

Белорусская кондитерская продукция – образец качества!

3-й Международный симпозиум кондитеров – 2024 успешно прошел в Минске 23–24 мая, собрал 300+ участников и был посвящен Году качества.

Приятно отмечать, что белорусская продукция считается образцом качества и что кондитерская отрасль в республике активно развивается. Но время преподносит и нашим производителям вызовы. Поэтому говорили на симпозиуме не только о достижениях, но и о том, как решаются насущные проблемы. Какие темы обсуждались в первый день на первой сессии? Рассказываем.



**FOOD
PROM**
CONFECTIONERY





Производителям кондитерских изделий предстоит освоить инвестиционные проекты не менее чем на 100 млн рублей

О кондитерской отрасли Беларуси в цифрах рассказал **Олег Жидков, председатель концерна «Белгоспищепром»**.

– В 2023 году на внутреннем рынке было реализовано 192 тыс. тонн кондитерских изделий, что на 2,1% больше по отношению к 2022 году. Белорусскими предприятиями было произведено 160 тыс. тонн (+3,6%) кондитерских изделий. В структуре производства преобладают мучные кондитерские изделия (44,7%), на втором месте шоколадные (38,5%), далее – сахаристые (16,8%).

Производственные мощности кондитерской отрасли по республике на начало 2023 года составляли 186,1 тыс. тонн (+3,5% к 2020 г.). Загружены они в минувшем году были на 85,9%.

Отметил Олег Николаевич и динамику в продажах кондитерских изделий в Беларуси: увеличение доли отечественной продукции в общем объеме продаж кондитерских изделий и рост продаж на экспорт (в сравнении с 2020 годом в группе мучных КИ – рост на 49,4%, шоколадных – на 25,1%, сахаристых – на 14,4%). Изменилась и географическая структура экспорта – увеличились поставки в Китай, Казахстан, Узбекистан, Азербайджан, Грузию.

Продолжается работа и по импортозамещению. Предприятия концерна «Белгоспищепром» в 2022 году выпустили 31,2 тыс. тонн импортозамещающей продукции на сумму \$130 млн, а в 2023-м – 36,1 тыс. тонн на сумму \$138,5 млн.

На СОАО «Коммунарка», как рассказал **Олег Жидков**, ведется работа по созданию инновационного импортозамещающего производства полного цикла по переработке какао-бобов. Этот проект включен в Государственную программу инновационного развития



“

Олег Жидков: «В 2023 году на внутреннем рынке было реализовано 192 тыс. тонн кондитерских изделий, что на 2,1% больше по отношению к 2022 году».

Республики Беларусь на 2021–2025 гг. На производственной площадке «Слодыча» в г.п. Ивенец ведутся работы по запуску оборудования по производству мягкой карамели, которая в ближайшее время появится в продаже. А на ОАО «Красный Мозырянин» идет реконструкция ирисного участка с установкой нового оборудования.

Всего по кондитерской отрасли планируется освоить не менее 100 млн рублей на реализацию инвестиционных проектов.

– Качество и безопасность пищевой продукции – приоритетное направление деятельности концерна, – отметил **Олег Жидков** и привел несколько примеров работы. Один из проблемных вопросов – нормативы предельно допустимого уровня кадмия для ядер под-



солнечника основного сырья для производства халвы, козинаков.

Олег Николаевич отметил, что ОАО «Красный пищевик» – один из основных производителей продукции с использованием ядер подсолнечника (халва, козинаки) – контролирует каждую партию сырья. Благодаря этому контролю были обнаружены превышения допустимого уровня кадмия. В 2023 году из испытанных 228 партий образцов ядра подсолнечника 148 партий (или 65%) признаны по содержанию кадмия несоответствующими требованиям безопасности пищевой продукции. Ядра подсолнечника в Беларусь поставляются только из России (Алтайский край, Краснодарский край, Воронежская область).

В 2024 году из-за превышения содержания кадмия в Беларусь был временно запрещен ввоз продукции российских производителей – Барнаульской халвичной фабрики, ООО «Тимоша».

Республика Беларусь направила в ЕЭК заявку о включении в план научно-исследовательской работы «Обоснование актуализации максимально допустимых уровней содержания кадмия в пищевых продуктах, в том числе ядре подсолнечника, халве и козинаках».

Кроме того, как отметил председатель концерна, все еще не урегулирован вопрос по шоколадной глазури – один из самых долгоиграющих.

На получение Знака качества от производителей поступило уже более 600 заявок

Тему качества продолжила **Елена Моргунова, председатель Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь, доцент, к.т.н.**, сделал акцент на том, что качество – залог конкурентоспособности и экономического развития Беларуси.

Елена Михайловна рассказала о **Государственном знаке качества**, учрежденном Указом Президента Республики Беларусь в начале 2024 года. Порядок



Елена Моргунова: «Производители, продукция которых получит Государственный знак качества, получит ряд преференций. В частности, возможность нанесения соответствующего знака на маркировку в течение двух лет, использование его в рекламных материалах, при участии в выставках и различных международных мероприятиях».

присвоения Знака определен постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 224 от 29.03.2024 г.

– Борьба будет довольно серьезная, заявок очень много – более 600 по республике, – подчеркнула **Елена Моргунова**. – Госстандарт совместно с другими ведомствами будет обосновывать возможность присуждения данного знака конкретному товару (продукции). Основное требование – соответствие 5 критериям: безопасность, технологичность, инновационность, экологичность и эстетичность продукции. За каждый критерий отвечает определенный государственный орган. По безопасности будет оценивать Госстандарт. По экологичности – Министерство природных ресурсов и охраны окружающей среды. По инновационности – Государственный комитет по науке и технологиям. По технологичности – отраслевое министерство (для кондитерских изделий – концерн «Белгоспищепром»). А эстетичность будут оценивать потребители, участвуя в онлайн-голосовании. Все данные поступят в республиканскую комиссию, которую будет возглавлять Премьер-министр Республики Беларусь.

Производители, продукция которых получит Государственный знак качества, получит ряд преференций. В частности, возможность нанесения соответствующего знака на маркировку в течение двух лет, использование его в рекламных материалах, при участии в выставках и различных международных мероприятиях.



Кондитерская отрасль – это перспективы и... сказка

Кондитерская отрасль – одна из самых перспективных и в системе Потребкооперации. Рассказывая об этом, **Виктор Королев, заместитель председателя правления Белкоопсоюза**, отметил, что объем производства кондитерских изделий на предприятиях организации – порядка 6800 тонн, ассортимент насчитывает около 1000 наименований и постоянно расширяется и совершенствуется. