании «Комплексные Инженерные Системы», пользователь Danfoss Online.

airweek.ru

ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ*

АГРО ПРОД МАШ

www.agroprod mash-expo.ru



18-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
«ОБОРУДОВАНИЕ, МАШИНЫ
И ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ПИЩЕВОЙ
И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

7—11 октября
2013

ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА

КОНФЕРЕНЦИИ И ФОРУМЫ

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

«РАЗВИТИЕ ПИЩЕВОЙ И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ В РАМКАХ ГОСПРОГРАММЫ
НА 2013–2020 ГОДЫ»

Организаторы: МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РФ
И ФИРМА «АГРОЭКСПОСЕРВИС»

VIII МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ФОРУМ

«ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ОБОРУДОВАНИЕ
В МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

Организатор: КВК «ИМПЕРИЯ»

ОТРАСЛЕВОЙ ФОРУМ

«КОНДИТЕРСКИЙ И ХЛЕБОПЕКАРНЫЙ РЫНОК
В УСЛОВИЯХ ПЕРЕМЕН»

Организатор: ЖУРНАЛ «КОНДИТЕРСКОЕ И ХЛЕБОПЕКАРНОЕ
ПРОИЗВОДСТВО»

КОНФЕРЕНЦИЯ

«СОВРЕМЕННЫЕ ХОЛОДИЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ОБОРУДОВАНИЕ
В ПРОИЗВОДСТВЕ И ХРАНЕНИИ СЫРЬЯ И ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ»

Организатор: РОССОЮЗХОЛОДПРОМ

III МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЯСНОЙ КОНГРЕСС

Организатор: ГНУ ВНИИМП ИМ. В.М. ГОРБАТОВА
РОССЕЛЬХОЗАКАДЕМИИ

КОНКУРСЫ

- **Конкурс поставщиков оборудования для мясной промышленности**
- **Конкурсы оболочек, пищевых добавок и ингредиентов**
- **Конкурс «Бренд года»**
- **Шоу-конкурс профессионального мастерства представителей рабочих профессий обвальщиков**
Организатор: ГНУ ВНИИМП ИМ. В.М. ГОРБАТОВА
РОССЕЛЬХОЗАКАДЕМИИ
- **Конкурс «Лучшее оборудование для АПК»**
Организаторы: МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО
ХОЗЯЙСТВА РФ И ФИРМА «АГРОЭКСПОСЕРВИС»

II ВСЕРОССИЙСКИЙ КОНКУРС «ТЕХЛАКРОССИЯ-2013»

Организаторы: ЖУРНАЛ «ТАРА И УПАКОВКА»,
НП «ЦЕНТР УПАКОВКИ, ЭТИКЕТКИ, ДИЗАЙНА»,
ЗАО «ЭКСПОЦЕНТР»



реклама

12+

* В соответствии с Общероссийским рейтингом выставочных мероприятий
2011–2012 гг., составленным РСВА совместно с ТПП РФ

Организатор:



При содействии:

Министерства сельского хозяйства РФ
Министерства промышленности
и торговли РФ

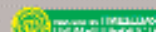
Под патронатом:

Торгово-промышленной палаты РФ
Правительства Москвы

Генеральный
информационный
партнер:



Информационный
партнер:



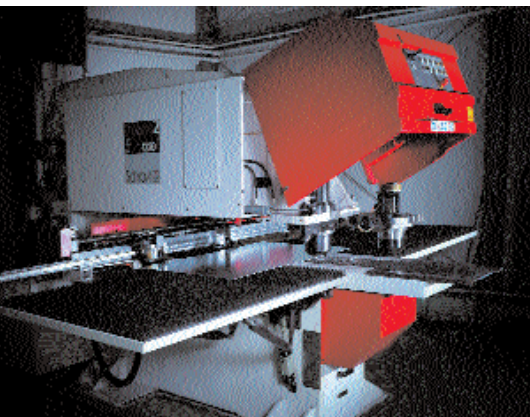
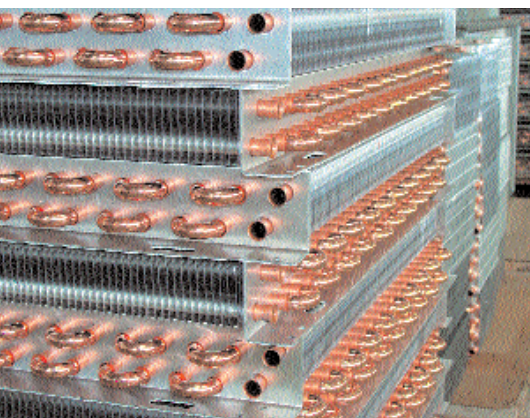
Официальный
интернет-
партнер:



«ТЕРРАФРИГО» — ШИРОКИЙ СПЕКТР ПРОДУКЦИИ

Завод «ТерраФриго» является отечественным разработчиком и производителем промышленного холодильного и вентиляционного оборудования, транспортных холодильных и холодильно-обогревательных установок, кондиционеров для коммерческого транспорта и сельхозтехники. На сегодняшний день это одно из уникальных предприятий в России, выпускающее широкий спектр продукции и осуществляющее ее продажу через широкую дилерскую сеть в России и странах СНГ.

КЛЕНОВА И.В., генеральный директор завода «ТерраФриго»



В 2004 г, когда рынок остро нуждался в качественных холодильных установках и автомобильных кондиционерах, в Ростове-на-Дону было открыто предприятие по разработке и производству этой продукции — завод «ТерраФриго». За 9 лет успешного развития продукция под ТМ TerraFrigo стала известна далеко за пределами своего региона. На данный момент в дилерскую сеть завода входит более 70-ти предприятий России и стран СНГ. Продуктовая линейка насчитывает более 80 видов кондиционеров для коммерческой и сельскохозяйственной техни-

ки, а также 12 видов рефрижераторных установок для перевозки охлажденной, замороженной продукции, а также продукции, требующей поддержания положительных температур в зимнее время года.

В 2009 г проблема приобретения качественных теплообменников для производства холодильных установок особо остро встала перед заводом. Исследования рынка показали, что российские компании не способны удовлетворить потребность предприятия. Именно тогда было принято решение о запуске собственного производства медно-алюминевых трубчато-ламельных теплообменников. С этого времени направление «теплообменное оборудование» стало вторым приоритетным для завода «ТерраФриго».

Разработка и изготовление продукции широкого спектра применения и высокого качества обеспечены постоянным внедрением в процесс производства последних достижений науки и техники. На данный момент завод оснащен различными видами станков с ЧПУ, современным оборудованием и инструментами. Две линии полного цикла производства теплообменного оборудования различных габаритов являются техническим преимуществом, позволяющим с успехом реализовывать проекты любой сложности. На сегодняшний день ассортимент теплообменного оборудования завода «ТерраФриго» — это калориферы, конденсаторы, воздухоохладители и сухие охладители (градирни). Помимо производства стандартной продукции широко практикуется изготовление продукции по индивидуальным за-

казам клиентов. Благодаря наличию собственного КБ, большого опыта проектирования и постоянным контактам с иностранными проектировщиками и производителями, предприятие может предложить не только изготовление продукции по чертежам заказчика, но и разработку агрегатов для решения конкретных задач.

Постоянное улучшение качества выпускаемой продукции — основная задача завода «ТерраФриго». Для этого сотрудниками компании производится оценка запросов потребителей, постоянный мониторинг поставщиков, внедрение новых технологий, расширение и модернизация производственных мощностей, улучшение системы сбыта и сервиса. Система менеджмента качества завода «ТерраФриго» сертифицирована на соответствие международному стандарту качества ISO 9001:2008.

В стремлении максимально удовлетворить потребности клиентов завод «ТерраФриго» всегда придерживается высоких стандартов работы. Он ориентирован на надежность партнерских отношений, взаимовыгодное сотрудничество и нацелен на достижение высоких результатов.

ООО «Завод ТерраФриго»

344093, г. Ростов-на-Дону, а/я 1939

Тел.: (863) 237-51-58, 200-81-88

Факс: (863) 237-51-59

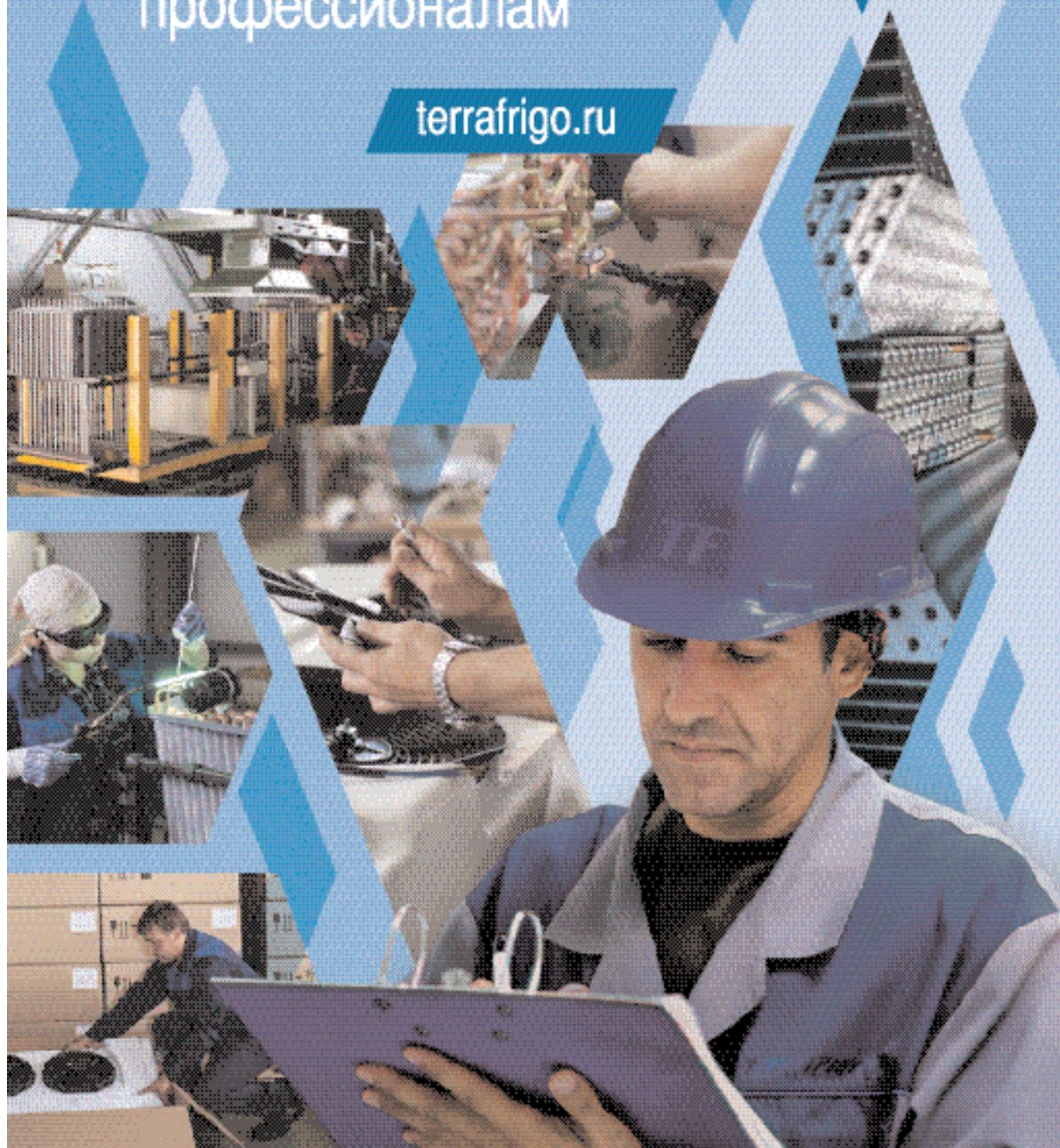


TerraFrigo

refrigeration systems

Доверь погоду
профессионалам

terrafrigo.ru





**ПРОДАЖА КОМПЛЕКТУЮЩИХ,
ГОТОВЫХ АГРЕГАТОВ
И ТЕПЛООБМЕННОГО ОБОРУДОВАНИЯ
ДЛЯ СИСТЕМ ПРОМЫШЛЕННОГО
ХОЛОДОСНАБЖЕНИЯ**



Центральный склад:
Московская область,
г. Люберцы, ул. Волковская, д. 63
тел.: (495) 640-05-25
(498) 602-70-90

Филиалы:
г. Санкт-Петербург,
пр. Александровской фермы, д. 29, лит. А
тел./факс: (812) 643-66-31

г. Краснодар,
ул. Рашиповская, д. 321/1, офис 7
тел./факс: (861) 225-33-38
(861) 215-66-96
(861) 215-66-97

ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНЫЕ КЛИМАТИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ

Согласно недавнему исследованию глобального экспертного консультанта Navigant Research со штаб-квартирой в Чикаго, ежегодный доход от энергоэффективных климатических систем к 2020 г должен увеличиться до \$33,2 млрд — с отметки \$17,2 млрд в 2013 г.

Отчет под названием «Энергоэффективные климатические системы» анализирует конъюнктуру мирового рынка по энергоэффективным коммерческим климатическим проектам, включая унитарные или моноблочные системы, тепловые насосы, обогреватели и бойлеры, безвоздуховодные и специализированные системы охлаждения, водяные системы отопления и охлаждения и вентиляцию.

«Как следствие глобальной рецессии 2009 г, развитые рынки для эффективных систем отопления, вентиляции и кондиционирования воздуха — особенно в северной Америке и Европе — продолжают отличаться некоей вялостью, — говорит Bob Gohn, руководитель исследовательских проектов при Navigant Research. — Однако в течение

2013 г, Северо-Американский рынок оживился и к 2014 г он должен выйти на траекторию ощутимого роста. Европа последует схожей тенденции, хотя полное выздоровление все же маловероятно до середины-конца 2014 г. Наиболее прогнозируемым рынком для существенного распространения энергоэффективных климатических решений обещает стать Азиатско-Тихоокеанский регион с приблизительно 55%-й долей от всего мирового рынка к 2020 г».

Исследование также предоставляет комплексную оценку различных стимуляторов спроса, моделей ведения бизнеса, стратегических и нормативно-правовых факторов, а также всевозможных технологических вопросов, связанных с мировым рынком вышеуказанных климатических систем.

Отчет также подробно рассматривает ключевых отраслевых игроков с соответствующими прогнозами глобальных доходов, сегментированных по приложениям, регионам и основным странам, вплоть до 2020 г.

Крупнейшими мировыми поставщиками климатических решений исследователи называют DAIKIN, United Technologies Corp. (Carrier), Hitachi, Ingersoll-Rand (Trane) и LG Electronics, ряд которых прилагает значительные усилия в разработке других видов продукции, технологий и сервисной деятельности.

Чистые производители климатического оборудования, включая Lennox и Uropor, ограничены в основном средними и мелкими брендами. В то же время некоторые более крупные поставщики, такие как, например, Johnson Controls, предоставляют также комплексные инженерно-технические, эксплуатационные и сервисно-профилактические услуги, частично охватывая сферу деятельности, традиционно занимаемую энергетическими операторами, говорится в отчете.

Leadership with passion



Your qualified partner
for refrigeration, air conditioning and industrial applications.



www.luve.it



Создаём
времена года

Разработка, проектирование и изготовление
в промышленных объемах медно-алюминиевого
теплообменного оборудования для систем кондиционирования,
вентиляции, отопления, промышленного и коммерческого холода.

Псковская обл., г. Великие Луки, ул. Корниенко, д.6.

Телефон + 7 81153 7 44 55

Факс + 7 81153 7 49 39

www.convek.ru

конвек.рф

info@convek.ru

ОБЗОР МИРОВОГО РЫНКА КОМПРЕССОРОВ

Объем мирового рынка систем кондиционирования достиг значения 100 млн устройств, увеличившись вдвое за последние десять лет.

При этом в прошлом году темпы роста упали на 3%. Прогноз на 2013 г — более оптимистический.

Падение прошлого года стало результатом вызванного глобальной рецессией снижения активности рынков стран с развивающейся экономикой и в первую очередь — Китая.

Китайский рынок систем кондиционирования за год сократился на 8%, объем европейского рынка сократился на 18%. В то же самое время рынок США вырос на 2%, а в Японии рост составил 2,6%.

Роторные компрессоры

Объем рынка роторных компрессоров в 2012 г уменьшился на 3%, составив 114 млн штук.

В Азиатско-Тихоокеанском регионе роторные компрессоры остаются доминирующей технологией, используемой в бытовых кондиционерах. Крупнейшим рынком роторных компрессоров по-прежнему считается китайский, однако в прошлом году его объем сократился на 6%, составив 97 млн штук.

В Азии сосредоточены не только основные потребители, но и производители данного типа компрессоров.

Ведущий производитель роторных компрессоров — Китай. В этой стране расположены производственные базы многих климатических компаний мира. Однако практически все они в предыдущем году пересматривали свои планы в сторону сокращения.

Чтобы снизить транспортные расходы, ряд компаний перенесли производство компрессоров из Китая в страны, рынок которых имеет серьезный потенциал роста, например, в Бразилию и Индию.

Китай, в свою очередь, недавно принял новый регламент, касающийся энергосбережения, что вызвало резкий рост спроса на инверторные кондиционеры. Стремясь удовлетворить этот спрос, производители роторных компрессоров расширили ассортимент продукции, представив компрессоры с инверторным управлением, рассчи-

танные на работу с R410A. Кроме того, при содействии Многостороннего фонда по реализации Монреальского протокола уже разработаны компрессоры для работы с хладагентами следующего поколения — R32 и R290, однако в продажу они пока не поступили.

Особенности климатического рынка США таковы, что основным типом бытовых кондиционеров остаются моноблоки. И почти в каждом из более чем 5 млн кондиционеров этого типа установлены спиральные компрессоры. Однако в будущем роторные компрессоры тоже могут найти применение в моноблочных системах кондиционирования. Этому может способствовать ужесточение требований к энергопотреблению оборудования, так как роторные компрессоры отличаются более высокой эффективностью при частичной нагрузке. Ведущие азиатские производители, освоившие инверторную технологию, уже нацелились на американский рынок.

Развитие технологий позволяет применять роторные компрессоры не только в бытовой, но и в полупромышленной технике средней и высокой холодопроизводительности: коммерческих кондиционерах, чиллерах, холодильных системах.

Мощные сдвоенные роторные компрессоры, сравнимые по производительности с компрессорами спирального типа, все чаще используются в коммерческих кондиционерах и

небольших чиллерах. Кроме того, перспективной сферой применения роторных компрессоров являются тепловые насосы «воздух-вода».

Недавно на рынке появились двухступенчатые роторные компрессоры, позволяющие повысить производительность тепловых насосов, использующихся в регионах с холодным климатом.

Спиральные компрессоры

Потребность мирового рынка в спиральных компрессорах достигла 13,6 млн штук. В финансовом выражении объем их рынка для систем кондиционирования оценивается в \$2,7 млрд, а для холодильного оборудования — в \$850 млн.

Потребность в горизонтальных спиральных компрессорах, предназначенных для систем кондиционирования на транспорте, оценивается в 350 000 шт. В дальнейшем планируется сокращение этого сегмента на 4% в год.

Крупнейшими рынками спиральных компрессоров являются США и КНР. На долю США приходится 39% мирового производства компрессоров этого типа. Там они используются преимущественно в моноблочных системах кондиционирования. В отличие от Азии, в США инверторные технологии не получили широкого распространения — доля инверторных моделей составляет всего 3% от всех проданных в стране бытовых моноблоков. В коммерческом (полупромышленном) климатическом

оборудовании США инверторные компрессоры практически не представлены. Это означает, что данные сегменты рынка имеют значительный потенциал энергосбережения.

Подорожание энергоносителей в совокупности с ростом озабоченности проблемой глобального потепления способно создать значительный спрос на инверторные компрессоры спирального типа.

Несмотря на замедление роста китайской экономики, именно Китай рассматривается ведущими производителями спиральных компрессоров как ключевой рынок. Это выражается в стремлении разместить в этой стране собственное производство, открыть торговые сети, а также подразделения, занимающиеся исследованиями и разработками.

Европейская холодильная индустрия имеет богатую историю, и спиральные компрессоры находят здесь самое широкое применение. Весьма перспективным представляется направление, связанное с использованием спиральных компрессоров в тепловых насосах «воздух-вода», предназначенных не только для отопления, но и для горячего водоснабжения.

Спиральные компрессоры отличаются широким диапазоном холодопроизводительности. Разработка компрессоров мощностью 60 л. с. сделала этот диапазон еще шире. Применение сразу нескольких таких компрессоров позволяет добиться суммарной мощности, эквивалентной производительности винтовых компрессоров. Этот фактор, безусловно, будет способствовать расширению области применения таких устройств.

Спиральный тип доминирует в сегменте небольших коммерческих и полупромышленных систем кондиционирования, в то время как в сегменте оборудования мощностью выше 3 холодильных тонн (х. т.) их теснят роторные компрессоры.

За последние годы большинство стран мира ужесточило законодательство в области охраны окружающей среды. Ответом на это стали разработка и распространение DC-инверторной технологии, а также технологии Digital Scroll («цифровых» спиральных компрессоров), используемой в VRF-системах, холодильном оборудовании и некоторых моделях тепловых насосов.

Потребность в оборудовании, сочетающем высокую теплопроизводительность с максимальной энергоэффективностью, вызвала к жизни такой тип устройств, как двухступенчатые спиральные компрессоры.

Винтовые компрессоры

Объем рынка винтовых компрессоров составил 126 200 шт. Крупнейшим потребителем устройств данного типа является КНР, следом идут США и страны Европы.

Винтовые компрессоры отличаются высочайшей холодопроизводительностью — от 30 до 500 х. т.

Недавно в дополнение к сдвоенным были разработаны трехроторные винтовые компрессоры. По сравнению со сдвоенными трехроторные устройства, имеющие аналогичную производительность, имеют более короткие роторы, более эффективны и надежны.

Растет число моделей винтовых компрессоров с инверторным приводом, обеспечивающим более высокую эффективность при частичной нагрузке. Тепло от инвертора, интегрированного непосредственно в корпус компрессора, отводится хладагентом. Кроме того, благодаря такой конструкции изделия получают более компактными.

Одна из основных областей применения винтовых компрессоров — системы на основе чиллеров, в том числе с воздушным и водяным охлаждением, возможностью рекуперации тепла, а также льдоаккумуляторами. В сегменте воздушного кондиционирования винтовые компрессоры все чаще выступают как замена поршневых устройств.

Стабильный рост рынка систем охлаждения для пищевых продуктов в странах с развивающейся экономикой, таких как Китай, Индия, государства Юго-Восточной Азии, позволяет ожидать роста спроса на винтовые компрессоры для холодильного оборудования.

Поршневые компрессоры

Компрессоры поршневого типа имеют самую давнюю историю. Они отличаются широчайшим диапазоном мощности и приспособлены для огромного количества областей применения.

Несмотря на то что в сегменте небольшой производительности им приходится конкурировать с роторными

и спиральными устройствами, а в сегменте компрессоров большой мощности — с винтовыми, продажи полугерметичных поршневых компрессоров для систем охлаждения продолжают стабильно расти.

В секторе же кондиционирования воздуха поршневые компрессоры уступают место устройствам роторного, спирального и винтового типов.

Новым источником спроса на полугерметичные поршневые компрессоры в Европе, Китае и Японии стали тепловые насосы типа «воздух-вода», использующие в качестве хладагента CO₂.

В рамках программы SNAP, реализуемой американским Агентством по охране окружающей среды (EPA), одобрено применение пропана, изобутана и хлоридата, известного как R441A, в качестве хладагентов для бытовых холодильников и морозильников, а также для коммерческих автономных установок. В Японии уже имеются в продаже торговые автоматы с поршневыми компрессорами, использующими хладагент HFO-1234yf.

Центробежные компрессоры

Потребность в чиллерах с компрессорами центробежного типа выросла на 4% и составила 12 600 шт.

Основное потребление и производство таких устройств сосредоточено в США и Китае. Объем китайского рынка центробежных чиллеров составил 4800 шт, рынка США — 5050 шт. Объем японского рынка — 450 чиллеров, причем большинство проданных устройств — с инверторным управлением компрессором.

Разработка инверторных центробежных компрессоров, а также компрессоров с магнитной подвеской, не нуждающихся в смазке, позволила добиться повышения эффективности при частичной нагрузке. Особенно заметно увеличение спроса на компрессоры с магнитной подвеской в США, где энергоэффективность является приоритетным направлением.

Инверторная технология становится стандартом

В последнее время многие страны ужесточили требования к энергоэффективности различного оборудования, в том числе и систем кондиционирования воздуха. Внедрение инверторного управления компрессором,

являющегося основным потребителем энергии в кондиционере, — наиболее очевидный способ обеспечить выполнение новых требований.

Первыми инверторное управление получили роторные компрессоры, затем — компрессоры спирального типа. Сегодня инверторными контроллерами могут оснащаться также устройства поршневого, винтового и центробежного типов.

Как правило, компрессор и контроллер к нему поставляются раздельно. Однако с недавнего времени на рынке растет число компрессоров со встроенными контроллерами.

Двигатели постоянного тока, традиционно применяющиеся в компрессорах кондиционеров небольшой производительности, теперь используются и в мощных компрессорах центробежного типа.

Растет потребность в компрессорах для VRF-систем

Спрос на VRF-системы в развивающихся странах растет даже быстрее,

чем на бытовые кондиционеры. В основном в VRF-системах используются спиральные компрессоры, хотя в ряде случаев могут применяться и роторные устройства. При этом спиральные компрессоры могут быть как инверторного типа, так и типа Digital Scroll. Несмотря на то что последний тип отличается простотой управления потоком хладагента, китайские и корейские компании стремятся сделать основной акцент на применении инверторных моделей.

Центробежные компрессоры с магнитной подвеской

Не нуждающиеся в смазке центробежные компрессоры с магнитной подвеской — инновационное энергосберегающее решение, популярность которого растет во всем мире. Холодопроизводительность уже имеющихся на рынке устройств этого типа достигает 700 х. т. Основными их потребителями пока являются Северная Америка, Европа и Австралия. Ожидается значительный рост спроса в КНР, Индии, России и Бразилии.

Тепловые насосы порождают спрос

Ассортимент товаров, в которых используются компрессоры, способные работать в режиме теплового насоса, растет. Сегодня он включает в себя бытовые и коммерческие кондиционеры, VRF-системы и даже чиллеры. Кроме того, такие компрессоры используются в современных водонагревателях.

Рынок тепловых насосов «воздух-вода» растет в Европе, Японии, а с недавних пор — и в Китае. Так как эти устройства используют возобновляемую энергию, во многих странах они объявлены продукцией, способствующей энергосбережению и защите окружающей среды, и включены в государственные природоохранные программы.

Многие производители разрабатывают компрессоры для тепловых насосов «воздух-вода», рассчитанных на использование в регионах с холодным климатом. В Японии основная доля продаж тепловых насосов «воздух-вода» приходится на устройства Eco Cute, в которых в качестве хладагента применен CO₂.

planetaklimata.com.ua

ТЕХНОЛОГИИ ИНВЕРТОРНЫХ КОНТРОЛЛЕРОВ

Инверторная технология широко используется в области бытовой техники, а в последние годы, ее применение в области кондиционирования воздуха значительно возросло. В 2012 г среди всех основных брендов на рынке кондиционеров, инверторные составили около 40% от общего объема продаж, а у некоторых марок процент был еще выше.

В то время как рынок инверторов продолжает расти, производители кондиционеров воздуха еще больше внимания уделяют инверторной технологии. Производители инверторных контроллеров ищут инновационные решения для повышения уровня эффективности, снижения издержек производства и созданию конструкций, в максимальной степени отвечающих требованиям пользователя. И для достижения этих целей им предстоит пройти еще достаточно длинный путь.

Для повышения энергетической эффективности кондиционеров, некоторые производители кондиционеров увеличили до трех, количество инверторных контроллеров, устанавливае-

мых в кондиционерах воздуха: для управления вентиляторами внутреннего и наружного блоков, а также компрессоров. В прошлом инверторные контроллеры использовались только в наружных вентиляторах и компрессорах. Дополнительное использование инверторных контроллеров в вентиляторах внутренних блоков повысило спрос на них. И не удивительно, что после многих лет культивирования рынка инверторной технологии, в 2012 г наблюдался бурный рост рынка инверторных кондиционеров. Ожидается, что и в 2013 г, спрос на них со стороны производителей кондиционеров воздуха продолжит расти.

Под влиянием национальных законодательств и значительных усилий со стороны производителей кондиционеров воздуха в последние годы уровень энергоэффективности кондиционеров продолжает увеличиваться. В результате, продажи контроллеров инверторных кондиционеров в 2012 г продемонстрировали устойчивый рост. То, что за инверторными кондиционерами воздуха будущее, — общепризнанный

факт. И такие производители, как Gree, Midea, Haier, Aux и Chigo, в последние годы отмечают рост их продаж. Также высоки ожидания этих производителей относительно повышения показателей энергоэффективности и инверторных контроллеров.

Помимо улучшения уровня энергоэффективности, производители кондиционеров также предъявляют и более специфические требования к рабочим характеристикам инверторных контроллеров, таких как низкий уровень вибрации, низкий уровень электромагнитных помех (EMI), надежность и безопасность. В основе технологии инверторного кондиционера лежит два алгоритма — алгоритма привода двигателя и алгоритма эксплуатации. Говоря простым языком, первый связан с высокой эффективностью работы кондиционера, во время как второй управляет функциями кондиционеров. Производители инверторных контроллеров и инверторных комплектующих концентрируют свои усилия именно на этих двух направлениях.

ejarn.com

SYSTEMAIR: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Группа компаний Systemair, выпускающая оборудование для систем вентиляции и кондиционирования воздуха, приступает к производству новой серии холодильных машин с воздушным охлаждением конденсатора SyScroll Air Evo и обновляет линейку фанкойлов.

Разработанные в соответствии с концепцией «Максимальная эффективность и минимальное воздействие на окружающую среду», холодильные машины SyScroll Air Evo 140-360 холодопроизводительностью от 144 до 361 кВт призваны заменить популярную линейку агрегатов VLS HSE, VLH HSE.

Чиллеры Systemair SyScroll Air Evo представлены 9-ю типоразмерами с небольшим шагом по производительности. Агрегаты имеют высокий класс энергоэффективности (EER — от 3,11 до 3,22), который определяется в соответствии со стандартом Eurovent EN 14511-2011. Показатель сезонной эффективности ESEER в пределах от 3,81 до 4,10 обеспечивают инверторный привод и вентиляторы с ЕС-двигателем.

Агрегаты Systemair SyScroll Air Evo выпускаются в трех исполнениях (чиллер, тепловой насос и компрессорно-конденсаторный блок) и имеют три акустические версии: BLN (стандартная), LN (с низким уровнем шума) и ELN (со сверхнизким уровнем шума). Кроме того, предлагаются устройства, отличающиеся повышенной сезонной эффективностью и предназначенные для работы при высоких наружных температурах.

Снижение минимальной рабочей температуры окружающей среды до -18°C (для чиллера и теплового насоса: PH-версия) и минимальной температуры жидкости на выходе из испарителя до -10°C (для чиллера) открывает новые возможности применения агрегатов.

Systemair SyScroll Air Evo — это результат серьезных исследований и оптимального подбора комплектующих для работы на хладагенте R410A. В качестве основных компонентов применяются воздухоохлаждаемые теплообменники с микроканалами, электронные расширительные устройства и пластинчатые теплообменники. Агрегаты имеют два независимых холодильных контура с 4 спиральными компрессорами, соединенными по оптимизированной схеме «тандем», что

гарантирует прочность и надежность работы.

Усовершенствованная система управления SyScroll Air Evo Control Logic отслеживает все термодинамические параметры, чтобы предвидеть любые отклонения в работе, предотвращает риск возникновения неисправностей, принимает меры по поддержанию надежного функционирования компрессоров. Все данные непрерывно записываются и хранятся в памяти регистратора.

Использование теплообменников с микроканалами в качестве конденсаторов для чиллера Systemair SyScroll Air Evo предоставляет ряд преимуществ: увеличение эффективности и уменьшение энергопотребления агрегата при полной нагрузке, сокращение объема заправки хладагента на 40%, сокращение веса конденсаторного блока.

Линейка Systemair SyScroll Air Evo предлагает широкий выбор аксессуаров, таких как низкотемпературный комплект для работы при наружных температурах до -18°C , платы для подключения к системе диспетчеризации зданий, плавный пуск и тепловая защита компрессоров от перегрузки. Также чиллеры Systemair SyScroll Air Evo могут комплектоваться встроенными гидравлическими модулями с одним или двумя насосами высокого или низкого давления, с аккумулялирующей емкостью или без нее.

В продолжение темы энергоэффективности стоит отметить обновление линейки канальных фанкойлов Systemair. Усовершенствованные серии SFDO и SFHO полностью соответствуют европейскому регламенту 327/2011, определяющему два уровня требований к минимальному значению энергоэффективности вентиляторов, вводимых с 2013 г и 2015 г. В результате замены двигателей вентиляторов снижение потребляемой мощности составило до 30% по сравнению с предыдущими моделями.

Еще одной новинкой 2013 г стала серия настенных фанкойлов Systemair SFN. Как правило, настенные блоки

применяются в небольших помещениях площадью до 25-30 м², и их доля на рынке очень невелика. Низкая востребованность является причиной того, что многие производители не занимаются совершенствованием данного типа оборудования, не меняя дизайн и функциональные характеристики «настенников» на протяжении десятков лет. На этом фоне фанкойлы Systemair выгодно отличаются от конкурентов.

Прежде всего стоит отметить стильный внешний вид новой линейки. Белая глянцевая панель и обтекаемые формы блока отражают последние тенденции промышленного дизайна, в очередной раз демонстрируя, что стремление к красоте — отличительная черта итальянской культуры и важный элемент развития (фанкойлы Systemair разрабатываются и производятся в Италии).

Еще более ценным преимуществом серии SFN является возможность комплектации дополнительным оборудованием, встраиваемым в корпус фанкойла. Базовая конструкция позволяет устанавливать двух- и трехходовые клапаны, электронагреватель, а также дренажный насос без использования дополнительных монтажных элементов.

В последние годы все более востребованными становятся функции, расширяющие возможности администрирования и контроля. В ответ на запросы рынка были разработаны новые системы управления на базе электронного блока MB, позволяющие подключать фанкойлы всех типов к системе диспетчеризации зданий по протоколу ModBus. Кроме того, при использовании блоков MB упростилась организация управления с помощью инфракрасного и/или настенного электронного пульта. Теперь можно выбрать необходимое количество пультов для локального управления, а также включить в схему центральный контроллер PSM-DI. Он устанавливается в удобном для обслуживания месте и позволяет задавать рабочие параметры для 60 фанкойлов, допуская возможность организации нескольких зональных групп. Синхронное управление 20 фанкойлами можно осуществить с настенного электронного пульта T-MB.

cool technologies, hot opportunities

CHILLVENTA ROSSIJA 2014

chillventa-rossija.ru

МОСКВА,
КРОКУС ЭКСПО
4-6 ФЕВРАЛЯ 2014
ГОДА

МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
ВЫСТАВКА ХОЛОДИЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ,
КЛИМАТИЧЕСКОЙ ТЕХНИКИ И ТЕПЛОВЫХ
ЗАСРЕДОВ ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ,
ТОРГОВЛИ И СТРОИТЕЛЬСТВА

Chillventa Россия -

ведущая специализированная выставка в России,
ориентированная на освещение отечественных и
зарубежных инноваций в области промышленного
холода, кондиционирования и тепловых насосов.

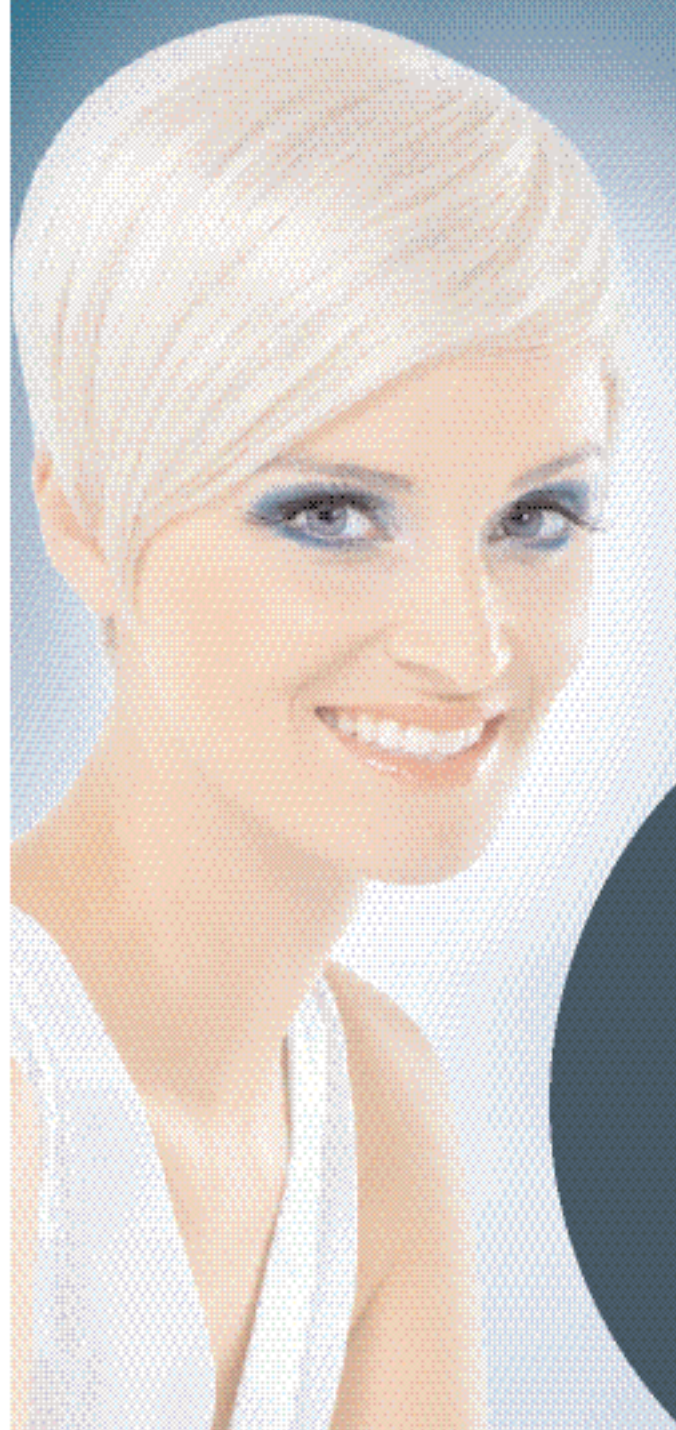
Выставка Chillventa Россия - это информационная
и деловая площадка для обмена актуальными
научными решениями и продвижения Вашего бизнеса.

Не упустите возможность представить бренд, про-
дукцию и технологические разработки Вашей
компании вниманию специалистов отрасли и
потенциальных деловых партнеров.

Информацию по выставке и участию Вы найдете на сайте
chillventa-rossija.ru

Контакт для
рекламных выставочников:
Мария Беляева
ООО «НМБ-МС»
Медведевская - 2, офис 533
Краснопресненская наб., 12
123460 Москва, Россия
Tel: +7 495 967-04-64
Fax: +7 495 967-04-62
Email: maria.belyeva@owc-ru.ru

NÖRNBERG MESSE



«CHILLVENTA РОССИЯ-2014»: ПОДГОТОВКА ИДЕТ ПОЛНЫМ ХОДОМ



До начала работы очередной, уже четвертой по счету выставки «Chillventa Россия-2014» еще полгода, но работа по ее подготовке находится в самом разгаре. За прошедшие годы выставка стала признанной деловой площадкой, на которой происходит интенсивный обмен знаниями, идеями, достижениями как мировых лидеров отрасли, так и российских производителей.

Большую роль в этом играет научно-техническая конференция, проводимая в рамках выставки. В 2014 г она пройдет под названием «Индустрия холода в условиях развития промышленности и инфраструктуры России».

Уже несколько лет вопросы, выносимые на конференцию, по отзывам участников, способствуют не только внедрению в практику нового оборудования и технологий, но и интеграции российского профессионального холодильного сообщества в международное, что совсем немаловажно после вступления России в ВТО.

Такие отзывы связаны с тем, что организаторы выставки уделяют большое

значение качеству проведения конференции. Достаточно сказать, что уже многие годы для ее подготовки формируется Экспертный совет, в состав которого входят ведущие российские и зарубежные специалисты, представители общественных организаций.

Вот и в этом году, на заседании, которое прошло в июне, члены Экспертного совета под руководством Президента МАХ, д.т.н., профессора А.В. Бараненко определили основные темы, которые будут вынесены на обсуждение участниками конференции.

Поскольку сфера внедрения холодильного оборудования, климатической техники и тепловых насосов затрагивает многие секторы экономики, то, соответственно, развитие индустрии холода вносит существенный вклад в снижение энергоемкости промышленности в целом. Все это Экспертный совет учел при разработке концепции предстоящей конференции. В нее включены такие аспекты, как приоритетные направления развития индустрии холода и микроклимата в России, совершенствование нормативных актов, стимулирующих процессы промышленного развития России, новые перспективные направления, такие как применение тепловых насосов и формирование «чистых помещений».

Базисом индустрии холода и климатизации являются компрессоры, теплообменное оборудование, системы регулирования и автоматизации. И вполне понятно, что именно этим разделам на выставке и конференции будет уделено повышенное внимание. Причем планируется, что будут представлены достижения и мировых лидеров холодильного машиностроения, и разработки российских предприятий.

Планируется, что в рамках конференции о своих достижениях и инновациях расскажут специалисты таких ведущих мировых производителей, как Bitzer, Bock, Copeland, Dorin, Alfa Laval, Guentner, Danfoss, Carel и др.

Интересными обещают быть и практические доклады, которые могут привлечь представителей предприятий-потребителей холода. Для них организаторами запланирована секция

«Образцовые решения для АПК, промышленных предприятий и логистических комплексов».

И это совсем не случайно, поскольку обеспечение непрерывной холодильной цепи снабжения продовольствием — переработка, хранение, транспортировка, реализация — является одной из основных сфер применения техники и технологий низких температур.

Особенно стоит отметить, что на выставке и конференции широко будет обсуждена тематика обеспечения микроклимата в так называемых «чистых помещениях». Они становятся все более востребованными в связи с развитием IT-технологий, фармацевтической и некоторых других отраслей промышленности. Если говорить в целом, то многие технологические процессы в медицинской, фармацевтической отраслях должны соответствовать нормам GMP, т.е. проходить в условиях «чистых помещений». Аналогичные требования распространяются и на многие технологические процессы в пищевой, радиоэлектронной промышленности, аэрокосмическом комплексе.

Конечно, знаковым и для выставки, и для конференции является раздел, посвященный тепловым насосам. Интерес к развитию этих технологий растет, о чем свидетельствует огромный успех саммита по тепловым насосам в Нюрнберге.

Еще одна новинка конференции — применение холода на предприятиях торговли и общественного питания. Эта важная сфера экономики является крупнейшим рынком внедрения техники и технологий низких температур. Холодоснабжение торговых залов и подсобных помещений требует значительных энергоресурсов.

Существенное снижение энергозатрат, идеальное хранение продуктов, минимизация экологического ущерба — предмет многосторонней дискуссии, планируемой в рамках конференции. Название сессии «Энергоэффективный супермаркет» подчеркивает ключевой элемент дискуссии.



РЫНОК КЛИМАТИЧЕСКОЙ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ

Глава представительства Daikin Europe NV в России, компании, занимающей лидирующие позиции на рынке домашних климатических систем, Наталия Шестакова рассказывает о тенденциях отечественного рынка сплит-систем.

Рынок климатической бытовой техники неоднороден. Бытовые кондиционеры делятся на сплит-системы, оконные и мобильные. По объемам продаж более 90% рынка в России занимают сплит-системы, по 3% приходится на оконные и мобильные кондиционеры.

Коротко про каждую систему. Достоинство у «оконников» одно — они дешевле. Дальше одни недостатки: под них надо заказывать специальный стеклопакет, они шумят, у них низкая эффективность, они портят вид из окна.

Следующий сегмент рынка — это мобильные кондиционеры. На них тоже был когда-то достаточно большой спрос как и на оконные. Однако затем продажи скатились вниз и теперь занимают незначительный объем рынка.

Мобильные кондиционеры можно передвигать по квартире. Но их энергоэффективность уступает оконным. Эти кондиционеры используют на даче или ставят в квартирах, если провели ремонт и не предусмотрели установку сплит-системы. Сейчас большим спросом не пользуются, но продаются до сих пор на всевозможных бытовых рынках и даже в сетевых магазинах домашней электроники. Продавцы их любят, потому что это система Plug & Play — купил, включил в сеть и сразу работает.

Основная часть рынка — это сплит-системы (от английского слова split — «разделенный»). Система состоит из внутреннего и наружного блоков. Такие системы энергоэффективны, особенно в режиме теплового насоса. Именно поэтому за рубежом сплит-системы используют для обогрева помещений. Если мы посмотрим на Японию, страны Юго-Восточной Азии, где нет центрального отопления городского жилья, — там как раз применяются сплит-системы для обогрева помещений. Даже в Германии 74-76% времени кондиционеры работают на обогрев.

В России рынок кондиционеров зарождался для охлаждения. Некоторые потребители включают обогрев в меж-

сезонье, но считают это добавочной функцией, которую не все используют. Из-за этого в России сложилось однообразие моделей. У нас, например, практически не продаются напольные модели кондиционеров, которые ставятся под окно как радиаторы. В Корее, напротив, распространены напольные модели колонного типа, в Европе — комбинация настенных и напольных моделей, для обогрева.

Основной импорт в Россию идет из трех стран — Китая, Южной Кореи и Японии. Доля продукции из Европы и Америки мала. Китайская сборка и сборка из Юго-Восточной Азии составляет около 60% импорта, корейская — порядка 28%, японская — где-то 5-7%. Ведь даже техника японских брендов производится в других странах Юго-Восточной Азии, в Японии производятся только флагманские модели.

Если покупатель, располагая средним бюджетом для покупки сплит-системы, приобретает японский бренд, скорее всего кондиционер сделан в Китае. Но к этому надо нормально относиться, как мы относимся к телефонам Nokia, компьютерам Apple и факсам Panasonic, сделанным в Поднебесной. Гораздо более важна репутация бренда и система производства, особенно контроль за качеством продукции.

Отмечу, что всегда есть три категории потребителей, они по-разному подходят к покупке кондиционеров. Первая категория — приобретают дорогие кондиционеры. Для них это не спонтанная покупка. Такие покупатели берут сплит-системы не потому, что им летом жарко спать, а потому, что летом они делают ремонт в квартире или собственном доме. Они знают, что покупают.

Вторая категория потребителей активно развивалась, у них повысился уровень жизни, и, после того как они приобрели телевизор, аудио- и другую бытовую технику, настала очередь приобрести кондиционер. Для них важен бренд и соответствие цены и качества.

Наконец, третья категория — кто совершает покупки из необходимости, и главный критерий для них — цена. Такие потребители покупают сплит-системы в самую жару, делая выбор между моделями непосредственно в магазине.

Когда выгодно покупать кондиционер? Выгодно покупать когда вы запланировали ремонт. Нет такого, что зимой вы купите хороший кондиционер дешево, а летом — плохой и дорого. Да, проходят стимулирующие продажи акции, например кондиционер на замену, но это единичные антикризисные случаи. Не забывайте еще и о том, что кондиционер нужно правильно установить. В жару расценки на установку резко подскакивают и появляется большое количество плохо подготовленных сезонных монтажников, которые, схалтулив, подарят вам вместо долгожданной прохлады проблемы. Поэтому я бы даже поставила вопрос не когда, а у кого. Выбирайте хорошо зарекомендовавшую себя компанию, которая предоставит вам сертификаты обучения своих сотрудников.

Стала ли для большей части россиян покупка кондиционера обыденным и рядовым явлением? Дело в том, что климатическая домашняя система не является предметом первой необходимости. Телевизор мы смотрим каждый день, а кондиционером пользуемся лишь сезонно. Если мы живем на даче, вообще можем обойтись без него. Но по стоимости покупки — да, он стал обычным делом. Сплит-системы стали условно доступными. А для обеспеченных людей, для среднего класса такая покупка — это не вопрос цены.

Выбирайте и проверяйте репутацию бренда (производителя) и компании-дилера, которая вам непосредственно продаст и установит систему. Проверьте гарантийный талон. Не поленитесь заглянуть в Интернет, убедитесь, что производитель известен. И тогда покупайте.

**Третья Международная конференция с элементами научной школы для молодежи
«Инновационные разработки в области техники и физики низких температур»**

10–12 декабря 2013 года



Уважаемые коллеги!

Приглашаем Вас принять участие в работе Третьей Международной конференции с элементами научной школы для молодежи «Инновационные разработки в области техники и физики низких температур», которая состоится 10-12 декабря 2013 года в Московском государственном машиностроительном университете (МАМИ), посвященной 70 летию со времени основания Академиком Петром Леонидовичем Капицей научно-педагогической школы на кафедре «Техника низких температур».

Организационный комитет конференции возглавляет ректор университета, д.э.н., Николаенко А.В.. Программный комитет конференции возглавляет заведующий кафедрой «Техника низких температур» имени П.Л. Капицы, д.т.н., Калнинь И.М.

Научные направления конференции:

- криогенная техника;
- холодильная техника;
- кондиционирование воздуха;
- низкопотенциальная энергетика.

Секции конференции:

- криогенная техника;
- компрессоры и детандеры;
- низкопотенциальная энергетика;
- процессы и рабочие вещества;
- теплообменные аппараты;
- холодильные машины.

В рамках конференции планируется проведение конкурса на лучшие доклады (по секциям). Победители конкурса будут награждены ценными призами. Предусмотрено издание сборника материалов конференции. По итогам секционных заседаний отдельные доклады будут рекомендованы к публикации в специализированных журналах. Иногородним студентам возможно предоставление общежития.

К участию в конференции приглашаются студенты, аспиранты, молодые ученые и специалисты промышленности по 35 лет включительно.

Регистрация участников начнется с 1 сентября 2013 года на сайте http://mami.ru/conf_tnt2013

до 1 ноября 2013 года

• Регистрация участника конференции на сайте и загрузка на сайт тезисов доклада.

до 21 ноября 2013 года

• Подтвердить намерение принять личное участие в работе конференции (по телефону, факсу или e-mail).

до 1 декабря 2013 года

• В адрес участников конференции будут высланы программа конференции и письмо-приглашение.

КОНТАКТНЫЕ ТЕЛЕФОНЫ И АДРЕСА

Ответственный секретарь
тел. (499) 267-10-46, tnt@mami.ru

Расчет и производство текстильных воздуховодов для приточной вентиляции и кондиционирования помещений

КАРТЕК

Каширское шоссе, д.22. кор.3,
 ☎ 495-223-9411, 495-727-0837
 ✉ holod@kartek.ru
 www.vozduhovody.su
 www.kartek.ru

КЛИМАТИЧЕСКАЯ ТЕХНИКА ПЕТЕРБУРГА

Петербургский рынок климатической техники показывает умеренный рост. Причем эксперты говорят, что эта отрасль практически сформирована. Если 10-15 лет назад на рынке было представлено около 20 компаний, то сегодня их число увеличилось более чем в 10 раз.

Александр Гримитлин, гендиректор ОНП «Инженерные системы», рассказал, что российский рынок кондиционирования демонстрирует уверенный рост в пределах нескольких процентов ежегодно. По его словам, на динамике рынка не сказался даже кризис четырехлетней давности.

Петербург сегодня входит в пятерку наиболее успешных российских регионов по развитию рынка бытового кондиционирования наряду с Москвой, Краснодарским краем, Тюменской и Оренбургской областями. Сегодня в Петербурге активны около 300-400 организаций. Из них около 40% компаний работают как с бытовым, так и с промышленным оборудованием, а примерно 60% — исключительно с бытовой техникой.

«Но если системами кондиционирования в общественных зданиях в Санкт-Петербурге серьезно занима-

ются несколько десятков компаний, то спроектировать вентиляцию и кондиционирование на промышленных, уникальных объектах могут буквально 3-4 организации», — отметил Александр Гримитлин.

На рынке Петербурга представлены бренды множества мировых производителей бытовых кондиционеров: Mitsubishi Heavy, Panasonic, Samsung, AEG, Ballu, Daikin, Fujitsu General, Gree, LG, McQuay, Midea, Mitsubishi Electric.

Среди крупных производителей климатической техники в Петербурге можно отметить ООО «Арктос», ЗАО «Вентиляционный завод Лиссант», ООО «Завод Вентилятор», ОАО «НПФ «Тепломаш», ООО «Завод тепловентиляционного оборудования» и многие другие. В сегменте промышленных вентиляционных систем эксперты выделяют два основных производителя — «Совплим» и «Экоюрус-Венто». В Петербурге так-

же есть большое число дистрибьюторов, некоторые из них предоставляют комплексные услуги от проектирования до сервиса. Среди них — компании «Климат-Проф», «Арктика», «Аэро-проф», «Русклимат», «Бюро техники».

На рынке кондиционирования насчитывается не одна сотня игроков, торгующих климатическим оборудованием. Вход на рынок достаточно прост — инвестиции требуются только в маркетинг. Подобные компании стараются работать по факту: заключили сделку и потом начинают искать оборудование под заказчика. Среди крупных игроков климатического рынка — транснациональная компания Carrier.

Эксперты говорят о том, что при всем многообразии оборудования заказчик все более ориентирован на получение индивидуальных решений по созданию внутренних инженерных систем здания при сниженных затратах. Они сходятся во мнении, что рынок кондиционирования Петербурга продолжит развиваться, так как все предпосылки для этого есть.

БЕЛАРУСЬ: ХОЛОДИЛЬНЫЙ СКЛАД

В перечне совместных проектов, выполненных GEA Grasso (литовское подразделение)

и УП «Джевет», есть современный объект логистики, расположенный в Минском р-не.

Это комплекс ОАО «Двадцать четыре», который предоставляет услуги логистики для поставщиков продуктов питания. О работе холодного склада, открывшегося в 2012 г, рассказали специалисты, управляющие работой аммиачной компрессорной станции. Это единственный недавно построенный логистический комплекс в Республике Беларусь, на котором в качестве хладагента применен аммиак.

Проект холодильного склада разработан компанией GEA Grasso, она же поставила оборудование для аммиачной компрессорной станции и холодильных камер. Монтаж оборудования выполнен УП «Джевет». Сложившийся тандем успешно реализовал многие проекты в Беларуси. Владельцы логистического комплекса также остались довольны качественной работой по монтажу трубопроводов, систем автоматики и холодоснабжения.

При проектировании оборудования холодоснабжения были поставлены следующие задачи:

- применение холодильного оборудования с наилучшими эксплуатационными характеристиками для обеспечения уменьшения энергозатрат на производство холода и достижения за счет этого снижения себестоимости продукции;
- унификация применяемого оборудования холодоснабжения и минимизация количества аммиака в холодильной установке.

Для реализации первой задачи компанией GEA Grasso были приведены экономические расчеты, подтверждающие эффективность использования аммиака в качестве хладагента. При обеспечении холодоснабжения предусмотрено применение поршневых компрессорных агрегатов GEA Grasso (Голландия). На температуру кипения -28°C установлен один агрегат холодопроизводительностью 99,3 кВт. На температуру кипения -10°C — два агрегата холодопроизводительностью по 228,9 кВт каждый и один агрегат холодопроизводительностью 305,5 кВт.

Кроме агрегатов, поставлены сосуды в необходимом объеме и количестве (дренажный ресивер, отделитель жидкости, промежуточный сосуд) в комплекте со всей необходимой арматурой и другими элементами обвязки.

В качестве оборудования системы конденсации паров аммиака применен пластинчатый теплообменник, в кото-

ром происходит нагрев 35%-ного раствора пропиленгликоля от 13°C до 28°C . Также установлен и испарительный конденсатор требуемой мощности.

В качестве оборудования испарительной системы использованы пластинчатый теплообменник для охлаждения пропиленгликоля до температуры -7°C , установлены семь аммиачных воздухоохлаждателей производителя GEA Kueba, 13 и 16 гликолевых (35%-ный раствор пропиленгликоля) воздухоохлаждателей производителей GEA Goedhart и GEA Kueba соответственно.

В объем поставки входили все необходимые насосы, буферные емкости, система газоанализации паров аммиака.

Для объекта характерна высокая степень автоматизации. Управление холодильным оборудованием выведено в комнату обслуживающего персонала. Обслуживание аммиачных холодильных установок осуществляется двумя машинистами. Комплексная автоматизация холодоснабжения с применением микропроцессорной техники не требует участия персонала в регулировании режима работы. Также автоматически регулируется равномерность суточной и годовой загрузки холодильного оборудования.

Система управления представляет собой программируемый логистический контроллер (PLC) Simatic (торговая марка компании Siemens AG), установленный в сети управления. На панели оператора отображаются все процессы, связанные с работой холодильного оборудования. Информация о работе системы холодоснабжения выдается на экран компьютера оператора в виде окон. В каждом из них представлена информация об устройствах, участвующих в работе системы. Нажимая на пиктограммы, расположенные на сенсорном дисплее, можно переходить от одного окна к другому, задавать/изменять значения параметров, подтверждать сигналы тревоги и т.д.

В систему заправлено 1320 кг аммиака. Это небольшое количество, однако в соответствии с законодательством объект уже является поднадзорным Госпромнадзору МЧС РБ. Требуется создание определенных условий эксплуатации, обеспечивающих безопасность. Аппаратно-программный комплекс предусматривает оповещение в случае утечки аммиака с отображением пораженной территории. Разработанный проект, в том числе раздел «Технология холодоснабжения», полностью соответствует требованиям законодательства Республики Беларусь.

Холодильный склад состоит из двух камер, поддерживающих температуру хранения -18°C , еще три камеры, охлаждаемые аммиаком, работают при 0°C . Современные аммиачные установки позволяют использовать вторичные хладоносители. Камеры для хранения овощей и яблок, рассчитанные на температуру хранения от 0 до 5°C , охлаждаются 35%-ным водным раствором пропиленгликоля. Для охлаждения пропиленгликоля применен пластинчатый теплообменник-испаритель, работающий по термосифонной схеме с отделителем жидкости.

Для обогрева полов низкотемпературных камер используют пропиленгликоль температурой 28°C , полученной путем утилизации теплоты перегрева паров аммиака в конденсаторе. Надежность и высокая эффективность теплообмена испарительного конденсатора достигаются за счет конструктивного исполнения змеевиков, организованного в противоточном движении охлаждающей воды и воздуха. В нижней секции оборудования расположены насосы оборотной воды и регуляторы механического действия для подпитки свежей водой. Применение такого оборудования исключает необходимость градирни, в системе находится небольшое количество воды, и затраты электроэнергии на ее циркуляцию минимальны.

НИЗКОТЕМПЕРАТУРНЫЕ СКЛАДЫ: ВЫСОКИЙ СПРОС

Как устранить дефицит и отстроиться от конкурентов

Роман СЕЛИН, руководитель ГК «Бизнес Сити»

На рынке складской недвижимости ощущается дефицит качественных специализированных складов: низко- и среднетемпературных. Между тем, холодильные распределительные центры -- важное звено в цепочке поставок. Поэтому многие торговые и производственные компании вынуждены строить такие комплексы самостоятельно, либо переоборудовать существующие помещения.

По оценкам аналитиков компании «Бизнес Сити», текущий спрос на специализированные склады (для хранения продуктов, фруктов и овощей, лекарственных препаратов и пр.) превышает предложение качественных площадей на 20-30%. Дефицит особенно характерен для крупных городов, расположенных на пересечении международных транспортных коридоров: значительные объемы охлажденных и замороженных продуктов, фармацевтики импортируются из-за рубежа.

Несколько лет назад во многих регионах был зафиксирован всплеск инвестиционного интереса к сегменту складов-холодильников, однако из-за кризиса многие проекты были приостановлены и стали «размораживаться» лишь относительно недавно. Поэтому основными игроками рынка, по-прежнему, являются реконструированные хладокомбинаты (например, в московском регионе насчитывается около полусотни таких объектов), а также холодильники, интегрированные в обычные складские терминалы. Из примерно 700 тыс м² «холодных» складов Московского региона лишь треть можно отнести к современным холодильно-складским комплексам.

Инертность сегмента «холодных» складов обусловлена, главным образом, капиталоемкостью проектов. Квадратный метр специализированного склада обходится девелоперам примерно в 1,5-2 раза дороже классического, «сухого» склада. Горизонты окупаемости таких проектов зачастую превышают 8-10 лет. Совершенно очевидно, что такие проекты не выдерживают конкуренции со спекулятивными инвесторами, которые предпочитают вкладываться в строительство быстрокупаемых классических складских терминалов. Кроме того, строительство холодильно-складских комплексов сдерживается несовершенством нормативно-правовой базы (которая безнадежно устарела) и длительностью процедур административных согласований.

В отсутствие качественного предложения на рынке многие торговые компании стремятся обзавестись собственными складскими помещениями, построенными или реконструированными по схеме built-to-suit (строительство под ключ под нужды конкретной компании). Однако, из-за отсутствия опыта в нишевом складском девелопменте, зачастую допускают серьезные

ошибки, цена которых весьма высока. Не всегда заказчики в состоянии сформулировать базовые технико-экономические параметры проектов, в отсутствие которых невозможно корректно рассчитать мощность дорогостоящего и энергоемкого холодильного оборудования. Распространены конструктивные просчеты: при изолировании полов холодильного склада, создании внешних теплоизолирующих контуров, планировании логистики и пр. Между тем, ошибки, допущенные на начальном этапе, могут привести к двукратному увеличению стоимости проекта.

Инвестиции в строительство наиболее сложных и дорогостоящих складов с универсальным температурным режимом (от +5°C до -21°C) оправданы в том случае, если у компании есть реальная потребность в складах такого формата, либо значительные объемы площадей предполагается сдавать в аренду.

Универсальность обеспечит возможность одновременного хранения на складе замороженной и охлажденной продукции. Это позволит существенно расширить круг потенциальных клиентов и отстроиться от конкурентов. В частности, от холодильных складов при хладокомбинатах советского образца, многие из которых — даже несмотря на реконструкцию и перепрофилирование — не в состоянии предложить арендаторам широкий набор современных сервисных опций.

kaliningradtoday.ru

«А-ТЕРМИНАЛ» ВЫСТАВЛЕН НА ПРОДАЖУ

Компания Accent Real Estate Investment Managers (AREIM) ищет покупателя на складской комплекс «А-Терминал» на Симферопольском шоссе. Возможность покупки актива общей площадью 55,6 тыс м² уже рассматривали группа «БИН» и британская Raven Russia.

«А-Терминал» состоит из обычного склада площадью около 20 тыс м², мо-

розильного — на 19 тыс м², а также холодильника на 10 тыс м² и офисов на 5 тыс м². «Продаж таких активов еще не было, поэтому оценить его стоимость сложно, — заметил директор департамента индустриальной и складской недвижимости, земли Knight Frank Вячеслав Холопов. — Набор различных по функциям складов в одном комплексе может как привлечь, так и от-

пугнуть потенциальных инвесторов, если они не умеют с ними работать».

«Ограниченность предложения на рынке низкотемпературных складов привела к тому, что ставки аренды на холодные и морозильные склады достигают \$250-300 за 1 м²», — заявил директор департамента рынков капитала Colliers International в России Саян Цыренов.

AMDEX GROUP СПРОЕКТИРОВАЛ ХОЛОДИЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС

Сергей Бозриков, заместитель гендиректора Amdex Group
рассказал о деятельности своей компании и ее планах

— Компания Amdex Group достаточно молодая. Расскажите, когда она появилась, что означает ее название?

— Компания Amdex Group была организована в 2005 г. В деловой литературе понятие «ambidextrous» используется с целью обозначения возможности одновременно осуществлять деятельность по нескольким направлениям с одинаковой эффективностью. В этом и кроется наша философия — мы одинаково эффективно управляем всеми сегментами нашего бизнеса.

В настоящий момент деятельность компании объединяет несколько направлений: девелопмент недвижимости, риелторская деятельность, управление собственными инвестиционными проектами в разных отраслях, управленческий консалтинг. Технология бизнеса предельно ясна: только инвестиционно привлекательные проекты с выраженным потенциалом, исключительный профессионализм команды и высокий уровень результативности на всех этапах, приводящий к увеличению капитализации всех активов.

— Перечислите, пожалуйста, ваши проекты...

— Что касается проектов в недвижимости — это холодильно-складской комплекс на Киевском шоссе, жилой комплекс в Горках-2, гостиница на 1-й Тверской-Ямской и ряд других.

Кроме того, у нас сложились партнерские отношения с немецким концерном Deutsche Bahn AG — крупнейшей в Европе транспортно-логистической компанией. В рамках этого сотрудничества наша компания содействует одному из подразделений немецкого концерна, DB International GmbH, в поиске проектов в России, а также выступает в качестве заказчика. При этом немецкие специалисты занимаются доработкой концепции и экспертной оценкой технологических решений проекта холодильно-складского комплекса нашей компании.

DB Schenker — другое подразделение немецкого концерна — выразила

интерес стать оператором складского комплекса. Известно, что культура и методики проектирования, а также используемые технологии в России находятся на достаточно низком уровне развития и не дотягивают до западных стандартов строительства. Именно поэтому мы рассчитываем в перспективе на тесное партнерство в текущих и планируемых инвестиционных проектах.

— Один из ваших проектов — холодильно-складской комплекс на Киевском шоссе в Подмоскowie...

— Мы выбрали для себя узкую нишу в сегменте складской недвижимости — холодильно-складской комплекс. Надо сказать, что большая доля замороженной импортной продукции, которая доставляется в основном по морю, затем транспортируется и складывается в Москве. Мы считаем, что услуги ответственного хранения в современном холодильно-складском комплексе на фоне изношенных фондов существующих хладокомбинатов будут востребованы.

Не стоит забывать, что на российском рынке практически отсутствуют отечественные профессиональные логистические операторы. Мы пригласили в партнеры западную логистическую компанию DB Schenker, входящую в концерн Deutsche Bahn AG. Сейчас ведутся переговоры, чтобы она стала оператором, предлагающим логистические услуги для отечественных импортеров и западных производителей замороженных продуктов. Ведь производителям очень важно выдерживать «холодную цепочку» — путь от производственного цеха до стола покупателя его продукции. Соблюдение качества продукции, а значит, «холодной составляющей» на этом рынке должно быть первостепенным для всех производителей.

— Этот сегмент мало востребован среди девелоперов. Почему вы решили в него пойти? На какой стадии находится проект?

— Этот сегмент мало изучен девелоперами. Здесь важен вопрос технологий, используемых в комплексе, и его размеров. Сделать универсальный склад глубокой заморозки достаточно сложно. Крупный девелопер не будет строить 4 тыс м², он будет строить минимум 50 тыс м². А возвести в «холодной цепочке» склад площадью 50 тыс м² очень дорого и трудоемко. Поэтому им не интересны и ими не востребованы подобные проекты. Мы же рассматриваем нишевые сегменты и готовы на них трудиться.

Сейчас наша компания разрабатывает проект строительства низкотемпературного складского комплекса класса А в 2,5 км от МКАД на Киевском шоссе в районе поселка Румянцево. Площадь застройки — около 2 га. Мы купили площадку, сняли все «согласовательные» риски, разработали проектную документацию. При этом было принято решение подключить к процессу концептуального планирования немецких экспертов из DB International и DB Schenker, которые проводят экспертную оценку решений, опираясь на свой многолетний опыт работы в сфере транспортной логистики.

— Каковы планы компании в ближайшие годы?

— Мы будем развивать собственные девелоперские проекты, увеличивать свою долю на рынках, на которых закрепились. Сейчас идеальная ситуация для входа в различные другие проекты на льготных условиях. Мы рассматриваем для себя участие в перспективных проектах с понятными условиями их реализации, в том числе и девелоперские. У нас есть уже опыт fee-девелопмента, и в настоящее время это направление становится все более популярным на рынке. Также планируем более активно развивать недавно открытое в рамках компании риелторское направление и консалтинговое сопровождение проектов.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
 АДМИНИСТРАЦИЯ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА
 САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
 ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
 ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ МЕХАНИКИ И ОПТИКИ
 ИНСТИТУТ ХОЛОДА И БИОТЕХНОЛОГИЙ
 МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ ХОЛОДА

приглашают принять участие
 в VI международной научно-технической
 конференции

13-15 ноября 2013 г

«Низкотемпературные и пищевые технологии в XXI веке»

Основные научные направления конференции:

- Низкотемпературная техника и системы
 низкопотенциальной энергетики
- Криогенная техника и технологии
- Системы кондиционирования
 и жизнеобеспечения
- Теоретические основы тепло- и хладотехники
- Техника и процессы пищевых производств
- Пищевые технологии
- Биотехнологии пищевых продуктов
- Промышленная экология
- Экономика и управление производством
 в отрасли
- Высшая школа XXI века

Оргкомитет конференции:

Председатель оргкомитета — Бараненко А.В.

д.т.н., профессор, директор ИХиБТ

Зам. председателя — Баранов И.В.

д.т.н., профессор, зам. директора по научной
 и инновационной деятельности ИХиБТ

Срок подачи заявки до 1 июня 2013 г,
 срок сдачи доклада до 1 июля 2013 г.

E-mail: nir@irbt-itmo.ru, proffcomm@irbt-itmo.ru

Тел. для справок: +7 (812) 572-27-10

Платунова Яна Яковлевна
 191002, г. Санкт-Петербург,
 ул. Ломоносова, д. 9, ИХиБТ
 www.ihbt.edu.ru

 **TELEDOOR**

Распашные двери
 Откатные ворота
 Холодильные камеры
 Чистые помещения
 Стеклянные фронты



СТЕКЛЯНЫЕ ВОРОТА



ОТКАТНЫЕ ДВЕРИ



ЧИСТЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ
 ХИМИКАТ, ЛАБОРАТОРИИ, ФАБРИКИ



СТЕКЛЯННЫЕ ФРОНТЫ
 ДЛЯ ХОЛОДИЛЬНЫХ КАМЕР

«ТЕЛЕДООР»
 127051, Москва,
 ул. Трубная, д. 21
 Тел.: (495) 662-57-11
 E-mail: info@teledoor.info
 www.teledoor.info

made
 in
 Germany

4-я Международная выставка складского оборудования и технологий ITFM / СЕМАТ

24 – 27 сентября 2013

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»



- Складская техника
- Складские системы и цеховое оборудование
- Системы управления складом
- Упаковка и сборочно-монтажное оборудование
- Автоматизация склада
- Холодильное оборудование
- Клининговое оборудование

www.itfm-expo.ru

Организатор:



Deutsche Messe
Worldwide

ООО Дойче Messe РУС



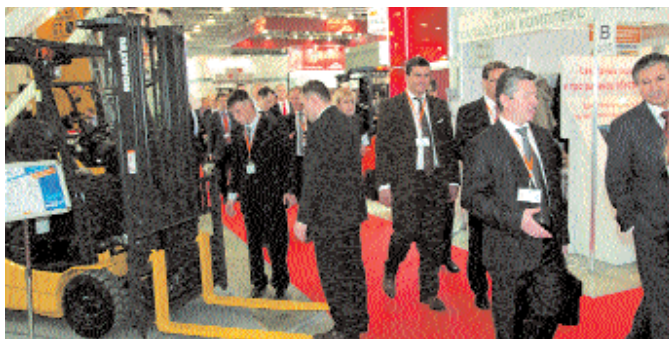
Тел: +7 (495) 935 81 00
itfm@ite-expo.ru

Генеральный медиа-партнер:



Среднеазиатский медиа-партнер:





СеМАТ СТАБИЛЬНО РАСТЕТ

С 24 по 27 сентября 2013 г в КВЦ «Крокус-Экспо» пройдет международная специализированная выставка ITFM, аналог Ганноверской промышленной ярмарки. В рамках выставки будет представлена экспозиция СеМАТ / Интралогистика, ведущий смотр международных достижений в области складских стеллажных систем, подъемно-погрузочной техники и автоматизации склада. На вопросы журнала «Империя холода» отвечает руководитель выставки ITFM Максим Кириллов.

— Какова Ваша оценка развития выставки в Москве?

— В 2013 г выставка ITFM пройдет в четвертый раз, и из года в год СеМАТ показывает стабильно положительную динамику роста. За три года площадь экспозиции увеличилась более чем на 100%, а за полгода до начала выставки 2013 г масштабы мероприятия уже побили рекорд 2012 г. Состав участников, как таковой, не меняется, а дополняется. Приходят новые компании, которые решают заявить о себе широкой публике, а где еще можно продемонстрировать наглядно свою продукцию широкому кругу потребителей, как не на выставке?

Поэтому, наряду с нашими постоянными участниками, такими как Toyota, Linde, Jungheinrich, Still, «Сидус», «Универсал-спецтехника», «Техника для склада», Komatsu, «Акку-Фертриб», AsiaMH и др. в 2013 г к нам присоединятся «Опытный завод «Микрон», «Горторгснаб», «Максстор», «Складской мир», AZ-Group и пр.

— До сих пор на выставке в Москве не выставлялось холодильное оборудование. С чем это связано?

— Изначально экспозиция интралогистики в Москве была организована по примеру Ганноверской, и актуальные тематики были заявлены по аналогии. Однако три года проведе-

ния выставки приносят свои плоды, и разница становится все более очевидной. Каждый год мы проводим анализ по самым интересным темам для посетителей, и холодильное оборудование по причине роста складских территорий вызывает стабильно растущий интерес. Поэтому в дальнейшие планы по развитию выставки входит введение отдельной тематики «холодильное оборудование для склада», и я уверен, что компании, которые примут участие с данной продукцией, гарантированно найдут своего клиента.

Таким образом, анализируя потребности, мы хотим создать такое мероприятие, на котором представитель любой компании сможет найти весь спектр оборудования, и полностью укомплектовать свой склад, какая бы продукция на нем ни хранилась.

— Какие преимущества получает участник СеМАТ?

— Первое принципиальное преимущество состоит в том, что «СеМАТ / Интралогистика» является не обособленным мероприятием, а проводится в рамках крупной выставки, что значительно увеличивает интерес к проекту потребителей из совершенно различных отраслей. В дополнение к этому, у компаний, участвующих в выставке, есть отличная возможность найти

партнеров среди участников других экспозиций.

Второе преимущество состоит в том, что выставка является совместным проектом двух крупнейших организаторов, DeutscheMesse и Группы компаний ITE. Нами приглашаются производители и потребители со всего мира, обмен опытом, технологиями, заключения новых контрактов предполагают международный масштаб.

— Какие оригинальные мероприятия ожидаются на московской выставке?

— Хотелось бы привлечь внимание в первую очередь к обширной деловой программе: на протяжении всего периода выставки нами проводится российско-германский форум, в рамках которого запланировано заседание «Эффективное управление интралогистикой предприятия» и затрагиваются многие актуальные темы. Все желающие смогут познакомиться с последними достижениями в области организации внутрискладского хозяйства, получить ответы на наиболее интересные и проблематичные вопросы интралогистики. У производственных компаний, проектных бюро, интеграторов автоматизации складского комплекса также будет возможность представить свои разработки и технологии.

www.stl-expo.ru

СТА

Склад
Транспорт
Логистика

реклама



20-я международная выставка систем логистики, транспортного обслуживания, средств автоматизации и механизации складских и погрузочно-разгрузочных работ



При поддержке:
Министерства транспорта РФ

ВОРОТА FREEZER

для холодильных морозильных камер -30°C



скоростные · энергоэффективные · герметичные
самовосстанавливающиеся · безопасные



(495) 777-4321
www.dynaco.ru

«Холодильник» без DYNACO - деньги на ветер!

РАСПРОСТРАНЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ХОЛОДИЛЬНЫХ И МОРОЗИЛЬНЫХ КАМЕР



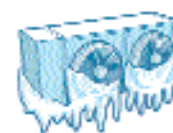
скользящий пол

При прохождении холодного воздуха через открытый проем возникает конденсат. Сформированный на теплой стороне, конденсат попадает внутрь камеры и замерзает, образуя лед. Высокая скорость работы ворот сокращает воздухообмен, что уменьшает количество выпадения конденсата на полу.



УДАЛЕНИЕ НАЛЕДИ

Использование медленных ворот приводит к увеличенному поступлению влаги в камеру, которая образует толстый слой наледи на потолке и на компонентах морозильника. Удаление наледи долгий и трудоемкий процесс.



ПОВРЕЖДЕНИЕ ОБОРУДОВАНИЯ

Наледь и изморозь на дверях или охлаждающих системах камеры могут их повредить или значительно снизить их эффективность.



НАРУШЕНИЕ ЛОГИСТИКИ

Конденсат и наледь на конструкции ворот замедляют их работу. Вследствие - в камеру попадает теплый воздух, что может привести к порче продуктов.

Основное назначение ворот DYNACO - это сокращение энергозатрат. Максимально быстро герметизируя проем, в моменты наибольшей интенсивности его эксплуатации, ворота препятствуют проникновению теплого и влажного воздуха в камеру, а также оттоку охлажденного воздуха из нее. Помимо того, что ворота помогают избежать всех проблем с обледенением, это значительно сокращает расходы.

Технология PUSH-PULL («ТЯНИ - ТОЛКАЙ») - главный «секрет» высокой эффективности ворот DYNACO. Это - оригинальное конструкторское решение, когда полотно ворот опускается вниз при помощи мотора, а не под своим весом. Принцип PUSH-PULL защищен международными патентами, аналогов нет даже у лучших конкурентов Dynaco.

ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНЫЕ ПЛИТЫ ISOPIR

В 2010 г. Группа компаний «ИЗОБУД» организовала производство плит и фасадных панелей из пенополиизоцианурата для систем утепления фасада, кровли, пола, цоколей и др.

Основные требования при выборе материалов для реконструкции и строительства объектов АПК и пищевой отрасли

Основными требованиями к объектам для содержания животных и хранения продуктов является соблюдение гигиены, поддержание единого температурного режима (в животноводческих комплексах, холодильных камерах), обеспечение единой газовой и влажностной среды (плодо-овощехранилища):

1. Выбор типа теплоизоляционных материалов осуществляется с учетом температуры хранения продуктов, состава среды и относительной влажности воздуха.

2. Помещение должно соответствовать высоким санитарно-гигиеническим требованиям:

- недопустимо скопление влаги между стыками стен, пола и потолка;
- помещение должно выдерживать регулярную чистку и обработку специальными составами;
- отсутствие мест скопления грязи.

3. Материалы строительных конструкций, их облицовок, отделочных и защитных покрытий зданий должны быть безвредными для пищевой продукции в местах возможного контакта с этой продукцией.

4. В зданиях необходимо предусматривать теплоизоляцию без пустот, из материалов, не разрушаемых грызунами.

Всем вышеперечисленным требованиям соответствуют новые продукты ГК «ИЗОБУД» — плиты теплоизоляционные ISOPIR и фасадные панели серии ISB-F.

Плиты теплоизоляционные ISOPIR из пенополиизоцианурата — экономически эффективная теплоизоляция

Применение плит теплоизоляционных ППУ в многослойных конструкциях позволяет обеспечить требуемые тепловые характеристики при толщине утеплителей от 40 мм. Теплопроводность пенополиизоцианурата составляет в среднем 0,019-0,023 Вт/м². Ха-

Технические характеристики плит

Изоляционный материал	пенополиизоцианурат
Длина плиты, мм	2000-6000
Толщина плиты, мм	30, 40, 50, 60, 80, 100, 120, 150, 200
Ширина плиты, мм	600; 1000

Расчетное термическое сопротивление плит теплоизоляционных серии ISOPIR:

Толщина плиты, мм	40	50	60	80	100	120	150	200
Расчетное термическое сопротивление Rk, м ² С/Вт*	1,66	2,08	2,50	3,33	4,17	5,00	6,25	8,33

Характеристики пенополиизоцианурата

Показатель	Пенополиизоцианурат
Плотность, кг/м ³	33-42
Предел прочности на сжатие при 10% деформации, кПа, не менее	120
Предел прочности на растяжение, кПа, не менее	100
Предел прочности на сдвиг, кПа, не менее	120
Теплопроводность в сухом состоянии, Вт/м*К, не более	0,022
Влажность по массе, %, не более	1
Группа горючести	Г2

раактеристики теплопроводности плит ППУ сохраняются на протяжении всего срока эксплуатации.

Пенополиизоцианурат является конструктивным тепло- звукоизоляционным материалом — не подвержен воздействию агрессивных сред, гниению, обладает высокой адгезией к различным материалам, имеет длительный срок эксплуатации в различных средах (в том числе агрессивных, влажностных). Пенополиизоцианурат относится к группе трудногораемых материалов. При равной эффективности теплоизоляции слой пенополиизоцианурата будет более тонким, нежели при использовании других материалов.

Теплоизоляционные системы с применением плит ISOPIR

Плиты изготавливаются с наружными облицовками из ламинированной бумаги, фольги, пластика, стекловолокна. Наружное покрытие обеспечивает дополнительную защиту плит от воздействия окружающей среды и механических повреждений, также соответствует требованиям гигиенической и экологической безопасности материалов.

Область применения систем теплоизоляции серии ISOPIR в многослойных системах теплоизоляции:

- стены и фасады;
- пол и перекрытия;
- цоколи, фундаменты и подвальные помещения;
- плоские и наклонные кровли.

Варианты утепления ограждающих конструкций с применением теплоизо-

ляционных плит **ISOPIR FIBERGLASS** с облицовкой из стекловолокна:

- с внутренней стороны ограждающей конструкции;
- внутри самой ограждающей конструкции;
- снаружи ограждающей конструкции — навесные фасадные системы и системы с оштукатуриванием фасада.

Варианты утепления кровли с применением плит теплоизоляционных **ISOPIR ALUM** с облицовкой из фольги:

- вентилируемая система утепления плоской кровли;
- совмещенная система утепления плоской кровли;
- вентилируемая система утепления скатной кровли;
- утепление инверсионной кровли.

Варианты утепления пола и перекрытий с применением плит теплоизоляционных ISOPIR с облицовкой из ламинированной бумаги:

- утепление пола под стяжку;
- устройство пола по лагам;
- утепление пола над холодными подвалами;
- утепление цоколей.

Плиты из пенополиизоцианурата **ISOPIR PLAST** с облицовкой из пластика получили широкое применение в системах теплоизоляции и отделки:

- подвесных потолков;
- перегородок;
- теплоизоляции стен.

Высокая устойчивость пластика к агрессивным средам особенно актуальна для объектов АПК со щелочными, аммиачными средой эксплуатации.

Характеристики фасадных панелей ISB-F

Артикул фасадной панели	ISB-F
Максимальная длина, мм	12500
Толщина панелей, мм	40, 50, 60, 80, 100, 120, 150
Ширина панелей, мм	600; 1000
Тип наружной обшивки	Оцинкованная тонколистовая сталь с полимерным покрытием, алюминий
Толщина наружной обшивки, мм	0,5-0,7
Тип внутренней обшивки	Гидроалюминий (фольга); ламинированная бумага
Толщина внутренней обшивки, мм	0,05
Вид профилирования наружной обшивки	Чередующаяся трапеция; микропрофилирование; V-образное углубление; гладкая поверхность
Цвет наружной обшивки	В соответствии с классификацией RAL

Фасадные панели серии ISB-F

Фасадные теплосберегающие панели применяются для обустройства фасадов при строительстве новых объектов, а также при реконструкции, утеплении существующих зданий — для улучшения их теплотехнических свойств и эстетики здания.

Преимущества панелей серии ISB-F.

- Система два в одном: эффективная теплоизоляция и готовый фасад.
- Большой ассортимент цветовых решений.
- Эстетичный внешний вид здания.
- Высокая антикоррозийная защита поверхности панели: сталь с полимерным покрытием, алюминий.
- Срок службы зданий при реконструкции увеличивается на 30-40 лет.
- Возможность монтажа в любое время года — не требуется проведения дополнительных отделочных работ.

Почему выбирают теплоизоляцию из пенополиизоцианурата?

В многослойных теплоизолирующих конструкциях важно применять материалы, каждый из которых обладает требуемыми функциональными и техническими характеристиками в комплексе (характеристики теплопроводности, пожарной безопасности, паропроницаемости, водопоглощения, механической прочности, соответствия гигиеническим и экологическим требованиям и др.).

Эффективные теплоизоляционные материалы из пенополиизоцианурата соответствуют следующим требованиям:

- **Наилучшие характеристики теплопроводности.** Значение теплопроводности 0,022 Ватт/мК на 30% эффективнее по сравнению с дру-

гими теплоизоляционными материалами.

- **Экологическая безопасность.** Материалы не токсичны и не вызывают аллергии.

- **Высокая механическая прочность.** Теплоизоляция из пенополиизоцианурата идеально подходит для теплоизоляции конструкций, на изоляционный слой которых приходится большая нагрузка (например, цементная стяжка полов и т.п.).

- **Высокие температурные режимы эксплуатации.** Применение теплоизоляционных плит из PIR осуществляется в условиях очень высоких либо низких температур.

- **Удобство монтажа.** Легкий вес конструкции плиты. Жесткая и, вместе с тем, эластичная плита легко разрезается при помощи ножа или пилы.

Для обеспечения соответствия плит и панелей требуемым параметрам компанией «ИЗОБУД» используются современные методы организации производства: входной, операционный и приемочный контроль, периодические, типовые и сертификационные испытания.

Система менеджмента качества сертифицирована в соответствии с требованиями международного стандарта ISO 9001.



ПЛИТЫ ТЕПЛОИЗОЛЯЦИОННЫЕ ISOPIR

Энергоэффективные решения из пенополиизоцианурата для строительства и реконструкции

НОВИНКА!

-  **ЭКОНОМИЧЕСКИ ЭФФЕКТИВНАЯ ИЗОЛЯЦИЯ**
коэффициент теплопроводности λ=0,022 Вт/мК
-  **ВЫСОКАЯ МЕХАНИЧЕСКАЯ ПРОЧНОСТЬ**
-  **ОПТИМАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**
группа горючести Г1
-  **ВЛАГОНЕПРОНИЦАЕМОСТЬ**
влагоустойчивость по массе не более 1%

-  **НАДЕЖНАЯ ЗАЩИТА ОТ НАСЕКОМЫХ И ГРЫЗУНОВ**
-  **ЛЕГКАЯ ОЧИСТКА ПЛИТ**
-  **НЕБОЛЬШОЙ ВЕС И УДОБНЫЙ ФОРМАТ ПЛИТ**
-  **ГЕРМЕТИЧНОСТЬ СТЫКОВ ПЛИТ**

ПЛИТЫ ISOPIR ALUM



высокоэффективная теплоизоляция для скатной и плоской кровли

ПЛИТЫ ISOPIR FIBERGLASS



качественная теплоизоляция фасада и напольная стяжка

ПЛИТЫ ISOPIR



оптимальное решение для теплоизоляции полов, перегородок, стен и облицовки

ПЛИТЫ ISOPIR PLAST



для утепления внутренних стен, перегородок, облицовки ванных комнат, террас, балконов

115114, Россия, г. Москва,
ул. Дербянинская, 20/1 (метро «Павловский»)

тел.: +7 800 250 02 29
(бесплатно по всей территории РФ)
факс: +7 495 515 13 13

www.isobud.com
e-mail: marketing@isobud.com



Конференция «ПРИРОДНЫЙ ХЛАДАГЕНТ АММИАК — ХИМИЧЕСКАЯ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РФ»

ЮНИДО, ГЭФ и Минприроды России проводят конференцию «Природный хладагент аммиак — химическая и технологическая безопасность Российской Федерации», которая состоится в Москве 16 октября 2013 г.

Конференция посвящена перспективам распространения аммиака в качестве хладагента в России, имеющемуся опыту его использования в нашей стране и за рубежом. А также необходимости инициирования изменений в законодательстве, способствующих распространению природных хладагентов с учетом безопасности РФ.

Участники конференции

В конференции примут участие представители Минприроды, Минпромторга, Минэнерго, Минтранса, Минобороны, Минобрнауки России, Ростехнадзора, Росприроднадзора, Росатома, Центра ЮНИДО в РФ, саморегулируемых организаций и ассоциаций в климатической и холодильной отраслях, крупнейших проектных, монтажных и дистрибуторских организаций, российских и зарубежных производителей холодильного оборудования и хладагентов, научно-исследовательских институтов и центров, международных экспертов.

Темы докладов конференции

- Природные хладагенты — химическая и технологи-

ческая безопасность РФ

- Международный опыт перехода с ОРВ и парниковых газов на системы с использованием аммиака
- Сравнительный анализ российского и международного законодательства по использованию холодильных систем с аммиаком
- Сферы эффективного использования систем с аммиаком в России и в мире
- Современные способы обеспечения безопасной работы систем с использованием аммиака
- Система образования и сертификации специалистов по холодильному оборудованию и химическая и технологическая безопасность РФ
- Международное сотрудничество в целях продвижения природного хладагента аммиака.

Участие в мероприятии бесплатное. Запись на участие осуществляется по предварительной заявке.

Координатор конференции Артем Кушнерев
Тел.: +7 (916) 619-06-96

**Журнал «Империя холода» —
информационный спонсор
конференции**

НОВЫЕ СПИРАЛЬНЫЕ КОМПРЕССОРЫ LLZ — ХОЛОДНО КАК НИКОГДА!

Компания ООО «Данфосс» анонсирует старт продаж спиральных компрессоров LLZ, предназначенных для низкотемпературных систем



Четыре новые модели компрессоров с опциональной возможностью впрыска пара теперь доступны для заказа. Модельный ряд обеспечивает холодопроизводительность в диапазоне от 2,7 до 7 кВт (от 4 до 10 л.с.) при применении без впрыска пара и в диапазоне от 3,9 до 9,9 кВт с комплектом экономайзера — с впрыском пара. Хладагент R404A.

Компрессоры серии LLZ являются превосходным вариантом для использования в компрессорных агрегатах низкотемпературных холодильных систем камер, льдогенераторов, морозильных камер мини- и супермаркетов, ресторатов, магазинов «у дома», АЗС и т.д.

Соб. инф.

Краткая информация	
Компания:	Danfoss
Продукт:	Спиральные компрессоры LLZ
Применение:	Низкотемпературные коммерческие холодильные системы
Хладагенты:	R404A / R507
Модельный ряд:	LLZ013 - 2,8 / 3,9 кВт* LLZ015 - 3,5 / 5,1 кВт* LLZ018 - 4,1 / 6,0 кВт* LLZ024 - 6,9 / 9,9 кВт* <i>* Вторая цифра указывает на холодопроизводительность компрессора с экономайзером</i> <i>Данные указаны при условиях EN12900</i>
Особенности:	Компактный и эффективный компрессор с низким уровнем шума, согласованием спирального блока. Опционально возможно использование экономайзера для впрыска пара и улучшения показателей эффективности и холодопроизводительности.

ИННОВАЦИОННЫЕ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНЫЕ РЕШЕНИЯ



олекс

E-E-E-E-S!

www.olex.ru

E- ENERGY

E- EFFICIENCY

E- ECOLOGY

S- SOLUTIONS!

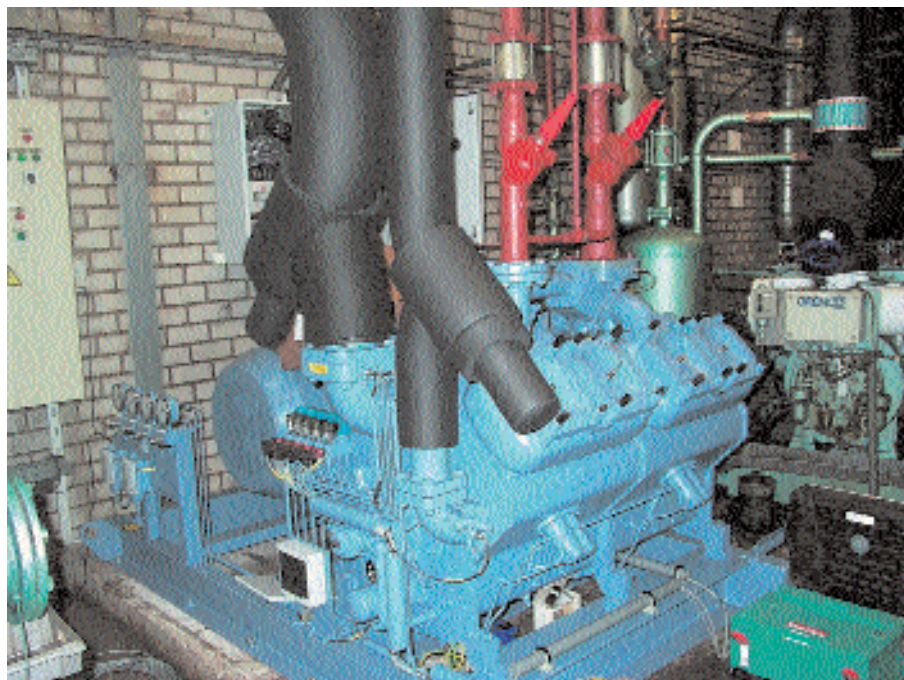


ДВУХСТУПЕНЧАТЫЕ ПОРШНЕВЫЕ КОМПРЕССОРЫ GRASSO V-СЕРИИ

Пресс релиз

Мы очень рады сообщить Вам, что с 6 мая 2013 г. GEA Refrigeration Technologies запустил в продажу по всему миру полный ряд двухступенчатых компрессоров Grasso V (от 300Т до 1800Т). В результате этого расчетная программа Comsel (версия V3.15.06, доступная на сайте www.grasso.nl) была обновлена с возможностью выбора нового двухступенчатого V-ряда.

Данные двухступенчатые модели Grasso V заменяют все 20 двухступенчатых моделей в пределах рядов Grasso 12, Grasso 12E и Grasso 10, кроме трехцилиндровой модели Grasso 2110.



Модель	Производительность, м ³ /ч*	Число цилиндров, 1-я ступень/2-я ступень	Частота вращения, мин ⁻¹	Холодопроизводительность, кВт**		Габаритные размеры, мм			Масса, кг
				-35/+35	-40/+35	Длина	Ширина	Высота	
GEA Grasso V 300T	217	3/1	1500	45	34	935	940	922	590
GEA Grasso V 450T	290	4/2	1500	67	52	1310	940	922	769
GEA Grasso V 600T	435	6/2	1500	90	68	1425	940	922	1062
GEA Grasso V 700T	478	3/1	1200	108	85	1060	1072	1013	814
GEA Grasso V 1100T	637	4/2	1200	157	123	1304	1072	1013	1077
GEA Grasso V 1400T	955	6/2	1200	217	170	1672	1072	1027	1520
GEA Grasso V 1800T	1114	7/3	1200	262	203	1874	1072	1027	1755

* Теоретическая объемная производительность по условиям всасывания в 1-ю ступень.

** Холодопроизводительность дана при работе на NH₃ и с промежуточным охлаждением (GEA Grasso system «С»).

Главные особенности нового двухступенчатого V-ряда:

- более простой выбор (только одно отношение объемной подачи ступеней на каждый типоразмер);
- преимущества одноступенчатых V-рядов показывают:
 - увеличенный изоэнтропный коэффициент (до 10%!);
 - пониженную температуру нагнетания и масла;

- чрезвычайно низкий унос масла;
- компактный промежуточный охладитель-экономайзер типов А и В;
- разгрузка пуска компрессора в его стандартном исполнении.

В таблице дан обзор доступного диапазона и мощностей компрессоров Grasso V-серии.

С выпуском двухступенчатых компрессоров V-серии, GEA Grasso собирается завершить процесс обновления

поршневых компрессоров на V-серию и в кратчайшие сроки пойдет дальше к следующей задаче: выпуск компрессоров Grasso HP для тепловых насосов и низкотемпературных машин на CO₂ большего размера.

Компания уверена, что с этим последним шагом полностью готова двигаться в будущее с современными промышленными поршневыми компрессорами.



GEA Refrigeration Technologies

Москва:

105094, ул. Семеновский Вал, 6А
Тел.: (495) 787-20-11; факс: (495) 787-20-12

Екатеринбург:

620014, ул. Радищева, 12/23, офис 405
Тел.: (343) 356-03-11; факс: (343) 356-03-13

Санкт-Петербург:

190031, ул. Гороховая, 53, лит. А, пом. 6Н
Тел. / факс: (812) 310-38-49

Владивосток:

690091, ул. Набережная, 9
Тел. / факс: (4232) 65-02-80

ВЫСТАВКА VIV RUSSIA 2013



В Москве, в выставочном комплексе «Крокус Экспо» прошла международная выставка инновационных технологий и перспективных разработок «от поля до прилавка» — «Мясная промышленность. Куриный Король /VIV Russia 2013» и «Индустрия холода для АПК». Организаторы: выставочная компания «Асти Групп» (Россия) и VNU Exhibition Europe (Голландия).

В этом году в выставке участвовали более 400 компаний из 36 стран мира: Австрии, Беларуси, Бельгии, Великобритании, Германии, Дании, Израиля, Канады, Польши, Португалии, России, Турции, Франции, Южной Кореи и др., которые представили инновации в области животноводства, свиноводства, птицеводства, рыбоводства и т.д. Помимо индивидуальных стендов на выставке были павильоны Франции, Испании, Италии, Китая и США. Впервые среди национальных павильонов появилась экспозиция Нидерландов.

В числе участников «Альфа Лаваль Поток», «Альфа Контрактинг», «Ариада», «Агро-3», «Кабинплант», «Криотек», «Култек», «Липсия», «Лиссант», «Мерпаса», «ОК», «Простор Л», «Профхолод», «Пифагор», «Термокул», «Холод интернешнл плюс», «Холод Экспресс», «Холтек» и др.

Концепция выставки — «От поля до прилавка» (From Feed To Meat). В экспозиции представлено все необходимое для мясной индустрии. Главная задача смотра — представить российскому рынку инновационное и качественное оборудование и техно-

логии. Ассортимент, показанный на выставке, поможет производителям мясной продукции, например, в решении такой важной задачи, как поставка населению качественного мяса и изделий из него.

Президент выставочной компании «Асти Групп» Наринэ Багманян в своем приветственном слове подчеркнула, что выставки VIV — это уникальный международный проект, который охватывает практически весь мировой агропромышленный рынок: Европу, Ближний Восток, Азию, Латинскую Америку. Каждая из них имеет свое лицо и национальные особенности. И одним из наиболее перспективных и инвестиционно-привлекательных проектов является выставка VIV в России, которая служит отражением современных тенденций российского и мирового рынка мяса и мясopодуков.

Наринэ Багманян: «Бренд «Куриный Король» стал заметным на рынке птицеводства, и мы не собираемся с ним расставаться. Но с течением времени мы значительно расширили сферы интересов, основываясь на потребностях мясоперерабатывающей и смежных с ней отраслей, включая разделы, актуальные для специалистов по свиноводству и мясомолочному животноводству. На выставке этого года, к примеру, было представлено оборудование для разведения уток и кроликов, а также оборудование для овцеводства, которое является не только одной из основных отраслей народного хозяйства для ряда регионов нашей



страны, но и источником получения важнейших видов продукции — шерсти и мяса (баранины, овчины).

Показателем успеха для нас является тот факт, что мероприятие становится интересным все большему числу посетителей, причем не только российских. К нам приезжают профессиональные посетители также из стран Таможенного союза, СНГ, Балтии, Европы, Азии, Ближнего Востока и других уголков мира, заинтересованные в приобретении оборудования и передовых технологий, представленных на выставке.

Мы стараемся, чтобы соотношение российских и зарубежных экспонентов было 50 на 50, но не получается. Иностранных компаний оказывается больше: наша выставка демонстрирует,

в первую очередь, новейшее оборудование и технологии для сельского хозяйства, а это направление, в основном, представляют зарубежные участники.

Кстати, в рамках выставки был раздел «Холод для АПК», который мы активно развиваем...»

На VIV Russia 2013 была представлена новая специальная секция — MeatTech. Она продемонстрировала оборудование и технологии для осуществления замкнутого цикла переработки мясного сырья, его хранения и доставки потребителю. Профиль компаний-участников секции широкий — это производители и дистрибьюторы оборудования, переработки сырья, маркировки, этикетирования, упаковки готовой продукции из мяса, а также ингредиентов и добавок. Экспозиция поможет российским специалистам использовать мировые тен-



денции для успешного развития животноводства,

В деловой части эксперты представили свои исследования в агропромышленном секторе различных стран мира, в том числе России, ознакомили с тенденциями, прогнозами, перспективными направлениями развития отрасли, а также инвестиционными проектами. Для технических специалистов, ученых и инженеров проводились многочисленные секции и семинары сотрудниками компаний, представляющими оборудование.

На стенде ГК АВИС с большим успехом прошел пресс-брифинг с участием своих ключевых партнеров — компаний Alfa Laval, Anglia Autoflow, Hog Slat, Spectra Vet. Участники брифинга в формате презентации представили свои компании в разрезе инновационных технологий и важности их использования отечественными сельхозпроизводителями после вступления РФ в ВТО.

На выставке состоялся семинар: «Индустрия холода для АПК, энергосбережение и продовольственная безопасность», который провел профессор Владимир Сапожников при участии исполнительного директора «Россоюзхолодпрома» Эдуарда Багиряна.

Слушателями семинара стали более 40 представителей от 24 профильных фирм и организаций. На нем были рассмотрены две темы:

- пути и способы энергосбережения при производстве холода и хранении продовольствия на мясоперерабатывающих предприятиях АПК;
- рабочие вещества в производстве промышленного холода.

Специалисты ООО «ОК» в своих сообщениях подробно остановились на трех разработках своей компании. Зам. технического директора компании Ильдар Мухтаров представил слушателям доклад на тему: «Вторичные энергоресурсы в тепло- и хладоснабжении комплексов переработки птицы и мяса». С докладом: «Естественные рабочие вещества в каскадных системах хладоснабжения мясо- и птицеперерабатывающих комплексов» выступил Артур Зимков. Технический директор «ОК» Роман Бажанов сделал доклад на тему: «Энергосберегающие компаундные установки для камер замораживания и хранения тушек птицы».

Главный специалист ООО «ХОЛТЕК» Лион Котляр познакомил участников семинара с разработками на тему: «Сни-



жение энергозатрат при выработке холода в централизованной системе хладоснабжения мясо-, птицеперерабатывающих предприятий». Он сообщил слушателям, что в мире ежегодно производится около 150 млн т аммиака, а из них лишь только 0,5% его используется в холодильных установках. Поэтому распространяемые на всех уровнях и в инструкциях сведения о глобальной опасности аммиака для окружающей среды и населения городов совершенно надуманы и преувеличены.

Все доклады были весьма интересны, проиллюстрированы таблицами, графиками, фотографиями и вызвали оживленную дискуссию.

* * *

Следующая выставка VIV Russia пройдет в мае 2015 г в МВК «Крокус Экспо». Журнал «Империя холода» — информационный спонсор выставки.

Соб. инф.

ТМ «БАБУШКА АНЯ» СТРЕМИТСЯ НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК

Компания «Санта Бремор» запустила еще один цех, пятый по счету, на территории СЭЗ «Брест»

Цех по производству замороженных полуфабрикатов был открыт компанией весной 2013 г. Как рассказал его начальник Вячеслав Ботов,пельмени на «Санта Бремор» решили выпускать еще в 2003 г. Это было не самое простое время, когда белорусский рынок уверенно захватывали известные пельменные марки России.

Уже в то время у компании «Санта Импэкс Брест», изначально занятой производством, торговлей и ресторанным бизнесом и делегировавшей часть полномочий «Санта Бремор», был нарабатан серьезный опыт работы с продукцией глубокой заморозки. Так, вслед за выпуском расширенных линеек рыбной продукции, морепродуктов и мороженого (ТМ «Матиас», икра №1, «Топ», «Юкки»...) на предприятии было решено освоить с нуля производство одного из самых известных славянских продуктов.

За девять лет работы это локальное производство позволило выйти компании «Санта Бремор» в национальные лидеры по объемам производства пельменей, вареников и др. Новые ТМ «Бабушка Аня» и «Эники-Беники» стали популярны и узнаваемы.

А дальше произошло то, что часто случается с производствами, расположенными в черте города. Спрос на замороженные полуфабрикаты рос, а масштабное расширение производства было невозможно. Поэтому в 2012 г. руководством компании было принято принципиальное решение о строительстве нового современного цеха, уже пятого по счету, на территории СЭЗ «Брест».

На производственных площадях в 2200 м² сегодня выпускаются пельмени под ТМ «Бабушка Аня», вареники с разнообразными начинками, клецки... Но уже в ближайшее время планируется открыть вторую половину завода. На симметричных с цехом полуфабрикатов площадях будут перерабатывать морепродукты. Данное производство может также способствовать развитию цеха полуфабрикатов.

Дело в том, что на пельменном участке запущена линейка новой для белорусского рынка продукции — азиатских пельменей «Хар Гоу» под ТМ AZIO. Пока разработаны три вида продукции. В чем-то она похожа на привычные пельмени, но есть и отличия. Например, тесто для приготовления «Хар Гоу» готовится по традиционной китайской технологии. И начинки опять же из морепродуктов.

Как делаются настоящие пельмени

- Линия лепки позволяет производить до 30 т готовой продукции в день, работает в круглосуточном режиме.
- Отличительной чертой производства является стремление к абсолютной централизованной автоматизации (установлена автоматическая итальянская система подготовки и транспортирования теста). С данного агрегата тесто подается на формирующие автоматы. Там тесто раскатывается в пласти.
- Пельмени могут изготавливаться двумя способами: одно- либо двухлистными. Суть процесса от этого не меняется. Вырезается тестовая заготовка, на нее подается мясной фарш и формируется пельмень. Все процедуры занимают секунды.
- Готовый продукт отправляется в камеры шоковой заморозки. Температура в них выдерживается -38°C.
- На очередном этапе уже замороженные пельмени поступают на мультиголовочный дозатор японского производства. На нем продукция дозируется по порциям с погрешностью до 1 гр.
- Полученные порции упаковываются на специальной линии, после чего они складываются в коробки, затем на поддоны и отправляются на временное хранение в холодильные камеры. А уже оттуда — в складской комплекс.

Для производства используется российская мука высшего сорта из твердых сортов пшеницы, белорусские и польские свинина, говядина, специи, соль.

В новом цехе есть современная компрессорная установка, вырабатывающая холод для камер и позволяющая поддерживать строго определенную температуру на тех или иных участках.

На «Санта Бремор» чрезвычайно скрупулезно подходят к выстраиванию логистических схем и цепочек, систем продаж. Кроме того, в сфере маркетинга компания также применяет продуманные до мелочей стратегии.

Категорийный менеджер СП «Санта Бремор» Елена Журавлева отмечает: «На сегодняшний момент основные продажи в категории «замороженные полуфабрикаты» приходятся на пельмени. Однако нам интересно развивать и другие категории. Главная пельменная марка — «Бабушка Аня» — уверенно и не первый год занимает лидирующие позиции на рынке по объемам продаж и по уровню потребительского знания».

Принципиально важно то, что расширение производственных мощностей и отсутствие таможенных препятствий должны помочь выходу замороженных полуфабрикатов под маркой «Бабушка Аня» на российский рынок. «Согласно российским регламентам, наши пельмени классифицированы как «полуфабрикат в тесте с мясной начинкой категории В», — поясняет г-жа Журавлева. — Таким образом, мы предлагаем нашим соседям качественный продукт под оригинальным брендом».

В то же время специалист отметила активное формирование премиального сегмента среди полуфабрикатов. Произошло это благодаря запуску новой продуктовой линейки — азиатских пельменей «Хар Гоу». Начинками выступают морепродукты: королевская креветка, сочный лосось и нежный кальмар. Данная продукция от «Санта Бремор» может быть востребована не только розницей, но и сектором HoReCa.



ГОТОВЫЕ ОБЕДЫ



- ☞ Полностью готовое блюдо - только разогреть!
- ☞ Отборное мясо и только натуральные ингредиенты
- ☞ Много мясной составляющей
- ☞ Ассортимент: широкий выбор мясных и постных блюд, лазанья
- ☞ Порция 300 - 350 гр
- ☞ Лучшие кулинарные рецепты и вкус

Меню со вкусом традиций!

www.roskorona.ru

СЕМЬ ТЕХРЕГЛАМЕНТОВ НА ПИЩЕВУЮ ПРОДУКЦИЮ

В Таможенном союзе с 1 июля вступили в силу 7 технических регламентов на пищевую продукцию. Основным из них является техрегламент о безопасности пищевой продукции.

Техрегламент «О безопасности пищевой продукции» является одним из наиболее объемных в блоке продовольственных. Он состоит из семи глав и содержит 10 приложений. Нормы техрегламента не распространяются на пищевую продукцию, производимую гражданами в домашних условиях, в личных подсобных хозяйствах, или гражданами, занимающимися садоводством, огородничеством, животноводством.

Документ устанавливает, что пищевая продукция выпускается в обращение на рынке только при ее соответствии этому документу, а также иным техническим регламентам Таможенного союза, действие которых на нее распространяется. Пищевая продукция, соответствующая необходимым требованиям и прошедшая оценку (подтверждение) соответствия, маркируется единым знаком обращения продукции на рынке государств-членов Таможенного союза.

Вся пищевая продукция, находящаяся в обращении, в том числе продовольственное сырье, должна сопровождаться документацией, обеспечивающей ее прослеживаемость. Если же выяснится, что продукция не соответствует требованиям регламентов, в частности, имеет истекшие сроки годности, то она подлежит изъятию из обращения. Для идентификации продукции документ предусматривает следующие методы: по наименованию, визуальный, органолептический, аналитический.

В приложениях к техрегламенту определены микробиологические нормативы и гигиенические требования безопасности пищевой продукции. Особые требования безопасности предъявляются к специализированной пищевой продукции — в частности, для питания детей, беременных и кормящих женщин. В ней не допускается использование продо-

вольственного сырья, содержащего ГМО.

Говоря о значении этого техрегламента, председатель правления Национального союза производителей молока Андрей Даниленко отметил, что «все требования к безопасности и качеству продукции — это один из ключевых инструментов, который используют наши иностранные коллеги для защиты своих рынков».

Беларусь высказалась за отсрочку вступления в силу отдельных положений техрегламента, а также предложила изъять ряд пунктов об исключении из единого перечня товаров, подлежащих ветеринарному контролю, переработанной пищевой продукции животного происхождения. Речь, прежде всего, идет о молочной, мясной и рыбной продукции.

Против этой позиции белорусской стороны высказался Россельхознадзор. Там обратили внимание на то, что проблемы для мясного рынка может создать содержащий в техрегламенте запрет на реализацию продукции после так называемого подворного убоя животных. «Если животное забито во дворе, то продавать его мясо на рынке уже будет нельзя», — пояснил руководитель службы Сергей Данкверт.

Таким образом, с рынка выпадает большая часть производителей мясной продукции. Разрешено будет продавать только мясо животных, забитых на специальных предприятиях, убойных пунктах и убойных площадках. «Но такие условия созданы далеко не везде, — сказал он. — Мы поддерживаем желание технически урегулировать все вопросы, но прежде, чем вводить новшества, необходимо создать возможность для их реализации».

Технический регламент на масложировую продукцию. Документ содержит 22 статьи. Он устанавливает требования к масложировой продук-

ции, включая требования к упаковке и маркировке, а также к связанным с ними процессам производства, хранения, перевозки, реализации. Объемом его регулирования является более 20 видов масложировой продукции, в том числе растительное масло и его фракции, маргарин, жиры специального назначения, в том числе жиры кулинарные, эквиваленты масла какао, майонезы и т.д.

Техрегламент допускает до 15 февраля 2015 г производство и выпуск в обращение продукции в соответствии с обязательными требованиями, ранее установленными нормативными правовыми актами Таможенного союза или законодательством государства — члена ТС.

Как заявили в ООО «Юнилевер Русь» (один из крупных производителей масложировой продукции в России), техрегламент не содержит требований, которые бы создавали непреодолимые препятствия для работы масложировой отрасли. Ряд требований в целом гармонизирован с мировой практикой данной отрасли.

Однако в документе есть требования, которые имеют несколько избыточный характер, считают в компании. Так, в регламент ТС из российского регламента перенесен показатель окислительной порчи масложировых продуктов, так называемое «перекисное число». По мнению зарубежных и отечественных экспертов, этот показатель не вполне релевантен для продуктов переработки масел, так как не позволяет определить свежесть продукта.

Кроме того, регламент ТС ограничивает жирность майонеза — менее 50%. Такого требования нет в законодательствах ведущих стран мира, сообщили в компании.

Кроме того, с 1 июля вступили в силу еще 5 техрегламентов.

ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ*

ПРОД ЭКСПО

10–14
февраля 2014

21-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ
ВЫСТАВКА ПРОДУКТОВ
ПИТАНИЯ, НАПИТКОВ
И СЫРЬЯ ДЛЯ
ИХ ПРОИЗВОДСТВА



www.prod-expo.ru

Вместе к успеху!

Центральный выставочный комплекс
«Экспоцентр», Москва, Россия

* В соответствии с Общероссийским рейтингом выставочных мероприятий
2011–2012 гг., составленным РСВА совместно с ТПП РФ

18+



реклама

 **ЭКСПОЦЕНТР**
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

Организатор:
ЗАО «Экспоцентр»



При поддержке:
Министерства сельского
хозяйства РФ



Выставка
«Молочная и Мясная
индустрия» –
новые перспективы
агробизнеса



Выставка «Молочная и Мясная индустрия» – это единственное в России специализированное бизнес-мероприятие, на котором представлен полный цикл аграрного и промышленного производства – от содержания и выращивания животных до производства готовой продукции.

12-я Международная выставка

Молочная и Мясная индустрия



18–21 марта 2014 года | Москва, ВВЦ, павильон 75



На выставке представлены оборудование и технологии:

- Выращивания и содержания животных
- Мясного производства
- Молочного производства
- Холодильные технологии
- Упаковочное и весовое оборудование
- Складского хранения и транспортировки
- Инжиниринговых систем
- Автоматизации производства
- Контроля качества, гигиены

Деловая программа

- Всероссийская конференция по ключевым вопросам мясной и молочной индустрии
- Молочный форум
- Мясной форум
- Салон сыра
- Профессиональные конкурсы
- Технические экскурсии

За 4 дня работы выставку 2013 посетили **6 173** уникальных посетителя из **72** регионов России и **28** стран мира, **92 %** посетителей – специалисты отрасли

В 11-й Международной выставке «Молочная и Мясная индустрия 2013» приняли участие **280** компаний из **19** стран мира, в том числе из России – **77 %** компаний-участников и **23 %** из Европы: Бельгии, Болгарии, Италии, Германии и других стран

Мероприятия деловой программы в 2013 году посетили более **1500** специалистов

По вопросам участия обращайтесь:

Тел.: +7 (495) 935-81-40, 935-73-50
E-mail: md@ite-expo.ru

Организаторы:



При поддержке:



ВТО РАЗОРЯЕТ РОССИЙСКИХ МОЛОЧНИКОВ

Членство в ВТО вытесняет российские продукты с рынка, качество падает, цены растут, жалуются производители молока. Аграрии требуют от правительства увеличить субсидии или дать налоговые льготы. Совет Федерации намерен проверить, как чиновники защищают национальный бизнес.

Исполнился первый год работы российской экономики в условиях членства в ВТО: 22 августа 2012 г Россия стала 156 участником этой крупнейшей торговой организации мира. Первыми жертвами нового порядка стали отечественные производители продуктов питания. Об этом говорилось на организованной ИТАР-ТАСС пресс-конференции, посвященной последствиям вступления России в ВТО.

Андрей Даниленко, председатель правления Национального союза производителей молока «Союзмолоко»

— Условия вступления России в ВТО для молочной отрасли согласовывались в 2005-2006 гг, до того, как государство занялось развитием молочного животноводства. Принятые нами обязательства не соответствуют нынешней ситуации.

В итоге импорт сливочного масла увеличился на 80%, сыра и творога на 8%, молока на 14%. В целом мы уступили 20% нашего рынка молочных продуктов. В 2012 г доходы производителей молока снизились более чем на 10% по сравнению с 2011 г.

По данным Росстата за январь-май 2013 г падение производства молока произошло более чем на 5%. По мнению наших аналитиков, падение составило скорее всего более чем 10%. Снизились показатели по жиру и белку. Если пересчитывать выход продукции в сухом веществе, то падение производства может составлять ближе к 15%.

Прошлогодняя засуха если и сказалась, то незначительно. В гораздо более тяжелом 2010 г падение составило всего 2%.

В наши самые лучшие годы рост производства молока составлял 2-3%. Падение на 10% невозможно восстановить даже за год. В результате мы имеем рост цен на сырое молоко более чем на 15% (приближается к 20%) от показателей прошлого года. Впервые летом нет избытка молока и традиционного снижения цен. Начинают повышать свои цены и импортеры.

Наши производители начинают экономить на качестве сырья, все чаще использовать заменители в виде пальмового масла. По результатам контрольной закупки в роддомах мы не обнаружили натуральных сливок ни в сливочном масле, ни в твороге.

В молочном животноводстве уровень господдержки в реальном измерении упал. В Минсельхозе не рассматриваются никакие новые механизмы поддержки новых проектов. Сегодняшняя система дотаций на литр товарного молока (до 1 руб на литр без учета регионального финансирования) сделана таким образом, что ее сложно получить, она имеет демотивирующий характер, а множество требований по выходу белка, жира, телят имеют еще и коррупционную составляющую.

Если пересчитать стоимость топлива, удобрений, административных барьеров, затрат на строительство, то при сред-

ней цене в России за литр сырого молока в 15 руб мы имеем дельту в себестоимости по сравнению с зарубежными конкурентами в 5 руб на литр.

Мы считаем, либо государство должно добавить 5 руб на литр товарного реализованного молока, либо вводить налоговые льготы, льготы на удобрения, топливо. Любым образом нас надо довести до конкурентоспособного состояния.

Если не решить эти вопросы, то нас ждет увеличение цен на продукцию и снижение качества.

Ильяс Умаханов, вице-спикер Совета Федерации

— Есть риски, опасения, озабоченность. ВТО — это слишком серьезное дело, чтобы полностью доверять его федеральному центру. У нас в утвержденных правительственных программах заложена подготовка 400 специалистов по тематике ВТО в год. Это очень мало. Китай к моменту вступления уже имел 25 тыс специалистов, из них 6 тыс юристов.

В СФ создана временная комиссия из 18 сенаторов по мониторингу последствий вступления России в ВТО. Мы сосредоточились на работе в регионах, поскольку от того, как адаптируются их экономики к новым условиям, зависят общие итоги для страны.

В проекте рекомендаций рабочей группы Совета Федерации говорится о том, что меры господдержки должны быть дифференцированы по регионам. Какие-то меры в одних регионах могут оказаться благом, в других — ядом.

Перед вступлением в ВТО часто говорилось, что наши предприятия боятся конкуренции. Они боятся не конкуренции, а неравных условий конкуренции. Мы не можем сделать для них такое же количество солнца и влаги как в Голландии. Но должны выровнять условия в чем-то другом.

Пока мы не видим, что вступление в ВТО привело к снижению цен, как нам обещали.

Константин Цыбко, зампред комитета Совета Федерации по аграрно-продовольственной политике и природопользованию

— Самый большой удар после вступления в ВТО был нанесен по агропромышленному комплексу. Он оказался наименее подготовленным.

К сожалению, не весь пакет мер поддержки, оговоренный при вступлении России в ВТО, используется. Если это будет продолжаться, мы можем нанести непоправимый урон нашему сельскому хозяйству.

Елена Тюрина, гендиректор Института аграрного маркетинга

— Основные ожидания от членства России в ВТО для АПК были отрицательными. Говорилось, что нас завалит дешевым импортом, с которым не сможет конкурировать российский производитель.

Эти опасения пока не оправдались. Мы видим рост производства и свинины, и птицы. Было некоторое давление на рынок свинины. Но российская и импортная свинина — это разные сегменты рынка: российская свинина — это охлажденное мясо, которое априори дороже и пользуется большим спросом у российского потребителя. А импорт — это заморозка и промпереработка. Российский производитель



на промпереработку работает мало. Так что о резком росте конкуренции я бы говорить не стала.

По овощам и фруктам рынок по-прежнему мало насыщен отечественной продукцией, поэтому они как импортировались в зимне-весенний период, так и импортируются.

После вступления в ВТО российские производители стали больше заботиться о качестве своей продукции, так как это сегодня основное конкурентное преимущество именно российских продуктов. Российский потребитель все больше обращает внимание на состав, свежесть, качество продукта. Это позволит даже увеличивать продажи российским производителям.

Мушег Мамиконян, президент Мясного союза России

— Критичными является положение в свиноводстве и отраслях глубокой переработки мяса. Переработка по объемам больше, чем у нас производится птицы, свинины и говядины вместе взятых. Ее освоение отечественными производителями является наиболее перспективным. Но от импорта свинины в ближайшие десять лет Россия освободиться не сможет.

В свиноводстве произошло резкое снижение цен на продукцию и рентабельности производства из-за роста цен на корма по причине неурожая, обнуления импортных пошлин на свинину и появления на рынке все больше новых объемов продукции как результата инвестиционной активности последних лет. Две из трех причин с ВТО не связаны.

Ситуация должна измениться: цены на корма снизятся; из-за ценового шока с рынка ушло много мелких неэффективных производителей, которые все равно исчезли бы через два-три года.

Например, Краснодарский край потерял порядка 70% поголовья свиней в личных подсобных хозяйствах;

Африканская чума свиней также способствует исчезновению личных подсобных хозяйств.

В итоге возможность нормально жить и развиваться получают новые крупные промышленные производства, рентабельность которых будет ниже, чем два-три года назад, но останется приемлемой. На них приходится примерно половина производимой продукции.

Под угрозой останутся производители второй половины — частники и старые свинокомплексы, которые были модернизированы в рамках нацпроекта в АПК. Модернизация в свиноводстве не дает той эффективности, которая нужна при современной конкуренции. Надо строить все заново.

Россия не должна стремиться догнать советское время по производству всех видов мясной продукции, или добиться полного самообеспечения. Надо развивать более конкурентные направления. Оказалось, в российских условиях это может быть прежде всего птицеводство, потом свиноводство. Здесь мы можем обыграть Запад. На развитие этих отраслей надо направить максимальное количество денег из федерального бюджета. А финансирование менее перспективных направлений, прежде всего — мясной говядины, надо сократить.

Пока наше членство в ВТО никак не повлияло на структуру финансирования животноводческих отраслей. Надо не размазывать деньги по всему рынку, а напрямую поддерживать производство килограмма мяса или кормов в конкурентоспособном свиноводстве и птицеводстве.

Это надо сделать к 2015 г, чтобы не получить от ВТО второй удар в виде снижения пошлин на ввоз в страну готовых мясных продуктов.



Каким образом сегодня работают современные системы первичного охлаждения молока? Если под этим подразумевать то, что осуществляется непосредственно на ферме, то можно говорить о нескольких существующих решениях. Если разделять их на более общие категории, то это линейки танков, в которых молоко охлаждается непосредственно в емкости, либо линейки пластинчатых теплообменников.

Танки-охладители молока — это емкости, в которые попадает молоко для последующего охлаждения. Они бывают разных типов.

Самый распространенный тип охлаждения молока в них, это применение прямого расширения. Подразумевается следующий процесс: в танке существует испаритель, в котором находится газ (чаще всего — фреон), имеющий свойство, переходя из жидкого состояния в газообразное, расширяться. Для этого ему необходимо отбирать энергию у окружающей среды. В данном случае у молока. Сырье при этом охлаждается, газ из жидкого состояния переходит в газообразное и поступает по замкнутой системе в компрессор, затем в конденсатор, где вновь охлаждается... Тем самым замкнутый процесс завершается. Молоко, охлажденное при помощи фреона, хранится в танке в ожидании молоковоза.

Существует еще один тип танков — это агрегаты, в которых вместо газа фреона используется ледяная вода. Ее основное преимущество заключается в том, что абсолютно исключен риск замерзания молока. То есть, отсутствует риск вредной, опасной ситуации для молока-сырья, которая может привести к разрушению жировых шариков и порче продукта. На такие танки небольшой спрос и есть минусы этой

ТАНКИ-ОХЛАДИТЕЛИ МОЛОКА В УСЛОВИЯХ ЖАРКОГО ЛЕТА

Дмитрий ВИГАНДТ, менеджер категории «Охлаждение молока» компании DeLaval

системы. В основном они связаны с тем, что такие танки более громоздки (занимают больше места в молочной комнате), более дорогие и более сложны в сервисном обслуживании.

Танки разделяются на несколько типов по своей форме. Первый — открытого типа, в основном это агрегаты небольшого объема — до 2 т. Они используются в основном на небольших фермах, либо в крупных хозяйствах, но для хранения специального молока.

Танки закрытого типа более совершенны — от 1 т до 32 т. Их преимущество заключается в том, что здесь исключена опасность попадания грязи. Кроме того, весь процесс охлаждения и промывка емкости контролируется автоматически. Вы задаете определенную программу и получаете работу агрегата по заданным параметрам.

Последний тип танков — это вертикальные танки. Обычно они существенно большего объема. В компании DeLaval это линейка от 10 т. Дальнейший объем ограничен только возможностями и желаниями клиента. Теоретически мы можем поставить танки емкостью до 100 т. Преимущество их заключается в том, что они способны принять большой объем молока, промывка осуществляется автоматически. Они могут быть установлены вне помещения, на открытом воздухе, что экономит затраты на строительство. Недостатком является то, что обеспечить охлаждение в танке такого объема практически невозможно, можно поставить холодильно-компрессорный агрегат, который будет поддерживать температуру внутри емкости, но охладить весь объем молока в таких танках невозможно.

Если говорить о других системах охлаждения, то это те, что используют теплообменники. Причем теплообменник может использоваться для предварительного охлаждения молока. В этом случае, например, используется вода из скважины. Если вода из скважины у вас около +10°C (это довольно хороший вариант), то проходя через пластинчатый теплообменник, молоко водой охлаждается и попадает в танк, имея температуру уже около +17°C. Что сокращает потребление электроэнергии для охлаждения молока. Ведь одно дело охладить молоко с +17°C до +4°C, совсем другое, если мы охлаждаем молоко, поступающее непосредственно от коровы, имеющее температуру тела животного в +36-37°C.

Так же существуют пластинчатые теплообменники, используемые для мгновенного охлаждения молока. Это система, при которой молоко, проходя через пластинчатый теплообменник, охлаждается жидкостью, имеющей температуру близкую к нулю. Это может быть либо ледяная вода, либо специальная жидкость — чаще всего используется смесь воды и пропиленгликоля. Это жидкость, имеющая ряд преимуществ по сравнению с водой. В частности у нее лучше показатель текучести и лучше эффект теплообмена. За счет этого мы можем охладить молоко непосредственно в

пластинчатом теплообменнике до +3-4°C. И уже с этой температурой молоко попадает в танк. Танк при этом может быть оборудован холодильно-компрессорным агрегатом для поддержания температуры или может не иметь такового и использоваться как термос для хранения молока.

У нас есть запросы от клиентов, которые просят, чтобы молоко, проходя через пластинчатый теплообменник, охлаждалось и попадало непосредственно в молоковоз. Поэтому для мега-ферм — быстрое охлаждение молока, а для ферм среднего и малого типа — различные танки.

Два слова об особенностях у конденсаторных систем, устанавливаемых на танках-охладителях. Их по-разному называют: холодильно-компрессорными агрегатами, компрессорно-конденсаторными агрегатами... Это система в которой используется фреон и она абсолютно идентична по принципу работы всем системам охлаждения, которые применяются в нашей жизни. Будь то домашний холодильник или система кондиционирования в автомобиле.

Особенностью применения конденсаторных систем у нас является то, что мы имеем довольно агрессивную окружающую среду: насекомые, экстремальные температуры, жидкости, навоз... Существуют определенные требования к холодильно-компрессорным агрегатам, которые применяются на ферме. Агрегаты в 90% случаев сделаны на основе спиральных компрессоров. Спиральный компрессор более эффективен в том плане, что потребляет меньше энергии, отдавая больше холода, в результате чего мы имеем большую производительность. Кроме того, они менее шумные.

Теперь о системе рекуперации тепла. Если мы используем фреон, который, как я уже сказал, в циклической системе после отбора энергии у молока, нуждается в охлаждении, его необходимо охладить и прогнать через конденсатор. Хладагент охлаждаем и тепло от газа отдаем в окружающую среду. Чтобы использовать тепло в верном направлении, мы устанавливаем систему рекуперации тепла. Эта система отбирает тепло у фреона и нагревает воду. Вода нагревается либо в пластинчатом теплообменнике, либо в специальной емкости, и эту воду мы используем в хозяйственных нуждах. Вода обычно нагревается до +55°C. По сути дела, не используя тепло, выделяемое фреоном в окружающую среду, мы теряем деньги. За год, при установленной системе рекуперации, в зависимости от размера хозяйства, можно сэкономить до нескольких сотен тысяч рублей.

К сожалению, по данным Минсельхоза, до 80% хозяйств не используют никаких систем охлаждения. Во-первых, это плохо для самого хозяйства, потому что к тому моменту, как молоко доезжает до молокозавода, оно теряет в качестве. Во-вторых, это противоречит действующим нормативным документам, в которых написано, что молоко должно быть охлаждено.

ПРОЕКТЫ ПО РЕАЛИЗАЦИИ РЫБЫ И МОРЕПРОДУКТОВ

Росрыболовство хочет создать в России сети оптово-розничных мегакомплексов по торговле скоропортящимися продуктами. Реализовать первый такой проект, инвестиции в который составят 2,5 млрд евро, поможет испанская госкомпания Mercados Centrales de Abastecimientos.

Проект торговых мегакомплексов «Роспродсети», который глава Росрыболовства Андрей Крайний представил в рамках Санкт-Петербургского экономического форума, подразумевает строительство 20 таких комплексов в разных регионах России. Как пояснил руководитель ФГУП «Нацрыбресурсы» Станислав Сандрик, каждый комплекс будет строиться в рамках частно-государственного партнерства, где доля государственного участия будет составлять от 50 до 80%. Финансировать строительство планируется как за счет федерального и муниципальных бюджетов в равных долях, так и за счет средств частных инвесторов.

«Смысл нового проекта — сконцентрировать определенное количество

сервиса и услуг, которые фермеры, мелкие и средние компании не могут обеспечить себе самостоятельно», — поясняет г-н Сандрик. По его словам, торговая наценка в «Роспродсети» не будет превышать 7-10% — и для оптовых, и для розничных покупателей. Проект позволит сократить многочисленных оптовых посредников, подчеркивают в Росрыболовстве. В настоящее время в розничной цене, например, на рыбу и морепродукты 38% приходится на производителей, 18% — на розничную наценку и 44% — на посредников, утверждают в ведомстве.

Инвестиции в пилотный проект ориентировочно составят 2,5 млрд евро. Это будет агропромышленный парк в 2 км от Санкт-Петербурга в районе

транспортной развязки на аэропорт Пулково. Он расположится на территории 407 га, площадь торгово-производственных помещений составит 1 млн м². Планируемый грузооборот — 130 млрд руб. в год, валовая выручка — 12-15 млрд руб. Предусмотренный срок окупаемости проекта — 8-10 лет.

Mercados Centrales de Abastecimientos — испанская государственная компания. Специализируется на развитии крупных оптово-розничных комплексов по торговле скоропортящимися пищевыми товарами. Владеет 23 комплексами на территории Испании. Годовой оборот — 10 млрд евро. Участвует в реализации подобных проектов еще в 15 странах мира.

Производители предпочитают дожидаться конкретных параметров проекта. «Нам, как производителю, интересен любой проект, повышающий спрос на продукцию и упрощающий доступ к конечному потребителю, но пока он не будет реализован, останется виртуальным», — заявили, например, в пресс-службе компании «Русское море — добыча».

kommersant.ru

САХАЛИНСКУЮ РЫБУ — В УЛЬЯНОВСК

Дальневосточная компания «Динамо-Фиш» построит в Ульяновске центр по хранению морской рыбы и завод по ее глубокой переработке. Инвесторы намерены через Ульяновск обеспечивать морепродуктами все Поволжье и ряд регионов Центральной России, обещая создать конкуренцию перекупщикам, что должно привести к общему снижению цен на морскую рыбу.

Правительство Ульяновской области подписало инвестсоглашение с ООО «Динамо-Фиш» (о. Сахалин) о строительстве на территории промышленного парка «Заволжье» производственного комплекса по переработке и хранению водных биологических ресурсов. Компания берет в аренду под строительство комплекса участок площадью 9 га. В комплекс будут входить завод по глубокой переработке морепродуктов и центр по хранению морской рыбы с холодильными установками.

Объем инвестиций в проект составит более 600 млн руб. Запустить производство планируется в 2016 г. Холодильное оборудование обеспечит одновременное хранение 12 тыс т рыбы.

Мощность комплекса — несколько десятков тысяч тонн рыбной продукции в год. Компания намерена поставлять морскую рыбу 20-30 наименований с Дальнего Востока.

«Динамо-Фиш» сама является рыбодобытчиком и планирует завозить всю рыбу в состоянии глубокой заморозки непосредственно с Сахалина, где у компании есть рыболовный флот и своя зона вылова, охватывающая около 100 км прибрежной полосы. Сейчас рыба попадает на прилавки с очень большими наценками из-за перекупщиков, а «Динамо-Фиш» намерена их исключить и доставлять продукцию из ульяновского центра по всему Поволжью и, возможно, в некоторые регионы Центральной России.

Ульяновск для «Динамо-Фиш» важен своим выгодным географическим положением, обеспечивающим удобную логистику по европейской части России, к тому же компанию привлекают в регионе комфортные условия ведения бизнеса и обещанная административная поддержка.

Аналитик ИК «ФИНАМ» Анна Мишутина считает идею «Динамо-Фиш» вполне интересной и экономически оправданной, отмечая, что около 70% рыбы и морепродуктов добывается в Дальневосточном регионе, а основные рынки потребления сконцентрированы в европейской части страны. «Размещение комплекса в Ульяновской области эффективно с точки зрения оптимизации издержек: рабочая сила в регионе относительно недорогая, стоимость недвижимости существенно ниже, чем у соседей, при этом достаточно невелико логистическое плечо при ориентации на поставку продукции на рынки ЦФО и ПФО», — говорит г-жа Мишутина. По ее мнению, все это позволит снизить издержки, которые традиционно занимают высокую долю в конечной стоимости морской рыбопродукции.

kommersant.ru

22-я Международная выставка
продуктов питания и напитков



worldfood

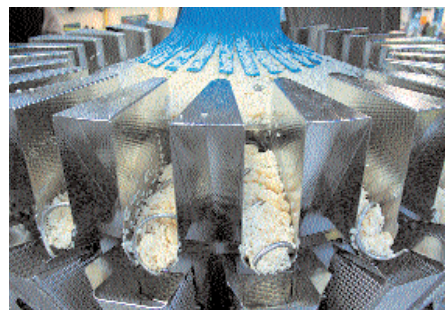
MOSCOW

16 - 19 сентября 2013 Россия • Москва • ЦВК «Экспоцентр»



По вопросам участия обращайтесь:
+7 (495) 935-7350, 788-5585
worldfood@ite-expo.ru

www.world-food.ru



ИННОВАЦИОННОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ ГОТОВЫХ БЛЮД NILCONA

Возрастающая конкуренция между производителями продуктов питания в ЕС создает вполне определенные условия, требующие гибкости производства, мгновенной реакции на изменения вкусовых приоритетов, расширение ассортимента продукции и к тому же снижение ее себестоимости. В этих условиях лидеры мировой пищевой промышленности все дальше и дальше уходят от стандартных решений к индивидуальным проектам, к внедрению инновационных технологий и использованию новой техники.

Новаторство в разработках разнообразных блюд быстрого приготовления за последние несколько десятилетий стало доминирующим условием для всех производителей продуктов питания. Стремительные изменения условий жизни современного общества и его социальной структуры ускорили ритм жизни человека, вызвали необходимость использования новых концепций в сфере питания и в пищевой промышленности в целом. Так блюда быстрого приготовления в буквальном смысле оккупировали кухни современной Европы.

Именно в этой продуктовой линейке пищевого производства усовершенствовала свой бренд Nilcona — один из признанных лидеров пищевой промышленности ЕС, производитель блюд быстрого приготовления из Лихтенштейна. Основанное в 1935 г предприятие широко экспортирует свою продукцию во все ведущие государства Европы. На трех заводах Nilcona, расположенных в Лихтенштейне и Швейцарии, работают более 1100 человек. Годовой оборот предприятия составляет 231 млн евро.

«Мы предлагаем Вам питаться лучше, но готовить меньше», — таково об-

ращение Nilcona к европейцам. При этом визитной карточкой компании стало высокое качество готовых блюд, которые сохраняют свежесть и вкус натурального продукта.

В этом плане показателем последний проект компании Nilcona по модернизации линии взвешивания, дозирования и фасовки готовых блюд, осуществленный в марте этого года. Разработку и производство новой линии Nilcona доверила мировому лидеру в области упаковочных решений для сложных и комбинированных продуктов датскому предприятию Cabinplant. Такой выбор был обусловлен тем, что Cabinplant является машиностроительным предприятием полного цикла и при этом имеет в своем составе большой инженерно-проектный отдел из 50 инженеров-конструкторов с очень высокой квалификацией и большим опытом работы. В составе завода также работает собственный отдел IT-технологий и программирования. То есть все программы разрабатываются и пишутся на заводе в тесной координации с созданием машин и технологических узлов.

Другим немаловажным фактором выбора датского завода в качестве исполнителя проекта стало то, что Cabinplant имеет самый большой опыт реализации подобных проектов на европейском континенте. Многие его решения имеют инновационный характер и защищены патентными правами. К тому же новые мультиголовочные дозаторы 4-го поколения Cabinplant со шнековой подачей продукта уже несколько лет очень успешно работают на предприятии Nilcona. Они взвешивают, дозируют и фасуют такие сложные продукты, как вареный и очень липкий рис, разнообразные вареные итальянские пасты с наполнителями (равиоли

и тортеллони), бланшированный и охлажденный картофель (фри, нарезанный на кубики, слайсы и др.).

Готовый продукт быстрого приготовления Nilcona состоит из замороженной мясной составляющей с точным фиксированным весом, разных видов вареных макарон (как длинных спагетти, так и коротких) или вареного и затем охлажденного риса (также с точным фиксированным весом), разных видов соусов и специй. Проблема заключалась в том, что никому в мире еще не удавалось в автоматизированном режиме взвешивать и дозировать длинные макароны спагетти, особенно вареные, очень липкие и вязкие продукты. К тому же все ингредиенты должны быть упакованы и запечатаны в пластиковые лотки и иметь одинаковый вес.

Основу технологической линии Cabinplant составили два мультиголовочных дозатора. Один дозатор с 20 взвешивающими чашами объемом 3 литра каждая и шнековой системой подачи продукта был индивидуально разработан для макаронной продукции и вареного риса компании Nilcona. Новая машина отвечает всем требованиям инновационного продукта и не имеет аналогов на современном мировом рынке. Другой мультиголовочный дозатор имеет 14 взвешивающих чаш объемом 2 литра каждая. Это машина с виброподачей продукта, и она используется для взвешивания и фасовки разнообразных кусочков замороженного мяса, таких как куриное мясо, говядина (типа гуляш), мясные фрикадельки и т.д. Обе машины снабжены специальными распределительными инструментами для точного и быстрого наполнения продуктом пластиковых лотков. Эти инструменты устанавливаются под мультиголовочными дозаторами и явля-



ются отдельными и очень сложными технологическими звеньями.

Технологический процесс производства выглядит следующим образом. Пластиковые лотки сначала подаются на дозатор для жидкости. Здесь происходит их первое предварительное наполнение соусом. Затем лотки с соусом на дне продвигаются к специализированному мультиголовочному дозатору для вареных макаронных изделий или риса.

Этот дозатор 4-го поколения со шнековой подачей продукта является основным и наиболее сложным элементом линии, насыщенным новыми техническими решениями. Одно из таких решений — реверсивно вращающиеся ролики/валики на стыках каждого из загрузочных лотков, по которым шнеки продвигают продукт в чаши дозатора. Ролики не дают виснуть длинным волокнам спагетти на боковых краях загрузочных лотков. В случае зависания волокон на краях лотков, ролики крутящим движением сбрасывают их в правую или левую сторону для дальнейшего продвижения во взвешивающие чаши машины. Так впервые в мировой практике стал использоваться мультиголовочный дозатор для полностью автоматического дозирования и фасовки длинных макарон спагетти. После наполнения пластиковых лотков макаронами или рисом они перемещаются под распределительный механизм второго мультиголовочного дозатора, где в лоток добавляется мясная составляющая со строго фиксированным весом.

Оба мультиголовочных дозатора установлены на платформе над упаковочной линией, помещение для линии изолированное, выполнено из специальных панелей. В нем постоянно поддерживается температура воздуха -1°C . В технологическом плане такая температура является оптимальной для перерабатываемого продукта. Она делает его менее липким и вязким. Изоляция мультиголовочных дозаторов объясняется еще и особенностями температурного режи-

ма в основном производственном помещении, так как температура воздуха до самой крыши составляет примерно $+24^{\circ}\text{C}$. При этом воздух очень влажный из-за варочных машин, бланшировочно/охладительных установок, а также автоклавов.

После наполнения лотков двумя основными составляющими, они транспортируются ко второму жидкостному дозатору, где продукт заливается сверху новой дозой соуса. Эта операция необходима для придания большей привлекательности готовому блюду. Далее лотки проходят через инспекционный стол, специально оборудованный местами для двух операторов, и направляются к дозатору для специй, где добавляется необходимая их доза. Далее лотки поступают на трейсилер — машину для автоматической запайки лотков. Запечатанные лотки проходят через металлодетектор и устройство для контроля веса, которое отбраковывает продукт с перевесом или недовесом. Готовые и запечатанные лотки подаются на упаковку в тару, если это продукт для низкотемпературной готовки под вакуумом по технологии «сьювид», или направляются на укладку в корзины автоклавов для их дальнейшей стерилизации.

Технология «сьювид», популярность которой в странах ЕС стремительно растет, требует очень высоких стандартов санитарии и гигиены на производстве, поэтому одной из ключевых задач

Hilcona при создании новой линии взвешивания и упаковки готовых блюд было максимальное сокращение персонала, задействованного в производственном процессе. Технология датского завода Cabinplant позволила сократить количество операторов до минимума. Весь высокопроизводительный комплекс обслуживается тремя операторами.

Следует особо отметить, что сочетание на линии двух разных моделей мультиголовочных дозаторов Cabinplant с другими технологическими элементами обеспечивает производителю важное преимущество с максимальной возможной гибкостью линии, ее технологией мгновенного реагирования на изменения потребительского рынка и выпуска самого разнообразного ассортимента готовых блюд.

Представительство завода Cabinplant

в РФ и СНГ 107031 г. Москва,
ул. Петровка, д.17, стр.4, офис 66
Тел.: (495) 628 80 40
Факс: (495) 621 20 38
E-mail: cpiruv@umail.ru
смотреть видео: www.youtube.com/;
на этом сайте ввести название:
cabinplant

Cabinplant

www.cabinplant.ru



«ЮГРАЛЕСХОЗ» НАРАЩИВАЕТ ПЕРЕРАБОТКУ ДИКОРОСОВ

Югорск является одним из лидирующих муниципальных образований региона по развитию АПК, в том числе благодаря государственной поддержке сельскохозяйственных товаропроизводителей. Она осуществляется путем предоставления субсидий из окружного бюджета в рамках программы «Развитие агропромышленного комплекса, заготовки и переработки дикоросов в Ханты-Мансийском автономном округе — Югре в 2011-2013 гг и на период до 2015 г».

«Весь мир возвращается к пониманию, что продукция, которая дана природой, — самое ценное, что у нас есть», — отметил заместитель губернатора Югры Сергей Полукеев. Он также подчеркнул, что правительство округа уделяет большое внимание системе сбора, переработки и реализации дикоросов — нужно, чтобы во всем мире знали Югру не только как территорию, на которой добывается нефть. Дары природы — это тоже огромное богатство.

«Югралесхоз» еще не заработал в полную силу, полная загрузка мощнос-

тей планируется только в 2014 г. Продукция из дикоросов востребована, и, главное, она в значительных объемах идет на переработку. Программа развития заготовки и переработки подкреплена финансированием — 148 млн руб выделяется только по этой программе. Нужен не просто объем сбора и переработки, важна и реализация: тот, кто реализует продукцию, должен получать субсидии, по аналогии с агропромом.

Как сообщил генеральный директор ГП «Югралесхоз» Алексей Павлов, задача по сбору и переработке дикоросов перед предприятием была поставлена в 2008 г, с тех пор ведется последовательное приобретение оборудования: от холодильных камер до линии фасовки ягод, которая в стадии запуска.

Югорчанам и жителям округа продукция известна под торговой маркой «Берендей». Предприятие сейчас заключает договоры с федеральными торговыми сетями, представленными на территории округа — для расшире-

ния географии и увеличения объемов продаж. Планируется также построить свой собственный магазин для мелкооптовой торговли.

Сейчас в цехах пункта по приему и переработке дикоросов достаточно просторно, но постепенно будет устанавливаться новое оборудование, соответственно — и ассортимент расширится. Холодильные мощности общей емкостью 240 т тоже задействованы пока на 70%, но план по заготовке дикоросов — 395 т, холодильных мощностей может даже не хватать.

На территории округа — 12 филиалов, количество занятых на каждом — до полусотни человек. При полной загрузке количество занятых на пункте переработки должно возрасти до 70 человек — с учетом тех, кто будет заниматься приемом дикоросов. Обеспеченность продукцией для предприятия уже на сегодняшний день — первоочередная задача — не хватает сырья.

Сейчас четверть перерабатываемых ресурсов поступает из Ханты-Мансийска и Ханты-Мансийского района, 60% — из других районов округа, и 15% (в основном, оленина) из-за пределов округа.

informugra.ru



Замороженные овощи, фрукты

**УСТАЛИ ОТ ПЛОХИХ ПРОДАЖ...
В ЭТОМ НЕТ ВАШЕЙ ВИНЫ!**

**СПРОС ПАДАЕТ, ПОТРЕБИТЕЛИ ИЩУТ
ПРОДУКЦИЮ В БОЛЕЕ ВЫГОДНЫХ СЕГМЕНТАХ.**

**ПОМОГИТЕ ИМ В ЭТОМ!
СБАЛАНСИРУЙТЕ ПРОДУКЦИЮ ПО СЕГМЕНТАМ
ПОТРЕБЛЕНИЯ.**

**МЫ ЭТО СДЕЛАЛИ...
И ПРОДАЖИ УВЕЛИЧИЛИСЬ В 2 РАЗА!**

И У ВАС ЭТО ПОЛУЧИТСЯ!



Смотрите: www.skice.ru

Звоните: (495)229-47-87

Пишите: alexey@skice.ru

РОССИЙСКИЕ СБОРЩИКИ ЯГОД БУДУТ ГАСТАРБАЙТЕРАМИ?

Недавно Великобритания удивила сообщением: в 2014 г на сбор ягод в Соединенном Королевстве будут привлекаться россияне и украинцы. Страна туманного Альбиона озвучивает довольно привлекательные условия для сезонных тружеников: на сборе ягод, в пересчете на рубли, можно заработать 70 тыс. Однако, как говорят красноярские предприниматели-заготовители дикоросов, и у себя дома сборщики могут обрести немалые суммы. Вот только большого желания топтать ногами тайгу наши соотечественники не проявляют.

До сих пор сбором ягод в Великобритании занимались выходцы из Румынии и Болгарии. Представителям этих стран было запрещено здесь трудиться на квалифицированной работе. Со следующего года запрет не действует, и румыны получают возможность трудоустроиваться на более высокооплачиваемые и престижные работы в сфере гостиничного бизнеса, услуг и строительства. Местные фермеры задумались — кто сохранит для них место на мировом рынке лесной продукции. Как говорит председатель английского комитета по миграции Дэвид Меткалф, без привлечения трудящихся-мигрантов не обойтись. Местные жители, конечно, тоже работают сборщиками дикоросов, но имеют другие приоритеты: хотят иметь постоянную, а не сезонную работу, жить в комфорте, а не ютиться в трейлере.

Как считают британцы, россияне должны иметь богатый опыт сбора дикоросов — наша страна обладает самыми большими лесными территориями в мире, а следовательно, грибов и ягод здесь растет достаточно. Но, как отмечают аналитики, Россия растеряла накопленный за годы советской власти опыт освоения лесных богатств. Высокая культура сбора дикорастущих ягод сохранилась, пожалуй, только в Карелии. Мигрантов на сборе здесь не задействуют, потому что местные жители никому не желают отдавать свой законный заработок. Республика дотационная, зарплаты невысокие, потому люди и собирают ягоду.

В принципе, подобная ситуация могла бы сложиться и в Красноярском

крае. Поспорить с нашей тайгой никакая территория не в силах. Но, как отмечают аналитики, культура потребления ягод в Сибири есть, а культуры ее сбора в лесу — нет. Почему?

Несмотря на то, что бизнес, как говорится, лежит под ногами, среди мелких и средних предпринимателей, например, Красноярска он не востребован. В департаменте экономики администрации города отмечают: в этом году в центр содействия и развития предпринимательства обратился только один желающий открыть предприятие по сбору дикоросов. Ему помогли просчитать затраты, после чего он... пропал. В прошлом году в центр приходили трое желающих заняться переработкой дикоросов. Конечный результат — тот же. В мэрии отсутствие интереса к этому бизнесу объясняют просто: находясь в городе, заготавливать грибы и ягоды невозможно, предприниматели базируются в районах края.

Председатель Красноярского Союза кооперативов, который сам занимается сбором и переработкой дикоросов, Юрий Рудаков отмечает: в крае на виду всего лишь 20 стабильно работающих заготовщиков дикоросов. Конкуренции на рынке сбора ягод практически нет. Ведь по подсчетам специалистов, сегодня добывается от силы 20% всего, что собиралось в советские времена.

— Отрасль с одной стороны прибыльная, а с другой очень рисковая, — считает Юрий Рудаков. — На один урожайный год приходится два-три пустых. Банки заготовительные предприятия кредитуют без особого энтузиазма, да и сложно приходится тем, кто прокредитовался: работа сезонная, а деньги финансовой организации нужно отдавать постоянно...

Предприниматель вспоминает: в Министерстве сельского хозяйства раньше работала программа помощи заготовщикам дикоросов: хоть небольшая, но поддержка. Нынче бюджет дефицитный, краю уже не до лесных предпринимателей.

— А грибы и ягоды нужно сохранить, переработать, сертифицировать, — говорит Юрий Леонидович. — Ки-



тайцы дикоросы сразу же к себе на переработку увозят, у них есть ресурсы. А среди красноярских предпринимателей практически никто не имеет производственной базы. Для обустройства перерабатывающего предприятия требуется 200 млн руб, еще столько же необходимо иметь в обороте. Какому малому предприятию под силу в одиночку поднять такую сумму? И это при рисках неурожайности. Никто не может гарантировать, что дорогостоящее оборудование не будет простаивать. Заготовщикам дикоросов необходимо объединяться либо подключать соседние регионы. У нас под боком Хакасия, Тува, Бурятия, Иркутская и Томская области — тоже ягодные и грибные места...

Предприниматели отмечают: из-за отсутствия переработки на местах, сборщики дикоросов вынуждены продавать сибирские грибы и ягоды оптовикам из Польши и Белоруссии по дешевке, а потом импортировать баночки с красноярскими же грибами. Но уже по другим ценам.

— А ведь наши дикоросы очень востребованы у иностранцев. Их с удовольствием покупают Китай, Германия, Испания, Франция, Италия, Америка, Канада, Австралия, — говорит Юрий Рудаков. — Сами красноярские предприниматели продавать ягоды и грибы за границу не могут, препятствуют некоторые законодательные нюансы...

Сейчас Союз кооперативов пытается организовать торговлю дикоросами в магазинах Красноярска. Пока идут переговоры, а местную экологическую продукцию горожане могут попробовать только на ярмарках и выставках.



Здоровье от природы!



ООО «Вологодская ягода»
160010, г. Вологда, ул. Залинейная, д.30
тел./факс: +7 (8172) 21-80-90
e-mail: mail@vologdaberry.ru

Торговый дом ООО «МТД Вологодская ягода»
115201, г. Москва, 1-ый Варшавский проезд, д.2, стр.8
тел.: +7 (495) 980-52-64
факс: +7 (495) 980-13-67
e-mail: infoMTD@vologdaberry.ru

www.vologdaberry.ru

НАСТОЯЩАЯ «ВОЛОГОДСКАЯ ЯГОДА»



Продукция предприятия «Вологодская ягода» по праву отмечена знаком «Настоящий Вологодский продукт»

Экологически чистые продукты

«Мы создаем линейку экологически чистых продуктов под брендом «Настоящий Вологодский продукт», которые будут реализовываться не только в России, но и в Европе, а может, и в мире», — подчеркнул в одном из своих выступлений губернатор Вологодской области Олег Кувшинников. Одним из производителей таких продуктов стала компания «Вологодская ягода», работающая на рынке с 1991 г.

Устав от еды, щедро «приправленной» консервантами и стабилизаторами, люди становятся требовательнее и хотят видеть на своем столе продукты, гарантированное качество которых будет сертифицировано производителем. Продукция «Вологодской ягоды» действительно настоящая: сырье собирается на полях и в лесах Вологодчины, не затронутых выбросами экологически «грязных» производств.

Обработка, заморозка и упаковка продуктов происходит в непосредственной близости от мест сбора. Это сводит практически к нулю потери качества сырья, которые неизбежны при доставке грибов и ягод из других регионов.

В штате «Вологодской ягоды» состоят сборщики и приемщики сырья: все они имеют санитарные книжки и проходят регулярную аттестацию отделом качества компании. Компания «Вологодская ягода» соблюдает высокие стандарты качества: каждая упаковка продуктов проходит строгий контроль на всех этапах — от сбора и закупки сырья до выпуска готовой продукции.

На сегодняшний день на российском рынке «Вологодская ягода» — одно из немногих предприятий, где все этапы переработки происходят на самом современном оборудовании и в рамках одной организации. Это позволяет обеспечить экологическую безопасность и сохранить все полезные вещества и витамины, которые заложены

природой, что очень важно для свежести замороженной продукции.

Шоковая заморозка

Ученые давно пришли к выводу, что качественно замороженные продукты своими вкусовыми и питательными свойствами почти не отличаются от свежих. Безусловно, можно и самостоятельно заморозить овощи и фрукты со своего дачного участка. Но вероятность несоблюдения технологии заморозки и правил хранения очень высока, а это повлечет потерю важных питательных веществ и витаминов.

В чем же преимущества технологии шоковой заморозки, используемой «Вологодской ягодой»?

— Время заморозки продуктов сокращается в 3-5 раз, что позволяет сохранить высокие вкусовые качества

— Технология позволяет уменьшить потери продукта в 2-3 раза

— Шоковая заморозка минимизирует усушку и заветривание продукта.

Любой продукт содержит бактерии, которые, размножаясь в теплой среде, угрожают здоровью потребителя. И чем дольше продукт будет замораживаться, тем больше бактерий в нем успеет образоваться. На предприятии «Вологодская ягода», благодаря специализированному оборудованию, гарантирующему высокую скорость охлаждения, продукт быстрее проходит критический диапазон размножения бактерий. Это не только позволяет увеличить срок хранения и годности замораживаемого продукта, но и улучшает его потребительские свойства.

Гордиться победами и идти дальше

Сегодня компания «Вологодская ягода» расширяет производство и воплощает в жизнь два больших проекта. Первый — это комбинат по переработке плодово-ягодной и овощной продукции в селе Устье Усть-Кубинского района. Срок завершения строитель-

ва первой очереди проекта — III кв. 2013 г. Комплекс с производственной мощностью более 100 тыс тонн в год призван стать современным и крупнейшим не только в России, но и в Европе. Производственный комплекс по хранению и переработке грибов и ягод в городе Красавино Великоустюгского района Вологодской области — второй грандиозный проект «Вологодской ягоды», который будет введен в эксплуатацию в IV кв. 2013 г.

Высокие стандарты качества «Вологодской ягоды» неизменно отмечаются на выставках. Так, в 2011 г компания была награждена шестью Золотыми Знаками и почетными Дипломами на международной выставке «Всероссийская марка (III тысячелетие). Знак качества XXI века». В том же году на всероссийском конкурсе Программы «100 лучших товаров России» продукция компании «Вологодская ягода» стала лауреатом, была отмечена дипломом «Новинка года» и почетными знаками «За достижения в области качества» и «Отличник качества».

В прошедшем 2012 г компания закрепила свой успех: два лауреата и дипломант конкурса Программы «100 лучших товаров России». Подтверждением высокого качества продукции компании стали 4 Платиновых Знака и почетный Диплом, полученные на международной выставке (конкурс) «Всероссийская марка (III тысячелетие). Знак качества XXI века» в 2012 г.

В 2013 г компании выдан Паспорт предприятия высокого качества. Также «Вологодская ягода» награждена многочисленными дипломами и медалями за участие в выставках и конкурсах, отмечена Высшей общественной наградой РФ в сфере производства продовольствия «За изобилие и процветание России» и благодарственным письмом от губернатора Вологодской области Кувшинникова О.А. за добросовестную работу в сфере производства натуральных, здоровых продуктов питания.

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ЗАМОРОЖЕННЫХ ФРУКТОВ И ЯГОД

Фруктово-ягодный сегмент российского рынка замороженной продукции в течение последних пяти лет продолжает демонстрировать устойчивый рост на фоне изменений географии продаж. Под влиянием рыночных факторов производители замороженных ягод и фруктов начали экспансию в российские регионы, инвестируют средства в создание сырьевой базы и намерены выйти в сегмент высокомаржинальной продукции.



Российский рынок замороженных ягод и фруктов на протяжении последних 5 лет является самым динамично развивающимся сегментом рынка «заморозки». В среднем, по данным участников рынка, он растет на 8-10% в год, а по отдельным категориям ягод в годы пикового спроса — на 30-40% в год. В целом емкость российского рынка замороженных фруктов и овощей с 2007 г увеличилась в 1,8 раза и достигла 88,29 тыс т. В стоимостном выражении емкость увеличилась в 2,1 раза.

По данным агентства BusnesStat, замороженные фрукты и ягоды занимают около 7% рынка замороженных продуктов и порядка 20% рынка замороженной плодоовощной продукции.

Основными потребителями замороженных овощей и фруктов в России являются:

- кондитерские предприятия;
- производители консервированной продукции;
- производители замороженных полуфабрикатов;
- предприятия молочной промышленности;
- компании, занимающиеся розничной торговлей.

Производители

Крупнейшими производителями замороженных фруктов и ягод являются (в алфавитном порядке):

- ГК «Ледово» (бренд «Снежана»);
- ООО «Матреко-Агро» (локальный бренд «ЗаДел»);
- ООО «Томская продовольственная компания» (бренд «Живица»);
- ЗАО «Хладокомбинат Западный» (ГК «БИТ», бренд «4 СЕЗОНА»);
- ООО «Шебекинский овощной комбинат» (ГК «Рус Фуд Менеджмент», основной бренд «Краски лета»);
- ООО «Ягоды Карелии» (бренд «Ягоды Карелии»).

Наряду с производителями на рынке присутствует и ряд крупных дистрибьюторов, которые предлагают к реализации импортные замороженные фрукты и ягоды. Но в открытых источниках отсутствуют официальные данные результатов их деятельности.

Условно всех российских производителей замороженных фруктов и ягод можно разделить на два типа:

- самостоятельные сбор и переработка дикоросов («Матреко», «Томская продовольственная компания», «Ягоды Карелии»);

- реализация импортной продукции (ГК «БИТ», «Рус Фуд Менеджмент», «Ледово»).

Первая группа производителей имеет хорошие экспортные перспективы, налаженные контакты с зарубежными покупателями российских дикоросов, инвестирует средства в создание высокотехнологичных производственных мощностей по переработке, глубокой заморозке и хранению продукции. Вторая — активно инвестирует средства в расширение географии своего присутствия в российских регионах и в создание собственных мощностей по выращиванию фруктов и ягод для дальнейшей переработки.

Российские производители замороженных ягод и фруктов за счет собственного производства сейчас обеспечивают около 40% потребности рынка. Благодаря анонсированным проектам ввода новых и модернизации существующих производственных мощностей отечественные производители рассчитывают занять 40% российского рынка замороженных фруктов и ягод. А существующий дефицит восполняют зарубежные поставщики замороженных фруктов и ягод,

Земляника (клубника)

По данным представителей крупнейших российских розничных компаний наибольшей популярностью у конечного потребителя замороженных ягод пользуется земляника (клубника), которая обеспечивает около 63% всех розничных продаж в этой категории.

Благодаря жесткой ценовой конкуренции с восточно-азиатскими производителями и росту объемов высаживания садовой земляники с дальнейшей ее заморозкой в России, цены в этом сегменте постепенно снижаются.

В 2010 г, когда из-за засухи резко снизился объем предложения отечественной клубники, а европейская подорожала, экспорт ее из Китая увеличился на 159%, что оказало решающее влияние на структуру российского рынка замороженной земляники.

С 2010 г средняя цена на клубнику так и не вернулась к прежним ценовым значениям. И на данный момент, по сводной информации компаний-производителей, реализуется на оптовом рынке по цене 55 руб за кг клубники-крошки и от 80 до 110 руб за кг калиброванных ягод.

Периодически оптовые цены на калиброванную клубнику пересекают нижнюю ценовую границу, что провоцирует на рынке так называемые панические продажи клубники по низким ценам. Подобные явление трейдеры и производители фиксируют на рынке ежегодно.

Комментарий Александра Самохвалова, управляющего директора компании «Ягоды Карелии»: «Цена одного килограмма замороженной клубники на конец 2012 г находилась на вполне адекватном уровне, без существенных занижения или увеличения».

Вишня (черешня) без косточки

Второй по популярности ягодой в системе розничных продаж является вишня без косточки, которая, согласно информации производителей, в это же период 2012 г продавалась по оптовой цене 104 руб за кг. В феврале-марте 2013 г произошло сезонное подорожание, которое ежегодно составляет порядка 10-12%.

Вишня на российском рынке замороженных ягод традиционно представлена польскими производителями. Однако опять-таки в результате засухи 2010 г, на российский рынок зашли и закрепились производители замороженной вишни из США, которые предлагают продукцию по ценам на 15-20% ниже польских.

В результате, с 2010 г по сегодняшний день на российском рынке замороженной вишни идет постепенное перераспределение поставщиков с увеличением доли американской и снижением доли польской вишни.

Альтернативным продуктом для розничных сетей может стать польская вишня нового урожая 2013 г.

Промышленные потребители замороженной вишни, которые имеют сло-

жившуюся технологию производства пищевой продукции и заинтересованы в сохранении вкусовых характеристик своих изделий, отдают предпочтение более дорогой польской вишне. В сегменте розничных продаж доли американской и польской вишни постепенно увеличиваются.

Комментарий Евгения Мишина, директора по продажам компании «Ягоды Карелии»: «из-за неурожая 2012 г в Польше и Сербии, стоимость вишни без косточки, в среднем, завышена в два раза. На мой взгляд, стоимость ягоды должна упасть в связи с новым хорошим урожаем».

Клюква

Лидером продаж в российском сегменте HoReCa остается замороженная клюква отечественного производства. Ее крупнейшими поставщиками традиционно являются ключевые заготовители дикоросов: «Томская продовольственная компания» с заготовительной сетью во всех регионах Сибири и ООО «Ягоды Карелии», которое скупает дикоросы не только на Северо-Западе России, но и за Уралом.

На долю «Томской продовольственной компании» приходится в среднем 2,5 тыс т дикорастущей ягоды в год, на долю «Ягод Карелии» вдвое больше. В целом российский рынок дикоросов оценивается в 4 млрд руб и поделен между несколькими крупными компаниями-заготовителями.

Основной рискованый фактор этого рынка — циклическая урожайность. Так из-за низкого урожая клюквы в традиционных регионах произрастания в 2010 г на отечественный рынок зашли производители замороженной клюквы из США и Канады с продукцией по цене 100-110 руб за кг против 200 руб российской клюквы.

В результате началось перераспределение рынка, которое продолжается до сих пор и сопровождается снижением объема предложения российской клюквы с одновременным понижением цены на нее. Российская клюква урожая 2012 г продавалась по оптовой цене 120 руб за кг и была востребована преимущественно розничным рынком.

Импортная клюква по более низким ценам и с иными, нежели у российской, вкусовыми характеристиками сейчас востребована преимущественно промышленными потребителями. В 2012 г американские и канадские производи-

тели замороженной клюквы заняли около половины российского рынка в этом сегменте.

Комментарий Александра Самохвалова, управляющего директора компании «Ягоды Карелии»: «стоимость вполне справедлива, даже немного занижена. Большой урожай практически во всех странах-производителях. В 2013 г цена одного килограмма клюквы немного вырастет».

Черника и брусника

Цены на замороженные чернику и бруснику стабилизировались после неурожайных для Европы сезонов и находятся на уровне 120 и 110 руб за кг соответственно. В 2012 г в ценообразование на рынке замороженной российской черники вмешалась Беларусь, где был собран рекордный урожай.

Факторы влияния

К положительным факторам, оказывающим влияние на развитие российского рынка замороженных фруктов и ягод можно отнести его емкость и большой потенциал для импортозамещения.

По потреблению замороженных ягод и фруктов на душу населения Россия вчетверо отстает от США, по многим категориям в 8 раз отстает от Европы. Таким образом, потенциал российского рынка фруктово-ягодной «заморозки» имеет вполне оправданный потенциал для роста на 12-15% в год. Кроме того, растет уровень доверия покупателей к фруктам и ягодам глубокой заморозки благодаря достаточно массивной и непрерывной рекламно-разъяснительной кампании.

К отрицательным факторам следует отнести серьезное технологическое отставание отрасли от зарубежных производителей, которое делает бессмысленными любые попытки конкурировать в сегментах производства высокомаржинальной продукции переработки замороженных ягод и фруктов.

Кроме того, изменение миграционного законодательства лишило компании возможности привлекать дешевых сезонных рабочих для сбора дикоросов. На фоне жесткой конкуренции с американскими и канадскими производителями замороженных лесных ягод этот фактор оказывает серьезное влияние на объемы их заготовки.



Российские производители упоминают еще один сдерживающий фактор — тарифы на энергоресурсы. Производство ягод и фруктов методом глубокой заморозки развивается без государственной поддержки, будучи при этом весьма энергоемким. Рост цен на энергоносители, который произошел в России летом 2012 г, в значительной степени сказался на рентабельности бизнеса в целом.

Эффективное оборудование для заморозки плодово-ягодной продукции в России не производится. Стоимость импортного оборудования не позволяет компаниям закупать его без привлечения заемных средств. Банки пока неохотно кредитуют компании сегмента замороженной продукции, поскольку финансовая прозрачность и ценообразование на этом рынке неочевидны.

Совокупность негативных факторов привела к вытеснению с рынка мелких компаний, которые не смогли обновить оборудование и получить доступ к площадям для хранения продукции, количество которых в России ограничено.

Экспансия в регионы

Еще один серьезный фактор, который в среднесрочной перспективе будет оказывать влияние на рынок производства замороженных фруктов и ягод — удовлетворение потребительского спроса в Москве и Санкт-Петербурге.

Как свидетельствуют отчеты аналитических агентств и отраслевых экспертов, оптовый и розничный сегменты рынков столицы и Санкт-Петербурга достигли баланса спроса и предложения. Поэтому дальнейший рост объемных показателей на этих рынках фактически невозможен, вероятно, вследствие перераспределения долей, ценовой конкуренции и поглощений.

Под влиянием этого фактора компании сектора замороженной продукции уже анонсировали несколько крупных проектов по созданию производственных мощностей за пределами традиционных регионов присутствия.

Так «Хладокомбинат «Западный», который уже имеет опыт реализации проектов в формате российских технопарков, объявил о строительстве в технопарке «Новосибирск» центра заморозки, хранения и дистрибуции, в том числе, фруктов и ягод бренда

«4 СЕЗОНА». Холодильный склад с инфраструктурой займет 5 га. Объем инвестиций 0,5 млрд руб. Около 60% средств заемные. Продукция центра, помимо Новосибирска, будет поставляться в Омск, Томск, Кемерово, Барнаул, Красноярск и Иркутск

Польские компании Agram SA и Masrexe прислали своих специалистов в Челябинск с тем, чтобы изучить возможность строительства собственных производств на Южном Урале. Подыскивать перспективные площадки для размещения производств за пределами Центральной России польским компаниям помогает министр-советник посольства Польши в России Марек Очепка.

На фоне этих процессов администрация Тюменской области объявила о намерении реализовать региональный проект по созданию мощностей для производства замороженных фруктов и ягод, в первую очередь, дикоросов

В Тюменской области, где заготовительные мощности позволяют собирать более 1,5 тыс т дикорастущих ягод, будет построен современный завод в Тобольске, ориентированный на местный рынок. Это должно обеспечить жителей региона всесезонным потреблением плодово-ягодной продукции.

Крупные компании, традиционно присутствующие на рынке Москвы, объявили о намерении укрепить свои позиции. В частности, австрийская Agrana, которой принадлежит завод по производству фруктовых наполнителей в Серпухове, приняла решение инвестировать 27,6 млн евро в увеличение производственных мощностей с 38 тыс т до 62 тыс т продукции в год.

Крупнейший в России экспортер и производитель замороженных ягод компания «Ягоды Карелии» объявила об изменении производственной стратегии с конца 2012 г. Компания запускает самое крупное в стране производство по выпуску клюквы в сахаре, два новых производства по выпуску свежей и моченой брусники и клюквы. Самым значительным проектом компании должно стать крупнейшее производство сублимационной сушки замороженных ягод и фруктов, которое позволит выпускать продукцию в полной мере конкурентоспособную на зарубежных рынках.

fruitnews.ru

Yamato

всегда взвешенный подход

**Весовые дозаторы
Контрольные весы
Укладчики в короба**

Партнеры:

- 1-Пак
- «АТЕК» ООО
- «БЕСТРОМ» ЗАО
- «РУСБАНА инжиниринг»
- «ТАУРАС-ФЕНИКС» ЗАО
- «ЭФФИТЕХНИКА» ООО
- BOSCH
- DMH
- ECI
- Ferrostaal
- GeconATEC
- ILAPAK
- PakkerMash
- Polo
- Rovema
- System Group
- Veltako
- Wolf



7 лет в России

yamatoscale.ru
тел. +7 (495) 620 48 70
salesru@yamatoscale.com

МИНХОЛОД



СТАБИЛЬНОСТЬ. КАЧЕСТВО. ПРИЗНАНИЕ.
ЛУЧШЕЕ МОРОЖЕНОЕ ВЕЛИКОБРИТАНИИ!



ООО «ТОРГОВЫЙ ДОМ ХОЛОД», Москва, 1-й Варшавский проезд, д. 2.
Тел.: +7 (495) 231 25-34, добавочный. 130 — отдел прямой доставки,
121 — отдел оптовых продаж, 218 — сетевой отдел. E-mail: info@tdh.ru



Торговый Дом «Холод»

Современный
офисно-складской комплекс класса «А»

- Аренда
- Ответственное хранение

+7 (495) 222-31-60
+7 (495) 998-02-83

Температура до
-24°C



г. Москва ТиНАО д. Николо-Хованское
Индустриальный парк ИНДИГО, уч. 9/2-1
Вблизи от федеральной трассы Калужское и Киевское шоссе
10 мин от ст. метро «Леший Стан»

Полный комплекс услуг
Готовность IV квартал 2013 г.

«КОНФЛЕКС СПб»: НОВЫЕ РЕШЕНИЯ

В компании «Конфлекс СПб» внедрены технологии HD Flexo с Pixel+ (Esko Artwork) и NExT (Flint Group)

Эти инновационные программные продукты и оборудование для формирования печатной поверхности флексографской формы расширяют возможности флексопечати, создавая целый комплекс преимуществ.

Типичные проблемы флексопечати, такие, как недолговечность форм, разнооттеночность в ходе печати и сложность повторяемости тиражей, недостаточная яркость и равномерность плашечных элементов, узкий цветовой охват, сильное растискивание в печати, потери информации при передаче с цифрового носителя на поверхность печатной формы, необходимость увеличения красочных секций для улучшения качества печати, обусловлены совокупностью причин.

Один из основных факторов, задающих параметры печати, — форма печатной точки.

До недавнего времени использовались две технологии переноса информации на печатную форму. Аналоговая — запись изображения на негативную пленку, с последующим экспонированием материала ультрафиолетовыми лампами через нее. Более поздняя, цифровая — запись информации напрямую, на графитовый слой фотополимера, с аналогичным экспонированием лампами. Из-за кислородного ингибирования печатная поверхность точки значительно меньше, чем окно в маске, точка с округлой вершиной, механически неустойчивая и нестабильная, сильно зависящая от состояния оборудования и окружающей среды.

На нашем предприятии реализована новая технология — цифровая бескислородная. Благодаря экспонированию мощными LED-диодами, нет ни рассеивания света из-за негативной пленки, ни ингибирующего влияния кислорода. Точка имеет плоскую вершину, резкие края, равные окну под нее. Информация не теряется и не искажается.

Сравним цифровую круглую точку с цифровой плоской. Оттиск круглой точки на первых метрах печати при минимальном прижиме мельче. Но ее профиль хуже сопротивляется печатному давлению, она больше раздавливается при печати. Плоская точка оставит больший след, но дольше проработает и даст меньшие изменения. Использование технологии плоской точки увеличивает срок службы печатной формы, делает печать более стабильной и предсказуемой, снижает время запуска тиража и разнооттеночность в длин-

ных тиражах. А то, что экспонирование более не зависит от нестабильных ламп, обеспечивает абсолютное попадание в предыдущий тираж.

Замечательным решением по улучшению краскопереноса на плашечных областях является микроструктурирование поверхности печатной формы по технологии HD Flexo. Однако, до появления бескислородного метода, это решение давало лишь незначительный эффект. На цифровых формах с круглой точкой, из-за кислородного ингибирования, эти структуры не формируются, а, следовательно, и не дают ожидаемого эффекта. При отсутствии кислородного ингибирования поверхность четко передает заданную микроструктуру, что увеличивает оптическую плотность. Кроме того, бескислородный метод позволяет использовать и мощные структуры Pixel+, которые дают еще более впечатляющие результаты, реализуя технологию Full HD.

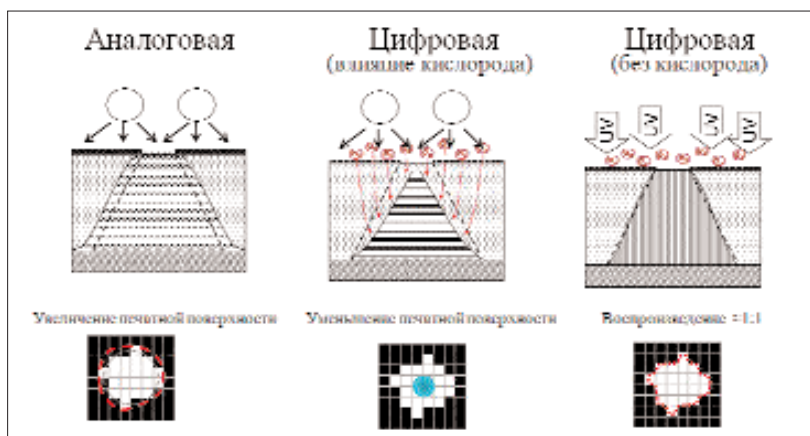
Улучшение качества печати плашечных областей выводит на новый уровень качество печати в целом. Больше нет необходимости в столь высоком печатном давлении! Растискивание всего диапазона цветовых градаций уменьшается, что увеличивает цветовой охват.

В технологии HD Flexo используется разрешение 4000 dpi вместо обычного 1800-2540 dpi, что увеличивает цветовой охват в 3-4 раза, сглаживает неровности в штрихах и текстах, позволяет создавать более правильную окружность печатной точки. Точки переносят краску более стабильно и предсказуемо, улучшая восприятие изображения.

Вспомним ранее упомянутые нами типичные проблемы флексопечатной формы: неточная передача информации с цифрового макета к печатной форме. РЕШЕНО: передача один в один. Повторяемость, стабильность результатов. РЕШЕНО: размер точки повторяется точно изо дня в день, из года в год. Однородность краскопереноса. РЕШЕНО: снижение печатного давления и реализация специальных структур на поверхности формы. Механическая стабильность в процессе печати значительно улучшена, благодаря геометрии точки, лучше сопротивляющейся печатному давлению. Увеличение цветового охвата и возможность печати высокими линиатурами. РЕШЕНО: благодаря использованию специальных растров HD Flexo.

Используемое сочетание технологий позволяет выбирать любые материалы печатных форм по характеристикам изображения, запечатываемых материалов, используемых красок, контролировать геометрию точки, использовать специальные способы растрирования во всем цветовом диапазоне. Можно говорить, что качество нашей флексопечати сравнимо с офсетом и глубокой печатью. И наш рекламный лозунг: «Печатаем мир — не отличишь, пока не потрогаешь!» приобрел еще большую основательность.

Андрей ДМИТРОВИЧ,
начальник формного участка
ЗАО «Конфлекс СПб»



**ПЕЧАТАЕМ МИР.
НЕ ОТЛИЧИШЬ, ПОКА НЕ ПОТРОГАЕШЬ!**

ЗАО «Конфлекс СПб»

производитель гибкой упаковки

Санкт-Петербург, Шафировский пр., 6А

+7 (812) 303-87-00 (01, 02, 05)

www.conflex.ru

Conflex

РЕКОНСТРУКЦИЯ СИСТЕМЫ ХОЛОДОСНАБЖЕНИЯ ОАО «ЛИПЕЦКИЙ ХЛАДОКОМБИНАТ»

*Афанасьев А.М., генеральный директор ОАО «Липецкий холодокомбинат»;
Жарков В.П., начальник компрессорного цеха ОАО «Липецкий холодокомбинат»;
Тушев К.А., главный инженер проектного отдела ООО «ОК»*

Липецк — очень симпатичный город, имеющий свое неповторимое лицо и свою историю. Он ровесник Санкт-Петербурга, год основания 1703. В центре города стоит замечательный памятник основателю города Петру I. Он идет размашистой походкой строителя и созидателя. Липецк известен не только металлургическим комбинатом, но и своей минеральной лечебной водой. А если Вы еще не пробовали липецкое мороженое, обязательно попробуйте! Пальчики оближете! И качество отменное — продукция сделана из экологически чистого, натурального сырья. Липецкий холодокомбинат входит в десятку самых крупных производителей мороженого в России.

Лакомство производят на холодокомбинате, включающем в себя цех мороженого и холодильник. В 1980 г бы-

ла запущена фабрика производительностью 20 т продукции в сутки. За истекшее время оборудование морально и физически устарело, часть его была заменена более современным. Помещение компрессорного цеха не отвечало требованиям действующих нормативных документов. В 2003 г было построено новое здание машинного отделения, оно располагается рядом с основным низкотемпературным потребителем холода — цехом мороженого.

ООО «ОК», в соответствии с заданием на проектирование, проработало различные варианты технического перевооружения существующей холодильной системы. Все варианты разрабатывались с учетом снижения энергопотребления, уменьшения аммиакоемкости, минимизации инвестиций на техническое переоснащение.

Работа оборудования была просчитана на условия эксплуатации в периоды максимальной и минимальной тепловых нагрузок, а также в переходных режимах. Была учтена возможность выполнения монтажных работ в новом машинном отделении. Это оказало влияние на выбор схемного и планировочного решений.

Для выполнения проекта технического перевооружения в 2011 г было выполнено обследование строительных конструкций здания машинного отделения, металлоконструкций площадки под оборудование и конденсаторной площадки. Фирмой «ОК» были также выполнены необходимые обмеры в существующем аппаратном отделении и цехе мороженого.

На холодильной установке в качестве хладагента используется аммиак, в качестве хладоносителей — 50% водный раствор глицерина и ледяная вода.

Для обеспечения потребности в холоде необходимы были системы, работающие на температуры кипения -48°C и -35°C — непосредственное охлажде-

ние, -15°C — непосредственное охлаждение и охлаждение хладоносителей (раствора глицерина и ледяной воды).

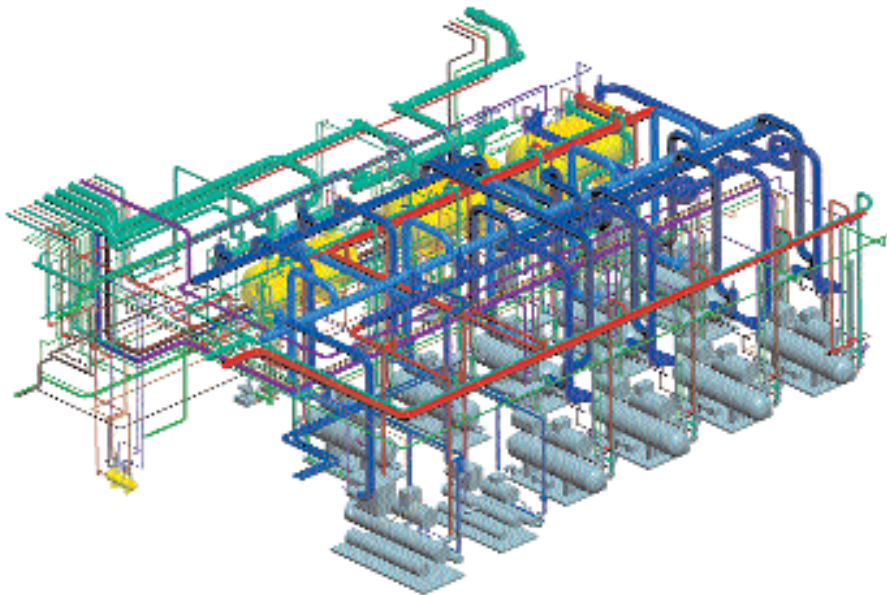
В результате была принята компоновочная схема холодильной установки. При работе по этой схеме пары холодильного агента с температурой кипения -48°C и -35°C подаются бустер-компрессорами в компаундный ресивер. Из компаундного ресивера пар аммиака отсасывается компрессорными агрегатами, работающими на температуру кипения -15°C и подаются на испарительные конденсаторы. Жидкий аммиак, поступающий из линейных ресиверов в циркуляционные ресиверы с температурами кипения -48°C и -35°C , переохлаждается в пластинчатых теплообменниках. Жидкий аммиак с температурой кипения -48°C насосами подается к аппаратам цеха мороженого.

Использование компоновочной схемы позволило существенно экономить электроэнергию. Расположение машинного отделения рядом с цехом мороженого дало возможность снизить энергопотери, т.к. сократилась протяженность низкотемпературных трубопроводов.

Жидкий аммиак с температурой -12°C подается на наружную установку, расположенную в непосредственной близости от холодильника, дросселируется до температуры кипения -35°C и поступает в циркуляционный ресивер наружной установки холодильника, откуда насосами подается к потребителям холода холодильника. Такое решение позволило уменьшить аммиакоемкость системы и потери давления в возвратном трубопроводе, по которому вместо парожидкостной смеси движется только пар.

Минимальная тепловая нагрузка приходится на зимний период эксплуатации. В это время требуется холод только на уровне -35°C . Поэтому была предусмотрена возможность работы





компрессорных агрегатов изотермы -35°C в одноступенчатом режиме со встроенным экономайзером.

Холодильная система оснащена импортным и отечественным оборудованием. Фирма «ОК» подготовила задание на изменение габаритных размеров компрессоров с учетом ограничений места установки. Фирмой «АЛФА Контрактинг» были поставлены компрессорные агрегаты и испарительные конденсаторы, остальное оборудование и арматура поставлены компанией «ОК». В холодильной установке используются компрессорные агрегаты Mucot, воздухоохладители фирмы Guentner, арматура, приборы и средства автоматизации Danfoss. Холодопроизводительность установленного оборудования составила по температурам кипения: -48°C — 0,8 МВт, -35°C — 2,3 МВт, -15°C — 0,5 МВт.

Монтажные работы велись в три этапа. На первом этапе — машинное отделение и подключение холодильника с наружной установкой. Работы проводились без остановки холодильника. На втором этапе монтажных работ произведено техническое перевооружение цеха мороженого. Распределительные узлы холодильных камер цеха перенесены в машинное отделение. Были также внесены изменения в систему циркуляции раствора глицерина с целью быстрого переключения потоков в зависимости от включения и выключения технологических линий. Система ледяной воды закрытая двух-

контурная. Новый узел охлаждения ледяной воды полностью автоматизирован. Все распределительные устройства скороморозильных аппаратов цеха мороженого переоборудованы с учетом автоматического отключения подачи хладагента. Отключение подачи возможно также из помещения оператора. Трассы хладопроводов, проходящие по камерам охлаждения, защищены сетчатым металлическим ограждением.

Спроектированная система холодоснабжения цеха мороженого и холодильника также работает в автоматическом режиме. Проект машинного отделения и конденсаторной площадки фирмой «ОК» был разработан в формате 3D. Работа на монтажной площадке с трехмерной моделью была высоко оценена монтажниками, значительно облегчила их задачи, позволила провести монтаж в кратчайшие сроки. Используется трехмерная модель и эксплуатационным персоналом предприятия. Информация о параметрах работы холодильного оборудования поступает в общую систему мониторинга системы холодоснабжения предприятия.

Пуско-наладочные работы системы холодоснабжения прошли успешно. Холодильная установка обеспечивает заданные температурные режимы. Отлажен мониторинг параметров работы этой системы. Мониторинг позволяет контролировать, кроме параметров работы, потребление электроэнергии холодильным оборудованием, информи-

рует персонал о сроках проведения очередных профилактических работ.

После выхода системы холодоснабжения на полную холодопроизводительность было отключено и демонтировано оборудование старого машинного отделения. На третьем этапе монтажа оборудования в новом машинном отделении в него были перемещены два компрессорных агрегата Sabroe, ранее установленные в старом машинном отделении.

Системы управления, выполненные на базе свободно программируемых контроллеров, позволяют гибко и быстро изменять алгоритмы управления, наращивать дополнительное оборудование, производить расширение или объединение в систему управления практически безгранично, без капитальных затрат и остановки производства. Множество уровней доступа позволяют отслеживать все действия операторов и ограничивать или повышать допуск практически мгновенно.

Система мониторинга позволяет в реальном времени строить графики всех параметров холодильной установки. На основании накопленных архивных данных системы мониторинга можно строить практические выводы о влиянии того или иного параметра на эффективность работы установки, экономии ресурсов, экологичность, энергопотребление, учет воды и многое другое.

Таким образом, совместными усилиями сотрудников «Липецкого хладокомбината», проектировщиков и монтажников ООО «ОК», строительных компаний и фирмы «АС» было осуществлено техническое перевооружение холодильной установки.

В УКРАИНЕ РАСТУТ ПРОДАЖИ ДЕШЕВОГО МОРОЖЕНОГО

Людмила КСЕНЗ

Этим летом погода — на стороне украинских производителей мороженого. Уже в мае жара позволила им существенно увеличить объемы реализации, а к концу сезона рынку практически гарантирован прирост в 10%.

В нынешнем году в первую очередь повышаются продажи самого дешевого холодного десерта. Несколько лет назад производителям удалось сократить долю недорогого мороженого в стаканчике с 60 до 40%. Но, начиная с прошлого сезона, оно снова начало отвоевывать утраченные позиции. В 2012 г доля «стаканчика» достигла 50%, а в 2013 г имеет все шансы увеличиться до прежних 60%.

Покупатели отдают предпочтение недорогому лакомству не от хорошей жизни. Реальные доходы населения не растут, а на основные продукты питания приходится тратить денег все больше. Кроме того, мороженое в 2013 г подорожало на 5-10%, что производители поясняют повышением цен на сырье (в первую очередь — сухое молоко), а также импортные наполнители.

«Даже в разгар кризиса потребители могли позволить себе более дорогие сорта мороженого, чем сейчас», — констатирует руководитель отдела маркетинга Львовского хладокомбината Оксана Яремко.

На предприятиях говорят, что и так держат цены «из последних сил». Стоимость ингредиентов для производства десертов, по их утверждению, выросла гораздо существеннее, чем отпускные цены хладокомбинатов. К примеру, сухое молоко с начала этого года уже подорожало по сравнению с прошлым почти на 35%. Сливочное масло и вкусовые добавки выросли в цене в среднем на 20%.

По подсчетам мороженщиков, это повысило себестоимость производства не менее чем на 15%. Хладокомбинаты пытаются ограничиться минимальными наценками в ущерб рентабельности и стараются всячески экономить на сырье, заменяя дорогие ингредиенты более дешевыми.

Особенно это касается низкого ценового сегмента. Там рентабельность производства в нынешнем сезоне упала почти на треть и сейчас, как утвержда-

ют мороженщики, не превышает 5-7%. На десертах высшего уровня заработка заметно больше. В среднеценовом сегменте рентабельность составляет около 20%, а в премиальном доходит до 50%.

Поэтому производители пытаются соблазнить украинцев лакомствами подороже, запустив массу новинок в средней и высокой ценовых категориях. У каждой фабрики в нынешнем сезоне их как минимум по пять-шесть видов. Причем наибольшей популярностью пользуется продукция, которая, как утверждают сами мороженщики, изготавливается по классической рецептуре: без применения растительных жиров и пр. Стоимость порции такого десерта стартует с отметки в 8 грн.

Но пока продажи новинок не оправдывают ожиданий продвигающих их производителей. Потребители готовы доплачивать за натуральность, отдают предпочтение мягкому мороженому и замороженным йогуртам, точки по продаже которых появились практически во всех областных центрах.

Здесь они традиционно считаются более полезными, чем заводская продукция. Кроме того, в категории «мороженое без растительных добавок» украинским производителям придется конкурировать с российскими и белорусскими коллегами, которые позиционируют его как продукцию, сделанную по национальным ГОСТам. Еще одним способом заставить потребителей покупать более дорогую продукцию стало уменьшение порций премиальных сортов, что делает цену на них не такой пугающей.

В 2012 г в Украине было произведено 108,5 тыс т мороженого, что почти на 8% больше, чем в сезоне-2011. Пока мороженщикам не удастся даже приблизиться к докризисным показателям (в 2008 г объем производства превысил 123 тыс т). И даже с учетом нынешнего жаркого лета по итогам года производство вряд ли превысит 115 тыс т.

Так как спрос на холодные десерты растет гораздо медленнее, чем амби-

ции производителей, конкуренция на рынке обостряется. В этом году крупные компании резко увеличили рекламные бюджеты и активно продвигают новинки.

Вынуждены они и наращивать затраты на «окучивание» розницы. Торговцы, в отличие от прошлых лет, без особого энтузиазма принимают холодильное оборудование от мороженщиков и не готовы расширять ассортимент их продукции. Свои условия им ставят уже не только большие продуктовые сети, но даже магазины у дома. «В розницу могут попасть только раскрученные брэнды, продукция которых хорошо продается», — говорит Владимир Прокоз, коммерческий директор компании «Рудь».

В таких условиях локальным производителям сложно не только расширить рынки сбыта, но и удержаться в собственном регионе. И, как следствие, доля «малышей» продолжает сокращаться. Если в прошлом году она составляла порядка 15-20%, то в этом имеет все шансы снизиться до 10%.

Небольшие предприятия могут конкурировать с лидерами рынка разве что ценой. И, чтобы сократить себестоимость продукции, они активно экспериментируют с сырьем, заменяя дорогие молочные ингредиенты растительными. Это, в свою очередь, вредит их имиджу и еще больше снижает продажи.

Впрочем, подобными «усовершенствованиями» рецептуры грешат и многие крупные предприятия. Многочисленные потребительские тестирования холодных десертов подтверждают, что молока в них становится все меньше.

Тем не менее сами мороженщики утверждают, что украинская продукция является более натуральной, чем та, что выпускается в соседних странах. Используя это «преимущество», они намерены увеличивать экспорт своего товара.

Наиболее перспективными рынками сбыта наши производители считают Молдову, Россию и Польшу, надеясь в текущем году увеличить поставки в эти страны на 20-25%.

нежный вкус зефира



фабрика мороженого
марка

+7 (495) 505-70-20
www.markafm.ru

ООО "Фабрика мороженого "Марка"
МО, г. Долгопрудный, ул. Виноградная, д. 9М, стр.1

ПРАЗДНИК МОРОЖЕНОГО



Праздник мороженого, проводимый 17-й раз в Москве, стал значимым социальным и культурным мероприятием города, объединяющим основных производителей мороженого и любителей этого лакомства.

Во время церемонии открытия на основной сцене парка выступили: гендиректор Союза мороженщиков России Валерий Елхов, председатель правления СМР Вячеслав Выгодин, гендиректор парка «Сокольники» Андрей Лапшин, заместитель руководителя Департамента торговли и услуг Москвы Дмитрий Краснов, депутат Московской городской думы Александр Крутов и др. Ведущим производителям мороженого были вручены почетные дипломы. Компании «Баскин Роббинс» (генеральный спонсор праздника) в лице генерального директора Агнессы Осиповой выдан диплом «За 25-летие высокого качества мороженого на российском рынке».

1-2 июня 2013 г в Москве прошел Праздник мороженого, посвященный международному дню защиты детей. По данным администрации ПКиО «Сокольники», он собрал около 800 тыс человек. Праздник проводился при поддержке Правительства Москвы, Мосгордумы, Минсельхоза России, Префектуры ВАО. Организатором выступил Союз мороженщиков России.

Партнерами Праздника стали производители мороженого «Богородский хладокомбинат», «Инмарко», «Русский Холод», литовская компания «Сваля», которые представили огромное количество лакомства на любой вкус. На празднике прошла презентация новинок.

Праздник, как и в прошлом году, продолжался два дня. С погодой повезло и парк «Сокольники» был превращен в огромный город мороженого самых разных сортов и видов.

Бренд «Золотой Стандарт» стал победителем в номинации «Пломбирные традиции». Валерий Елхов торжественно вручил грамоту Озгуру Колукфакки, вице-президенту категории мороженого компании Unilever в России, Украине и Беларуси. ОАО «ТД «Русский Холод» получил диплом за самую большую сеть киосков мороженого, компания «Сваля» — за самое детское мороженое. А ОАО «Богородский хладокомбинат» — за сохранение традиций в производстве мороженого.

Шоу мыльных пузырей, выступление танцевального коллектива и жонглера, надувные батуты... Но главным

событием на празднике мороженого стало появление Деда Мороза, который, осмотрев свои владения, пообщался с малышами, провел несколько конкурсов и подарил самым активным участникам подарки и мороженое «Золотой Стандарт».

Для гостей праздника был организован концерт при поддержке музыкальных каналов «Муз-ТВ» и «Ю». Перед зрителями выступали как начинающие таланты, так и всеми любимые звездные исполнители.

Было роздано 17 тысяч порций мороженого и других подарков как в рамках благотворительной акции для детских домов, детских больниц, других социальных учреждений, так и победителям конкурсов и викторин. А продано было более 20 т продукции.

Праздник мороженого собрал много семей с детьми. Они пришли не просто полакомиться мороженым, но и поучаствовать в конкурсах, покататься на роликах и велосипедах, на велорикшах или лошадях. В общем, желающих весело отдохнуть было хоть отбавляй.

Соб. инф.



КОНФЕРЕНЦИЯ МОРОЖЕНЩИКОВ

Союз мороженщиков России совместно с ВНИИХИ проведет 28-29 ноября 2013 г отраслевую научно-практическую конференцию «Актуальные вопросы выполнения требований технических регламентов и стандартов в производстве мороженого».

В работе конференции примут участие представители производителей мороженого, ингредиентов, сырья,

Министерства сельского хозяйства РФ, Департамента технического регулирования и аккредитации Евразийской Экономической Комиссии, Союза участников потребительского рынка, РСПП, научно-исследовательских институтов, отраслевых Союзов и СМИ.

Стоимость участия составляет 12 500 руб., для членов Союза мороженщиков России — 6800 руб.

**Москва, отель «Молодежный» (м. «Тимирязевская», Дмитровское шоссе, д.27, корп.1).
Дополнительную информацию можно получить по тел.: (495) 638-55-62; e-mail: mmtx-2007@mail.ru
Журнал «Империя холода» — информационный спонсор конференции.**



Kerry Ingredients and Flavours

- Глазури и крема
- Топпинги и соусы
- Стабилизаторы для мороженого
- Карамелизированные орехи и грильяж
- Кусочки печенья и «брауни»
- Сухие молочные продукты
- Белки и ферменты для вафель



«КОМОС ГРУПП» «ЗАМОРОЗИЛ» ПЕРМСКИЙ ХЛАДОКОМБИНАТ

Теперь мороженое под брендом «Созвездие» прибывает из Ижевска

Ольга БОРЗУН

Пермяки всегда льнули к витринам с рекламой «Мороженое нашего города», выискивая этикетку с ТМ «Созвездие». Этот бренд проверен временем, поэтому все остальное на упаковке, как правило, не читали. Но с некоторых пор львиная доля «родного» продукта почему-то прибывает из других регионов. Между тем удмурдский холдинг «КОМОС Групп» — новый собственник пермского хладокомбината — обещал развивать производство именно здесь.

Заходя на пермский рынок, «КОМОС Групп» озвучил свою инвестпрограмму — 5 млрд руб в ближайшие три года. Часть этих средств предполагалось направить на развитие хладокомбината в Пермском крае. С тех пор прошло чуть больше года — и результат налицо. По 2012 г у хладокомбината «Созвездие» многомиллионные убытки. А местного мороженого на прилавках практически не видно.

При детальном изучении содержимого упаковки мороженого «Созвездия» складывается впечатление, что и вкус как бы не совсем тот. Изъятое из домашней морозилки с температурой -18°C , мороженое легко отковыривается ложкой, а через несколько минут растекается лужей. Вроде бы поплотнее был раньше пермский пломбир, вкуснее и сливочнее, отмечают пермяки.

Впрочем, специалисты говорят, что отсутствие привычного вкуса и запаха у гостовского продукта еще не означает плохого качества. Просто молоко в разных регионах имеет свои особенности — и коровки разные, и трава, и фермеры. Плюс у каждого технолога свои секреты. Все это и придает местному продукту уникальный вкус и аромат.

Конечно, и у сегодняшнего «пермского» мороженого есть запах. Только не сливок и ванили, а холодильника. Это обстоятельство объясняется просто: крышка на коробках с пломбиром едва нахлобучена. Ни о какой герметичности упаковки и речи не идет. Срок годности, между тем, указан внушительный: 12 месяцев при -18°C .

Немало открытий таит в себе стандартная этикетка мороженого «Магия». В данных изготовителя значится:

«Изготовлено для ТД «Созвездие», причем где-то в Ульяновске.

На этикетке пломбира «Созвездие» и вовсе написано хитро: «Изготовитель (смотри индекс после даты производства):

А — ОАО Пермский хладокомбинат «Созвездие», 614990, Россия, г. Пермь, ул. Куйбышева, 128.

В — ОАО «Удмуртский хладокомбинат», 426028, Россия, Удмуртская Республика, г. Ижевск, ул. Маяковского, 44».

Внимательно изучив дату изготовления купленного весового пломбира, мы на самом деле обнаружили маленькую букву. Нам, как и большинству потребителей, досталась коробка с литерой «В» — Удмуртия. Соответственно, отдаленность производства сказалась и на розничной цене — целых 104 руб 30 коп за 400 гр.

А «пермский пломбир» с индексом «А» в последнее время приобрести не так-то просто. Оно и понятно, ведь так и не ясно, пермская фабрика мороженого то ли работает, то ли нет. Вместо обещанных новых рабочих мест произошло сокращение кадров, причем в два раза, включая и технологов. Тех самых, которые разрабатывали уникальную рецептуру пермского мороженого. Когда-то его отгружали тоннами, а теперь дай бог, чтобы местное лакомство измерялось килограммами.

Холдинг «КОМОС Групп» неоднократно делал разные заявления. И на этом основании был оценен властями как перспективный инвестор, готовый вкладываться в развитие пищевой отрасли региона.

В прошлом году, презентуя проект, представители холдинга рассказали,

Справка

ГК «КОМОС ГРУПП» объединяет ведущих производителей продуктов питания в Удмуртии и Пермском крае. Под управлением компании работают 3 птицефабрики, 4 молокоперерабатывающих завода, 2 хладокомбината, 2 свинопольского комплекса с общим поголовьем более 200 тыс, 9 агрокомплексов с общей площадью посевных 55 154 га. В агрокомплексах содержится 13 450 голов крупного рогатого скота, из них более 5800 — дойное стадо.

Агрохолдинг в 2013–2015 гг вложит более 570 млн руб в развитие своих активов в Пермском крае. В течение двух лет на предприятии планируется реконструировать котельную, склады и инженерную инфраструктуру (в настоящее время завершён первый этап стоимостью 120 млн руб: модернизирован цех по производству охлажденных полуфабрикатов и мясных деликатесов).

что «КОМОС Групп» приобрела 99,6% акций Удмуртского хладокомбината и 94% акций Пермского хладокомбината. И, как сообщил гендиректор обоих предприятий Сергей Задорожный, теперь на очереди создание новой системы логистики, дистрибуции и производства мороженого. Кроме того, Пермский хладокомбинат освоит новое направление деятельности — рыбопереработку. Пермякам обещали стабильные каналы поставки мороженого «Ижмолоко», рыбных продуктов «Удмуртрыба» и «Ижморепродукт». На вопрос, какое мороженое нравится больше лично ему, г-н Задорожный дипломатично ответил, что и у ижевского, и у пермского продукта есть свои преимущества.

А если пермский продукт полностью похоронить, позаимствовав у него раскрученный бренд, то у ижевского мороженого преимуществ станет еще больше?

ОМСКИЙ РЫНОК МОРОЖЕНОГО

Что предлагают производители мороженого на омском рынке?

Сергей КОМАРОВСКИХ

Предприятия, так или иначе связанные с мороженым, молчат, словно сговорившись — ни слова о своей продукции. Хотя, казалось бы, должны наперегонки бежать, чтобы донести до конечного потребителя как можно больше полезной информации.

Но нет, все в строжайшей тайне, даже новые разработки, которые выставлены по городу во всех ларьках и никакого секрета уже не представляют. Дальше всех пошли на «Инмарко». Может быть, недавние забастовки на предприятии так повлияли на руководство, или есть другие причины, но факт остается фактом: начальство запретило всем, включая даже киоскеров, что-либо рассказывать о мороженом. Торговые агенты признаются: их заставили подписать бумаги о запрете на такого рода разговоры. Под страхом увольнения. И главный технолог, похоже, тоже права голоса не имеет.

В «Сибхолоде» похожая картина. Замруководителя по производству заявила, что она все знает про мороженое, но без руководства говорить не может.

Каким же предстал перед нами омский ассортимент мороженого? Возьмем ООО «Снежный городок». Производство находится в Новокузнецке, в Омск товар везут в вагонах-рефрижераторах. И этот путь на качество продукции никак не сказывается. Правда, как сказала мне продавец Лена, случается, что какой-то вид мороженого кончится, и пока его снова завезут, может пройти дня два. Но это бывает крайне редко.

В этой палатке продают около 80 видов мороженого из Новокузнецка. И, конечно, в жаркие дни вырос спрос. Дети на каникулах, они теперь здесь главные покупатели. Причем, их не особо интересуют пломбирсы и прочее мороженое с «наворотами», они предпочитают фруктовое — «Ягодное лето» по 7,5 руб за штуку, в день уходит две коробки.

А у взрослых предпочтений больше. Хорошо берут трубочки «Снежный городок», «Абрикос», пломбир «Золотая серия», все — по 20 руб. А вот на шоколадное мороженое спрос помень-



ше. Хотя рожок с шоколадным желе по 22 руб из «Золотой серии» расходуется неплохо.

Слабее всего раскупается ванильное мороженое в 900-граммовой упаковке за 105 руб. Скорее, оно вообще не идет. И пломбира чистого в продаже нет, а есть эскимо шоколадное с фисташками и с миндалем.

Между тем, продавщица считает, что, в принципе, пломбир в народе любят, но когда он с наполнителями, покупают гораздо меньше. И еще в киоске «Снежного городка» не залеживаются торты крем-брюле «Шенонсо» и «Зимняя вишня». 180 руб за полкило мороженого — совсем недорого.

А вот киоск ООО «Сибхолод». На витрине 60 видов мороженого: от 13 руб до 176 руб. Выбор есть: и в брикетах, и в стаканчиках, и в трубочках, и в рожках, и на палочке. Как вам такой вид, как халва в шоколаде? А «Черника английская»? (Почему, интересно, английская?). Рожки с джемом киви? А вот эскимо, покрытое двумя слоями молочного шоколада с прослойкой из вишневого соуса — это «Экселенс» из Латвии. Цена 45 руб.

Есть еще пломбир «Настоящий» для всей семьи по 145 руб за 900 гр. Если этот настоящий, то все остальные какие?

Кстати, подобный ребус встретился мне, когда я разглядывал витрину кио-

оска засекреченного «Инмарко». Там все пломбирсы имеют пометку «натуральный продукт на 100%». А вот «Магнаты», целое семейство, такой отметки не удостоились. Означает ли это, что мороженое «Магнат», если и натуральный продукт, то не на все сто? Спросить было не у кого.

Но не только на улице заывают на мороженое. Оно ждет и в некоторых кафе. Например, в кафе «Крем-холл». Здесь лакомство собственного приготовления, чем хозяева заведения гордятся.

— Большой ассортимент мороженого мы автоматически подаем к другим десертам, — рассказывает официант Ольга. — Например, к грушевому пирогу, к домашнему штруделю, к блинчикам с бананом и шоколадом. При этом мы посетителю сообщаем, что рецепта блинчиков с мороженым нет больше ни у кого, поскольку это разработка нашего шеф-повара.

Что в ассортименте? Шарик сливочного пломбира 60 гр стоит 50 руб. По той же цене продаются крем-брюле и йогуртовое с ярко выраженным вкусом кисломолочных продуктов. Представляете себе мороженое со вкусом кефира? Есть для младшего поколения мороженое наподобие жвачки — под клубнику плюс банан или клубнику плюс дыня — 60 гр. за 60 руб. Да, цены здесь выше, чем на улице, но это



разумно объясняется тем, что в кафе мороженое более востребовано (за сутки из 100% посетителей около 60% заказывают его), и, что еще важнее, редко где можно попробовать столь оригинальный продукт.

Вот еще пример. Нынче на летний сезон в меню ввели шербет (сорбэ) — фруктовый лед плюс фруктовое пюре плюс натуральный сок. Сорбэ имеет вкус арбуза, желтой дыни, сладкого манго, маракуйи с медом. Ну, и для полноты картины можно добавить, что в кафе «Крем-холл» мороженое идет и в молочные коктейли. Когда-то это было на каждом углу, а сегодня молочный коктейль еще поискать надо.

А вот и знаменитое московское мороженое. Я — о сети кафе «Баскин Роббинс» (BR). В Омске работают четыре точки: в «Каскаде», в «Галактике», в «Меге» и головное предприятие кафе-мороженое у «Кристалла». К сло-

ву, там есть декоратор, который создает оригинальные торты из мороженого.

Я приехал в «Мегу». В киоске BR, как обычно, 16 лотков с мороженым всех цветов радуги. И при этом все добавки натуральные. Обращаю внимание продавца Александры на ярко фиолетовое мороженое. Что это?

— Это «Орегонская ежевика», — отвечает она. — Вкус ежевики явно чувствуется. Хотите попробовать?

Рядом с ежевикой оказалось мороженое «Конфетти» со взрывной карамелью. Продавщица объяснила мне, что это мороженое, когда ешь, как бы взрывается на языке — приятно. Я продолжил изучать. Вот мороженое «Пралинэ». Этот сорт здесь есть всегда, он востребован, за ним даже специально приезжают. К «Пралинэ» добавляются еще миндально-фисташковое мороженое и ванильное (оно без наполнителя и в нем чуть меньше жира, чем в

пломбире). Вот эти три сорта в известной степени являются визитной карточкой любого кафе BR.

— Что есть из оригинального?

— Есть мороженое с кусочками чизкейка (сырного пирога), — говорит Саша. — Есть, причем всегда, шербет — замороженный сок.

— А цены?

— Шарик 50 гр любого мороженого стоит 69 руб, 70 гр — 98 руб и 112 гр — 139 руб. Недешево, зато все только натуральное и к тому же, извините, бренд.

...Если бы производители и продавцы мороженого были более открыты к общению, об омском рынке можно было рассказать шире и подробнее. Но — увы. По этому поводу неправильно было бы сказать, что «отсутствие рекламы тоже реклама». Лучшая реклама — информационная открытость.

omskinform.ru

«БАСКИН РОББИНС» В РОССИИ 25 ЛЕТ

В крупнейшем в Европе кафе-мороженом «Баскин Роббинс» на Новом Арбате состоялась пресс-конференция, посвященная 25-летию компании в России.

Гендиректор Союза мороженщиков России Валерий Елхов сообщил о ситуации на российском рынке мороженого в целом. За 2012 г потребление мороженого выросло на 7%, подобный рост ожидается и в 2013 г. Союзу мороженщиков удалось решить многие вопросы технического регулирования и стандартизации.

Он поблагодарил профессиональную команду компании «Баскин Роббинс» за высокий уровень продукции, верность традициям и готовность к инновациям. Также Елхов поздравил коллектив и всех любителей мороженого с юбилеем компании.

Столичная «Баскин Роббинс», крупнейшая в Европе фабрика, за 25 лет освоила производство более 150 сортов мороженого, несколько десятков видов тортов, продукции с пониженным содержанием жира (линии «Лайт» и «Премиум лайт»), без сахара (линия «Премиум») и десертов.

В настоящее время сеть «Баскин Роббинс» присутствует в 112 городах России, в Казахстане, Украине, Лат-



вии, Азербайджане и Молдове и включает в общей сложности 285 кафе. Только в 2012 г открылось 46 кафе и более пятидесяти павильонов по продаже мороженого. Более 80% кафе-мороженых открыты самостоятельными предпринимателями по франшизе компании.

Директор фабрики Владимир Егоров сказал, что 150 сортов мороженого — это не предел. Каждый год в ассортименте появляются новинки: в 2012 г было выпущено 6 новых сортов, а в

2013 г на фабрике уже освоено производство 4 новых видов продукции.

Участники пресс-конференции продегустировали новинки, в том числе торты «Триумф» из коллекции минитортов «Праздничный Рекорд». Торты «Триумф» выпущены специально к юбилею «Баскин Роббинс» в России и представляют собой 16 секторов стокилограммового торта-рекордсмена, включенного в прошлом году в книгу рекордов России и Европы.

Соб. инф.



Ежи Эдвард
СИКОРСКИЙ,
гендиректор
ООО «Юка-Инвест»

Торговая марка JUKA на протяжении 25 лет успешно работает на рынке коммерческого холода и является одним из ведущих украинских производителей холодильного оборудования для торговли. Проект компании начал свою бизнес-жизнь в 1988 г в Польше и нашел успешное продолжение в 2008 г в Украине. Так на промышленной карте Украины появилось первое в стране производство коммерческих (не бытовых) морозильных ларей (витрин).

Наиболее массовое производство из всего ассортимента *TM JUKA* стартовало на современном заводе в г. Житомир, вобрав в себя ценный опыт работы с западными поставщиками комплектующих и материалов и взяв курс на максимальное усовершенствование и доведение до уровня мировых стандартов процессов производства морозильных ларей.

Направлением деятельности компании является производство полного модельного ряда холодильного оборудования:

- витрины с прямым стеклом;
- витрины с гнутым стеклом;
- лари с глухой крышкой;
- наиболее энергоэкономные в своем классе лари бонетного типа, витрины для весового (мягкого) мороженого;
- прикассовые лари — идеальны как для малых магазинов, так и для супермаркетов;
- гастрономические холодильные витрины с надставками.

Высокое качество и надежность выпускаемого оборудования обеспечивается использованием комплектующих ведущих мировых производителей и строжайшим контролем качества сборки с применением компьютерного тестирования, а также с учетом всех современных требований к эксплуатационным и эргономичным характеристикам с учетом технологических особенностей производства и пожеланий заказчика. Основной задачей при разработке новых серий *TM JUKA* стала экономия электроэнергии при эксплуатации оборудования на объектах. А также одна из основных задач — уплотнение

КОММЕРЧЕСКОЕ ХОЛОДИЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ JUKA: ХОЛОДНЫЙ ВЕТЕР С УКРАИНЫ

морозильного ларя от проникновения воздуха вовнутрь, защита от намерзания снежной шубой внутри камеры. Эти задачи были успешно решены инженерами *JUKA*. Дизайн оборудования разработан в европейском стиле, с максимальной видимостью выкладки.

По желанию заказчиков оборудование может поставляться на рынок в любом цветовом исполнении, с разнообразным брендированием, поскольку это эффективное решение для продаж и маркетинга. *TM JUKA* предоставляет профессиональную помощь в разработке логотипов по желанию заказчиков. Кроме того, эффективным решением в защите брендирования от воздействия солнечных лучей и других природных воздействий, а также устойчивостью против царапин, является услуга ламинирования, обеспечивающая помимо этого яркое воспроизведение цвета и лучшее качество покрытия.

Стратегической целью *TM JUKA* является продвижение коммерческого холодильного оборудования украинского производства на мировом рынке. В настоящее время *TM JUKA* за пределами Украины успешно сотрудничает с клиентами Латвии, Литвы, Беларуси, Польши, Словакии, Швеции, Французской Полинезии (Таити). На сегодняшний день развивается укрепление наших позиций по экспорту продукции на российский рынок. Первым шагом к этому было участие в 20-й международной выставке «ПРОДЭКСПО 2013» в Москве, где была предоставлена продукция торговой марки *JUKA*.

Следует заметить, что впитав в себя лучший многолетний опыт развития на западных рынках, *TM JUKA*, своей миссией видит внедрение такого же стиля и метода работы на российском рынке. А именно — не прямые поставки от производителя к потребителю, а приоритетность в развитии дилерской сети, основным критерием которой есть деловая репутация в регионе и несомненно квалифицированная доступная клиенту сервисная служба вероятного будущего нашего партнера. Со своей стороны, требуя от будущих партнеров поддержания репутации *TM JUKA*, мы гарантируем привлекательные условия делового сотрудничества: уникальную систему скидок, лояльность и активное продвижение продукции *TM JUKA* к конечному потребителю.

Торговая марка *JUKA* — это:

- холодильное оборудование коммерческого назначения по доступным ценам;
- мировые стандарты качества продукции;
- долгосрочное сотрудничество с партнерами;
- комплексный подход к решению поставленных задач;
- обязательное наличие сертификатов и лицензий на все виды работ.

ООО «ЮКА-Инвест»

Украина, 12402 Житомирский р-н,
с. Олиевка, ул. Звягельская 126

Тел.: +38 0412 44 57 55

Факс: +38 0412 51 03 80

<http://juka.ua>; e-mail: juka@juka.ua





ПЛОМБИР ЗАО «РАМОЗ» НА РАСТИТЕЛЬНОМ ЖИРЕ

Нина БАШКИРОВА

Санкт-Петербургская общественная организация потребителей «Общественный контроль», проанализировав десять образцов мороженого, представленного в городской розничной торговле, обнаружила один образец, в котором не оказалось главной составляющей популярного продукта — молока. Им оказался пломбир ТМ «Главхолод» из Ярославля (изготовитель — ЗАО «РАМОЗ»), приобретенный в супермаркете «Призма». В составе продукта, согласно заключению испытательной лаборатории ФБУ «Тест — С.-Петербург», обнаружен только растительный жир.

С одной стороны, один фальсификат из десяти образцов мороженого, изготовленных по ГОСТ Р 52175-2003, — не повод говорить о массовых нарушениях в этом сегменте рынка.

С другой стороны,стораживает факт выпуска подделки достаточно известным предприятием, основанным еще в 30-е годы прошлого столетия и внедрившим у себя на производстве международные стандарты качества ХАССП.

«Общественный контроль» рассчитывает, что Роспотребнадзор, куда уже

направлена информация о растительном «пломбире» ТМ «Главхолод», проведет расследование, а предприятие-нарушитель сделает необходимые выводы и прекратит обманывать своих покупателей.

В России сегодня можно производить мороженое как по ГОСТ Р 52175-2003, так и по техническим условиям. Оба документа не должны противоречить Техническому регламенту на молоко и молочную продукцию, имеющему статус федерального закона. Если мороженое выпускается по

ГОСТу, растительные жиры в нем должны быть исключены полностью, если по техническим условиям (Техническому регламенту) — возможны варианты.

Так, Технический регламент на молоко и молочную продукцию, на базе которого изготовители разрабатывают свои технические условия, предполагает, что мороженое может быть произведено не только из молочного жира (мороженое молочное, сливочное, пломбир), но и с использованием растительных жиров.

Наименование продукции	Мороженое									
	Эскимо двухслойное сливочное ванильное и шоколадное в шоколадной глазури с арахисом «Балтийское»	Пломбир «Белая корова»	Пломбир ванильный в вафельном сахарном рожке в шоколадной глазури ТМ «Лента»	Пломбир ванильный Слиток «Белое золото»	Эскимо пломбир ванильный в молочной шоколаде «Золотой пломбир» ТМ «Русский холод»	Символное во взбитой шоколадной глазури ТМ «Ледниковый период»	Пломбир ванильный в вафлях «Филевский»	Двухслойное сливочное ванильное с ароматом вишни с наполнителем «вишня» «На двоих»	Пломбир ванильный с добавкой кураги, чернослива, арахиса и шоколадной глазури в вафельном стаканчике «Золотой Стандарт» ТМ «Инмарко»	Пломбир ванильный (Пломбир классический «Главхолод»)
Производитель	ООО «Индикомбинат №2», СПб	ООО «Белгородский комбинат», Белгород	ЗАО «Ковка» Санкт-Петербург, г. Петродворец	ООО «Телюкс-3000», Лен. обл., г. Локно	ООО «Легуна» Калужская обл.	ООО «Калина» Новгородская обл.	ООО «Волгодонское мороженое», г. Вологда	ООО «Сам-Пол», г. Самара	ООО «Юн-Легуна» Рязанская обл., г. Тула	ЗАО «РАМОЗ», Ярославская обл., г. Рыбинск
Дата изготовления	21.01.2013	25.03.2013	16.02.2013	05.03.2013	05.07.2012	22.03.2013	10.04.2013	24.12.2012	25.02.2013	21.01.2013
Масса нетто, г	80	65	70	220	100	80	80	175	90	200
Цена, руб.	22-59	29-90	17-99	50-00	42-80	19-90	18-69	69-90	25-50	43-20
Место закупки	ООО «Лента», 118, корп. 7, лит. А	ООО ТД «Империал», Московский пр., 86, универсам «Смолья»	ООО «Лента», 118, корп. 7, лит. А	ООО «Лента», 118, корп. 7, лит. А	ООО «Лента», 118, корп. 7, лит. А	ООО «Лента», ул. Целиковская 15, «Империал»	ООО «Лента», 118, корп. 7, лит. А	ООО «Империал», Московский пр. 86, ул. Искра «Смолья»	ООО ТД «Империал», Московский пр. 86, универсам «Смолья»	ООО «Лента», 118, корп. 7, лит. А
Маркировка № 88 93 с изм. от 22.07.2010, ст. 12, ст. 35, ст. 37	соответствует	соответствует	соответствует	соответствует	соответствует	соответствует	соответствует	не соответствует (дата производства читается с трудом)	соответствует	соответствует
Нормативный документ (НД)	ГОСТ Р 52175-2003	ГОСТ Р 52175-2003	ГОСТ Р 52175-2003	ГОСТ Р 52175-2003	ГОСТ Р 52175-2003	ТУ 8288-183-06420192-06	ГОСТ Р 52175-2003	ГОСТ Р 52175-2003	ТУ 8288-031-4401224-04	ГОСТ Р 52175-2003
Органолептические показатели по НД	Внешний вид и консистенция: порция однородного или многокомпонентного мороженого различной формы, полностью или частично покрытого глазурем или без глазури (шоколада). Неоднородная плотная, однородная, без осадочных комочков жиро-стабилизатора и эмульгатора, частички белки и сахара, кристаллы льда. При добавлении пищевых добавок (ароматизаторов) — с их наличием. В мороженом мороженое консистенция глазури (шоколада) однородная, с наличием частичек орехов, арахисовой крошки и других компонентов при их использовании. Цвет: характерный для данного вида мороженого, равномерный для каждого слоя. Вкус и запах: чистые, характерные для данного вида мороженого.									
Органолептические показатели, фактически	Соответствуют	Соответствуют	Соответствуют	Соответствуют	Соответствуют	Соответствуют	Соответствуют	Соответствуют	Соответствуют	Соответствуют
Массовая доля жира, % Норма по НД / Результат	8,0-11,5 / 8,34±0,40	12,0-17,5 / 12,00±0,40	12,0-17,5 / 15,50±0,40	12,0-17,5 / 15,63±0,40	12,0-17,5 / 12,65±0,40	8,0-11,5 / 10,50±0,40	12,0-17,5 / 12,08±0,40	8,0-11,5 / 7,63±0,40	12,0-24,0 / 10,21±0,40	12,0-17,5 / 12,00±0,40
Идентификация жировой основы (жировая фаза молочной части мороженого должна содержать только молочный жир)	Жировая фаза молочной части продукта содержит только молочный жир	Жировая фаза молочной части продукта содержит только молочный жир	Жировая фаза молочной части продукта содержит только молочный жир	Жировая фаза молочной части продукта содержит только молочный жир	Жировая фаза молочной части продукта содержит только молочный жир	Жировая фаза молочной части продукта содержит только молочный жир	Жировая фаза молочной части продукта содержит только молочный жир	Жировая фаза молочной части продукта содержит только молочный жир	Жировая фаза молочной части продукта содержит только молочный жир	Жировая фаза молочной части продукта содержит смесь жиров животного происхождения. Молочный жир не обнаружен
Соответствие НД (ГОСТ, Технический регламент на молоко и молочную продукцию)	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Не соответствует по маркировке	Не соответствует по маркировке	Не соответствует	Фальсификат

Данные экспертизы касаются исключительно конкретных образцов, представленных на экспертизу, а не всей аналогичной продукции указанных предприятий-изготовителей.

Мороженое, в составе которого используется заменитель молочного жира, должно называться сливочно-растительным (содержание молочного жира не менее 50%) или «растительно-сливочным» (содержание молочного жира от 30 до 50%). И то и другое должно быть указано на этикетке, причем так, чтобы эту информацию можно было прочесть.

Что касается образца продукции ЗАО «РАМОЗ», то его вообще нельзя отнести ни к какой категории мороженого: Технический регламент не предусматривает выпуск десерта на основе полной замены молочного жира растительным. В данном случае ярославский изготовитель создал «инновационный продукт», но вряд ли достоин за это похвалы.

Как показали результаты экспертизы, изготовители мороженого не только доводят до потребителей недостоверную информацию о своем продукте, но и всячески стараются сделать маркировку нечитаемой, используя мелкий шрифт на темном фоне. За нечитаемую маркировку два образца мороженого по итогам экспертизы также получили «неуд».

За мороженым — с лупой

Уже не редкость, когда покупатели берут с собой в магазин лупу, чтобы прочитать напечатанную мелким неразборчивым шрифтом спрятанную в складках упаковок информацию о продуктах. Сегодня изготовителей за это никто не наказывает, хотя согласно ГОСТ 51074-2003 «Пищевые продукты. Информация для потребителей. Общие требования» маркировка должна быть разборчивой и читаемой. Эти же требования к маркировке указаны в Техническом регламенте на молоко и молочную продукцию (ФЗ № 163 от 22.07.2010 г).

Одним из тех, кто пренебрег требованиями ГОСТа и Технического регламента о читаемости информации, оказалось ООО «Вологодское мороженое» (г. Вологда), выпускающее пломбир в вафлях «Филевский» ТМ «Айсберри». Как указано в протоколе лабораторных испытаний, «дата производства мороженого читается с трудом».

Кстати, в предыдущие годы этот изготовитель при выпуске мороженого был замечен в более серьезных нарушениях. Так, в 2011 г в пломбире «Филевский» (партия от 04.06.2011 г) ока-

залось 85% растительных жиров, что является грубой фальсификацией мороженого, а его вкус был не характерным для этого вида продукции. Впрочем, ничего удивительного: ведь молочного жира в пломбире было не более 15%.

Если у пломбира «Филевский» маркировку хоть с трудом, но разглядеть можно было, то у другого образца мороженого, прибывшего в наш город из Самары (ООО «Сам-ПО»), информация практически не читалась. На крышке стакана ванильного мороженого «На двоих» с наполнителем «вишня» информация была напечатана настолько мелко, что даже вооруженному оптической специалисту лаборатории невозможно было ее разобрать. Хотя адрес и номера телефонов компания разместила в удобном для чтения месте и напечатала ярко и доступно. Можно звонить, писать, спрашивать и... жаловаться.

В прошлом году эскимо сливочное из Самары также вызвало нарекания экспертов за трудночитаемый шрифт на упаковке и «слегка снежистую, песчанистую консистенцию».

Но поскольку действенной реакции от Роспотребнадзора на выявленное «Общественным контролем» нарушение не последовало, изготовитель продолжает делать информацию на упаковке практически незаметной для потребителя. Чего не скажешь о вполне ощутимой цене.

Мороженое из Самары оказалось одним из самых дорогих из всей закупки — 40 руб за 100 гр.

«Золотой стандарт» пониженной жирности

Образец мороженого пломбир «Золотой стандарт» ТМ «Инмарко» (Тулская область) также не соответствовал Техническому регламенту на молоко и молочную продукцию по показателю «массовая доля жира». Содержание жира, согласно документу, должна быть в переделах от 12% до 24%. Однако «Золотой стандарт» оказался «диетическим продуктом» с содержанием жира всего 10,2%. Тем не менее, на вкус пломбира экономия молочного жира не повлияла.

* * *

Мороженое — молочный продукт, наименее подверженный фальсификации. Причина проста: его производство более капиталоемкое, чем творога или мопока. Помимо специального оборудования необходимы морозильные камеры, особо оборудованные складские помещения, автопарк, оснащенный рефрижераторами, и т. д. Кроме того, мороженое — продукт сезонный. Это не молоко или творог, которые пользуются спросом круглый год. Недаром на рынке мороженого нет мелких компаний. С точки зрения заработка для них более привлекательны фасовка сливочного масла, спреда, творога, творожных сырков или сметаны, где производственные и логистические затраты существенно ниже.

Это подтверждает и статистика проверок «Общественного контроля». Так, в 2011 г была выявлено два фальсификата, а в 2012 г и 2013 г, — по одному.

petkach.spb.ru





ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОИЗВОДСТВА МОРОЖЕНОГО С ЗАМЕНИТЕЛЯМИ МОЛОЧНОГО ЖИРА ПРИ ПОНИЖЕННОЙ МАССОВОЙ ДОЛЕ СОМО

А.А. Творогова, д.т.н., П.Б. Чижова, А.В. Спиридонова, ГНУ ВНИХИ Россельхозакадемии;
Ю. В. Короп, ООО «ЭФКО Пищевые Ингредиенты»

В современном производстве мороженого в России четко прослеживается мировая тенденция деления его на продукцию эконом- и премиум-классов. Значительную долю в продукции эконом-класса занимают мороженое и замороженные взбитые десерты с растительным жиром. В соответствии с изменениями №163-ФЗ, внесенными в №88-ФЗ «Технический регламент на молоко и молочную продукцию», мороженое с растительным жиром должно содержать не менее 40% сухих веществ молока от общего количества сухих веществ, при массовой доле молочного жира в жировой фазе продукта не менее 50%.

Опыт работы предприятий по производству мороженого с растительным жиром показывает, что при наличии в продукте массовой доли СОМО 7-11% и замене не более 50% молочного жира на растительный, этот продукт по органолептическим показателям в значительной степени приближается к традиционному мороженому, большинство разновидностей которого является продукцией премиум-класса. В связи с этим сохранение в мороженом высокой массовой доли СОМО особенно актуально.

Исследования, проведенные во Всероссийском научно-исследовательском институте холодильной промыш-

ленности, свидетельствуют о значительном влиянии массовой доли СОМО на качественные показатели смесей и готового продукта. В частности, важный показатель смесей «вязкость», оказывающий влияние на консистенцию и структуру готового продукта, в значительной степени зависит от массовой доли СОМО.

Как это следует из данных, приведенных на рис. 1, и при низком (2,4 и 6%), и при повышенном содержании СОМО (12-20%) значение вязкости смеси отклоняется от оптимальных значений (200-600 МПа·с), что не может не отразиться на протекании технологического процесса.

Учитывая влияние массовой доли СОМО на качественные показатели мороженого с растительным жиром, ВНИХИ совместно с ООО «ЭФКО Пищевые Ингредиенты» были проведены исследования качественных показателей продукта, в жировой фазе которого содержалось 50% заменителя молочного жира (ЗМЖ) «Эколакт 1403-35М ТФ». Целью исследований являлся анализ показателей мороженого при замене сухого обезжиренного молока подсырной сывороткой с различными стабилизационными системами. Выбор указанных направлений исследований обусловлен ре-

альными производственными ситуациями на предприятиях, в том числе с возможностью приобретения сырья со сниженной массовой долей СОМО.

При проведении исследований были использованы методы:

- ротационной вискозиметрии (вискозиметр Брукфилда с программным управлением) — для определения вязкости смеси;
- пенетрические (анализатор текстуры Брукфилда с программным управлением) — для исследования консистенции мороженого;
- микроструктурные (микроскоп со встроенной фотокамерой и программным управлением) — для изучения состояния жировой и воздушной фаз продукта;
- термостатирования (стенд с регулируемым термостатом и электронными весами) — для определения устойчивости к таянию;
- фотосъемки (стенд с регулируемым термостатом и фотокамерой) — для определения формоустойчивости продукта;
- стандартизованные методы определения физико-химических показателей продукта.

На первой стадии исследований был проведен сравнительный анализ

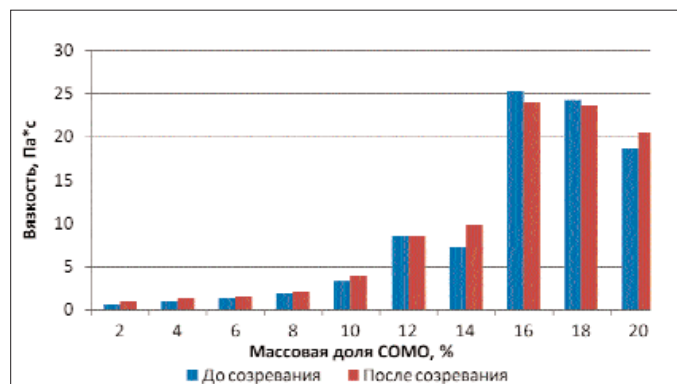


Рисунок 1. Вязкость смеси для мороженого с массовой долей сухих веществ 34% и СОМО 2-20% (до и после созревания)

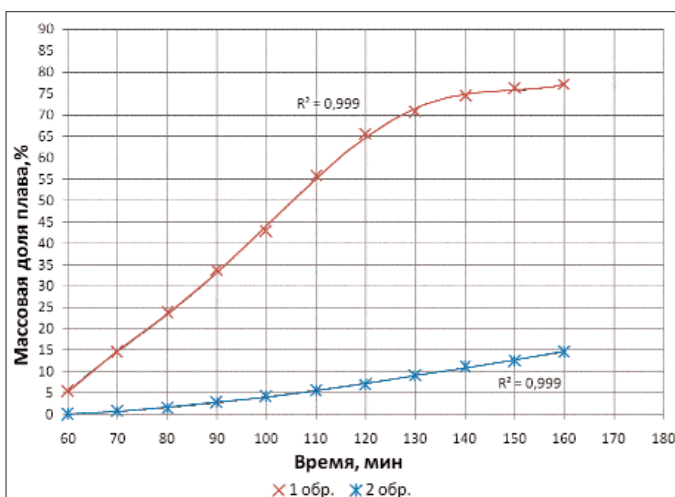


Рисунок 2. Устойчивость к таянию экспериментальных образцов

Табл. 1. Сравнительный анализ физико-химических показателей жиров

Наименование жира	Температура плавления, °С	Йодное число	Массовая доля твердых триглицеридов при температуре, °С				
			10	15	20	30	35
Молочный жир	28-30	25-47	46	30	20	3	0
ЗМЖ «Эколакт 1403-35М ТФ»	33-36	62,6	44	33	24	9	4,8

Табл. 2. Рецептуры и характеристика мороженого с растительным жиром

Наименование	Количество, кг	
	образец 1	образец 2
ЗМЖ «Эколакт 1403-35М ТФ» (м.д.ж. - 99,9%)	50,00	50,00
Сливки (м.д.ж. - 40%, СОМО - 4,4%)	125,00	125,00
Сухое обезжиренное молоко (м.д.ж. - 1,5%, СОМО - 95%)	50,00	50,00
Сыворотка подсырная (СОМО - 95%)	51,02	51,02
Сахар-песок	140,00	140,00
Вода питьевая	578,98	580,48
Стабилизатор-эмульгатор	5,00	3,50
ИТОГО	1000	1000
<i>Характеристика мороженого с РЖ</i>		
Массовая доля жира, %	10,00	10,00
в том числе молочного, %	5,00	5,00
Массовая доля СОМО, %	10,15	10,15
Массовая доля сахарозы, %	14,00	14,00
Массовая доля сухих веществ стабилизатора, %	0,47	0,33
Массовая доля сухих веществ, всего, %	34,62	34,48

Табл. 3. Технологические показатели в ходе выработок

№ образца	Наименование показателей	
	Температура мороженого на выходе из фризера, °С	Взбитость*, %
1	-5,1	87
2	-5,6	76

* Выработки осуществлялись на пилотной установке.

Табл. 4.

№ образца	Массовая доля плава (%) при выдерживании образцов в течение времени, мин		
	60	90	120
1	5,3	33,6	65,0
2	0	2,7	16,9

физико-химических показателей ЗМЖ с показателями молочного жира (МЖ) (табл. 1).

Несмотря на незначительные отличия массовых долей твердых жиров при температурах 10, 15 и 20°С, учитываемых при проведении технологического процесса, значение йодного числа у ЗМЖ заметно выше, чем у молочного жира, что может повлиять на термо-

и формоустойчивость готового продукта при отсутствии выраженного положительного эффекта сокристаллизации жиров (табл. 1).

Исследованы две экспериментальные партии мороженого в соответствии с рецептурами, характеристика которых приведена в табл. 2.

В качестве стабилизационных систем были использованы композиции

стабилизаторов и эмульгаторов с умеренным деэмульгирующим и хорошим стабилизирующим действием (образец 1), с высоким деэмульгирующим и умеренным стабилизирующим действием (образец 2).

Получены экспериментальные данные, свидетельствующие о положительном влиянии используемой композиции жиров на твердость продукта (показатель «температура выгрузки мороженого из фризера») и способность к насыщению воздухом (показатель «взбитость») (табл. 3).

Различия в технологической функциональности стабилизационных систем в наиболее заметной степени сказались на показателе «термоустойчивость» (рис. 2). Большой термоустойчивостью обладал образец №2 с эффективным эмульгатором (табл. 4).

Экспериментальные данные по термоустойчивости образцов коррелируют с данными по их формоустойчивости (рис. 3). При прочих равных условиях в исследуемых образцах наибольшей формоустойчивостью характеризовался образец №2 на основе эмульгатора с высоким деэмульгирующим эффектом.

Однако результаты дегустационной оценки не подтвердили структурные преимущества образца №2. Дегустационная оценка образцов показала, что замена 50% сухого обезжиренного молока сывороткой способствовала формированию в продукте органолептически ощутимых кристаллов льда. Это обусловлено наличием кристаллов льда с преимущественным размером более 70 мкм, определяющим порог органолептической ощутимости в исследуемых образцах.

По результатам исследований можно сделать следующие выводы:

1. Замена 50% МЖ на ЗМЖ в мороженом с оптимальным диапазоном массовых долей СОМО (7-11%) позволяет вырабатывать продукт с высокими органолептическими показателями.

2. Замена сухого обезжиренного молока сывороткой в количестве более 50% в мороженом с ЗМЖ приводит к образованию крупных органолептически ощутимых кристаллов льда.

3. Использование стабилизационных систем с высоким деэмульгирующим эффектом в мороженом с заменой МЖ на ЗМЖ с высоким йодным числом способствует повышению термо- и формоустойчивости продукта.



Рисунок 3. Форма порций мороженого через 30 мин выдерживания при температуре 25°С



РЫНОК МОРОЖЕНОГО ХАБАРОВСКА

Хотя в этом году особой жары в Хабаровске не наблюдалось, мороженого жители и гости краевого центра покупают больше.

Об этом говорят не только очереди, выстраивающиеся к уличным лоткам, но и статистика продаж.

Дарья УЛАНОВА

— По сравнению с прошлым годом объем продаж нашего мороженого вырос примерно на 20%, хотя количество торговых точек на территории города не увеличилось, — рассказала коммерческий директор ООО «Камелия» Екатерина Курохина. — Думаю, дело в том, что мы сделали упор на сервис, стали более щепетильны в выборе персонала. А еще в конце 2012 г приобрели новое технологическое оборудование, которое позволяет закалывать мороженое при более низких температурах, а это улучшает его вкусовые качества.

Предприниматель Илья Амирханов, который восемь лет назад создал и вывел на хабаровский рынок марку мороженого «Три желания», видит главную причину увеличения объема продаж в другом:

— Торговых точек в этом сезоне лично у нас меньше, чем в прошлом, — всего 16. Но, тем не менее, продажи выросли примерно на 15% — прежде всего потому, что мы не стали поднимать цены. Кроме того, думаю, они растут благодаря новым видам продукции — мороженому с сыром, черным кунжутом, тирамису и др. — их очень активно раскупают. Кроме того, мы стали делать сорбеты — обезжиренные сорта мороженого на основе соков и джемов, — но я бы не сказал, что они популярнее остальных видов продукции. Люди гораздо живее реагируют на новинки пломбира — это особенность отечественного потребителя, мы любим жирное мороженое.

Кстати, нынешним летом хабаровчане заметили на улицах яркие лотки с надписью «Айсберг». Как оказалось, они принадлежат не новому игроку на местном рынке, а ИП Остапенко, который торгует мороженым уже больше 10 лет.

— Мы работаем в этой сфере с 2000 г, — говорит исполнительный директор предприятия Виталий Бойко. — «Айсбергом» мы назывались и до этого, просто в нынешнем году наши дизайнеры решили не ограничиваться

маленькими значками, а написать название крупно. Кроме того, теперь мы работаем с новыми поставщиками. Раньше брали мороженое у артели старателей «Амур», но теперь она этот продукт не производит, а потому часть товара везем из Владивостока, а часть — из Новосибирска и Екатеринбурга.

В этом году торговых точек у ИП Остапенко тоже меньше, чем в прошлом, но объем продаж при этом не сократился.

— Это из-за того, что мы работаем по запросам покупателей, — объясняет предприниматель. — Они просят тот или иной сорт мороженого, а я нахожу и заказываю. Булонская вишня, манго, киви — у нас больше 30 видов.

Активный рост торговой сети к нынешнему лету у торговой марки «33 пингвина». Это мороженое родом из Томска, в дальневосточной столице его продают по франшизе. А вот поводом к такому расширению послужило... разделение бизнеса.

— Раньше дело было совместным, а теперь мороженое «33 пингвина» в Хабаровске продают две компании — ООО «Пингвин» и ООО «ВЛ-Партнер», — рассказывает директор ООО «Пингвин» Светлана Банник. — Естественно, сложилась дополнительная конкуренция, борьба за торговые места. Для производителя это, конечно, хорошо, потому что означает увеличение продаж. Что касается конкретно наших точек, то уровень продаж везде разный. На одной он может вырасти, на второй — оставаться стабильным несколько лет подряд, а на третьей — немного понизиться из-за того, что рядом встал конкурент. Но в целом продажи остаются хорошими, несмотря на высокую розничную цену продукта — это значит, потребитель удовлетворен его качеством.

— Можно сказать, что рынок мороженого в нашем городе уже сложился, — считает заместитель начальника отдела организации работы рынков и мелкой розницы администрации

Хабаровска Лариса Колмыкова. — Торговых точек в этом году ненамного больше, чем в прошлом. Кроме того, мы уже принимаем заявки на включение новых торговых точек в дислокацию на 2014 г. Предложения поступают в основном от местных производителей, так что, думаю, в ближайшем будущем мелкорозничная сеть по продаже мороженого будет расширяться за счет их лотков.

Пожалуй, новым игроком на этом рынке вполне можно считать компанию «Новоторг»: если в прошлом году она продавала свою продукцию всего на одной уличной торговой точке, то в этом их уже четыре.

Как ни странно, мороженое «33 пингвина», которое показало в этом году самый активный рост торговой сети, самое дорогое среди тех марок, которые предлагают покупателям на улицах города. 50 гр этого продукта стоят 55 руб. Сравнялось с «пингвинами» по цене только иностранное лакомство из киосков под названием «Итальянское мороженое». Однако в киосках есть и мороженое из Москвы, которое существенно дешевле — 35 руб за 50 гр. Такой же уровень розничных цен с прошлого года держится у марки «Три желания». «Айсберг» также предлагает своим покупателям продукции по этой цене. Прохладительный десерт «Камелия» — 50 руб за 100 гр.

— Наше мороженое стало дороже на пять рублей за 50 гр, но эту цену установил поставщик, — отметила Светлана Банник.



Кстати, существует мнение, что цену на мороженое нужно указывать только в формате «за 100 гр». Однако это не так.

— Продавец имеет право указать цену за любую единицу товара — хоть один грамм, хоть тысяча, — уточняет Лариса Колмыкова. — Главное, чтобы стоимость была четко видна на ценнике, а сам ценник оформлялся правильным образом: с указанием цены, единицы товара, даты установки ценника, с подписью ответственного лица и печатью организации.

На хабаровском рынке продукт на растительном жире реализуют по крайней мере две марки — «Камелия» и «Айсберг».

— Почему-то у многих людей србатывает стереотип, что растительные жиры — это плохо, хотя на самом деле рецептура нашего мороженого основана на старинной итальянской технологии, — говорит коммерческий директор «Камелии» Екатерина Курохина. — В ней используется только подсолнечное масло премиального класса, и мы

убеждены, что оно ничем не хуже сливочного.

Виталий Бойко уверяет, что растительное мороженое на его лотках тоже сделано на основе подсолнечного масла, а не кокосового или пальмового, к которым, по его мнению, специалисты пищевой промышленности относятся более негативно.

Что касается натуральности продукта, то по этому пункту местное мороженое опережает привозное. Так, в фисташковом мороженом от компании «Инмарко», которое реализуется на торговых точках «Айсберг», присутствуют искусственные ароматизаторы и красители.

Также красители и ингредиенты, помеченные буквой E, есть в части сортов мороженого «33 пингвина».

Торговая марка «Три желания» старается работать без красителей, однако в два сорта мороженого — фисташковое и дынное — их все же добавляют.

Единственная марка, в котором красителей нет вообще, — «Камелия».

— Это наша принципиальная позиция, — говорит Екатерина Курохина. — Из года в год нас спрашивают, почему наше банановое мороженое серое, а не желтое. Из года в год мы отвечаем, что желтая у банана только кожура, а сам он серовато-кремовый. Однако отчетливый запах и вкус банана убеждают покупателей лучше, чем слова. А фисташкового мороженого у нас нет: мы вообще не используем в производстве орехи — это слишком дорогой продукт. Так нам удается сохранить демократичную цену на мороженое.

Между прочим, многие продавцы, к которым мы подходили с просьбой показать состав мороженого, смотрели на нас откровенно удивленно:

— А зачем он вам?

— Все-таки большинство покупателей выбирает мороженое по вкусовым качествам, а не по составу, — считает Лариса Колмыкова.

Едва ли стоит подходить к этому вопросу так категорично...

toz.khv.ru

FOOD UNION СОЗДАЛ ГУРМЭ МОРОЖЕНОЕ

Ведущее латвийское молокоперерабатывающее предприятие Food Union в сотрудничестве с тремя широко известными в Латвии шеф-поварами создало натуральное гурмэ мороженое Ekselence. Мороженое трех разных видов — шварцвальдская вишня, малиновый чизкейк и тирамису — предлагается в литровых упаковках.

Рецепты были созданы в сотрудничестве с известными в Латвии шеф-поварами кафе-пекарни Kukotava, ресторанов He's и Riviera. Гурмэ Ekselence — это первое мороженое на основе целого коржа бисквита, что делает его новинкой как в странах Балтии и Восточной Европы, так и в России. Более того, все виды новой продукции — это ручная работа.

«Мы очень рады успешному завершению процесса разработки гурмэ мороженого Ekselence длившегося более года. За это время были усовершенствованы нюансы вкуса, пересмотрена рецептура, гармонизированы процессы поставки сырья и производства, а также создан особый премиальный дизайн упаковки в духе Nordic Cuisine, чтобы уже в этот летний сезон предложить латвийским и зарубежным любителям мороженого полностью нату-

ральное гурмэ мороженое из Латвии», — комментирует процесс новой разработки Дмитрий Докин, директор по развитию категории мороженого Food Union.

Хозяйка и шеф-повар кафе и пекарни Kukotava Лиене Томсоне разработала мороженое Ekselence шварцвальдская вишня — декорированное шоколадной стружкой шоколадный продукт на основе шоколадного бисквита, с вишневым бренди и спелыми вишнями в вишневом соусе. В результате был создан терпкий, насыщенно-шоколадный вкус с приятной вишневой кислинкой.

Генрих Эрхард, совладелец и шеф-повар ресторана He's и бистро Priedaine, создал мороженое Ekselence малиновый чизкейк — продукт с натуральным свежим творожным сыром, малиновым пюре и белым бельгийским шоколадом на основе из рассыпчатой бисквитной крошки.

Шеф-повар и совладелец ресторана Riviera Янис Соколовскис представил свою интерпретацию классического итальянского десерта в мороженом Ekselence tiramisu. Это декорированное тертым шоколадом мороженое-тирамису с итальянским вином Марсала,

ликером Амаретто и с кофейным эспрессо-соусом на основе из ванильно-кофейного бисквита.

В свою очередь в России, как отметил г-н Докин, хитом продаж является мороженое с Рижским бальзамом. «Всего на латвийском рынке более 100 видов мороженого, 60 из которых остаются на местном рынке, а остальные идут на экспорт. Например, мороженое Karlsons популярно среди латвийцев и жителей северной столицы России.

Тенденция сезона лета-2013 — ретро-стиль. Одно из самых любимых латвийцами с детства мороженое Pols в этом году вернулось к своим истокам: пломбир продается в бумажных стаканчиках, вафельных рожках и на палочке в пергаменте дизайнера 60-х годов.

В этом году мороженое стало приоритетным сегментом Food Union. В 2012 г более 12 млн евро было вложено в современные технологии его производства. В свою очередь, целью этого года стало завоевание стабильных позиций на балтийском и российском рынках с предложением инновационного и абсолютно натурального мороженого, сделанного из латвийского молока и сливок.

baltic-course.com

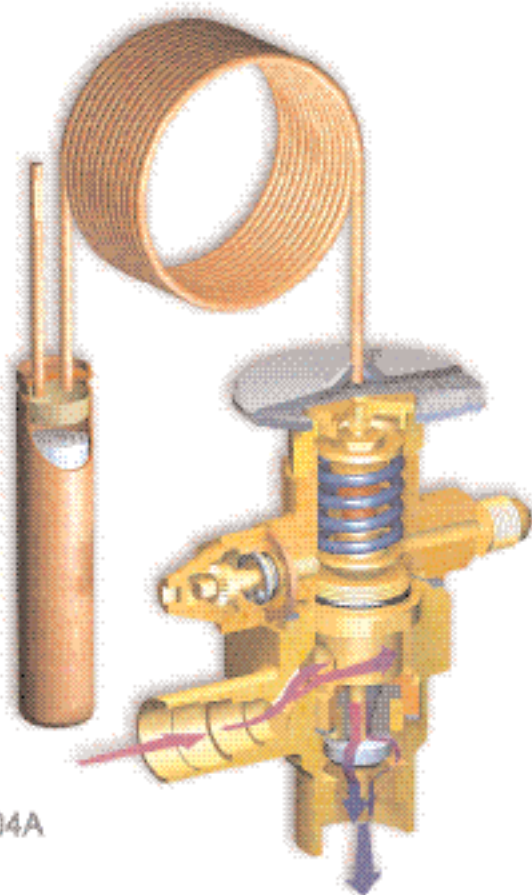
Термостатические
расширительные клапаны

Honeywell



ТЕРМОСТАТИЧЕСКИЕ
РАСШИРИТЕЛЬНЫЕ КЛАПАНЫ -
ПОДХОДЯЩЕЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ
ВСЕХ ПРИМЕНЕНИЙ
Серия TMX

- Диапазон холодопроизводительности 12,5-52,8 кВт для R404A
- Оптимальный шаг производительности с 7 вставками
- Модульная система с резьбовыми или паячными базами
- Сменные картриджные вставки
- Конструкция Balanced Port с компенсацией высокого давления
- Возможность настройки перегрева

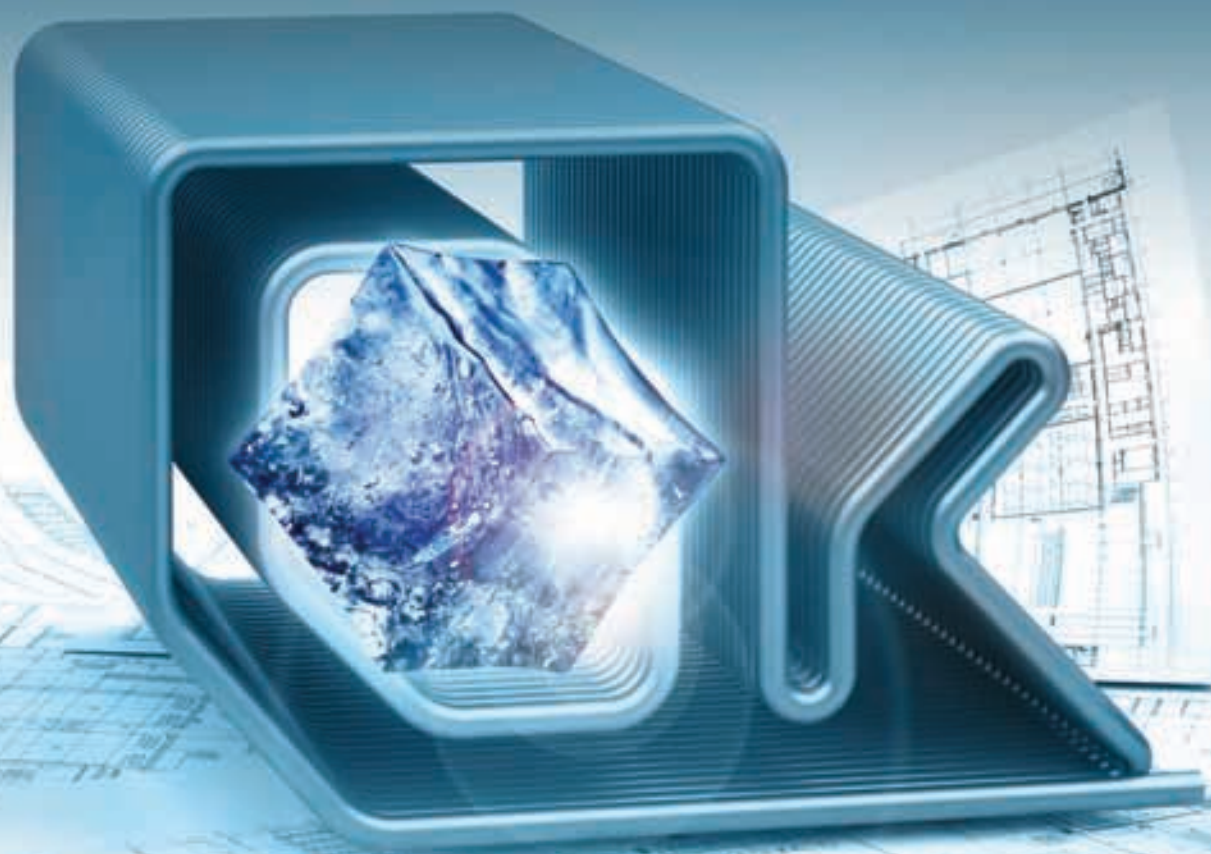


Honeywell

ЗАО «Хонивелл»
121050, Россия, Москва, ул. Киевская, 7, подъезд 7
Телефон: + 7 (495) 797 94 16 • Факс: + 7 (495) 796 98 92
www.honeywell-ec.ru
info@honeywell-ec.ru



холод



ХОЛОД ПОД КЛЮЧ

ПРОМЫШЛЕННЫЕ
ХОЛОДИЛЬНЫЕ
СИСТЕМЫ

ПРОЕКТИРОВАНИЕ
ПОСТАВКА
МОНТАЖ

ООО «ОК»
197044, Россия,
Санкт-Петербург,
Б. Сампсониевский пр.,
д. 45, лит. А
тел.: +7 (812) 740 22 65
факс: +7 (812) 740 55 48
office@ok-ref.ru
www.ok-ref.ru

В 2013 году
встречаемся на выставке

**АГРО
ПРОД
МАШ**

Агропродмаш
7-11 октября 2013
Москва
«Экспоцентр»
Зал 2, Павильон 2,
Место 22А30

The advertisement features six refrigerators arranged in a row. From left to right: a tall single-door glass-fronted refrigerator, a double-door glass-fronted refrigerator, a tall two-door solid-fronted refrigerator, another double-door glass-fronted refrigerator, and a tall single-door glass-fronted refrigerator. The background is a blue sky with white clouds and a vertical Italian flag (green, white, red) at the top. The refrigerators are reflected on a dark blue surface below them.

«КАПРИ»
СТИЛЬНЫЙ
ИТАЛЬЯНСКИЙ ДИЗАЙН

МХМ
марихолодмаш

СТРЕМЛЕНИЕ
К СОВЕРШЕНСТВУ

ОАО «КОНТАКТ»
424000, Республика Марий Эл,
г. Йошкар-Ола, ул. Соловьева, 3
Тел/факс 8(499) 706-80-74
www.mariholod.com
e-mail: mariholod@mari-el.ru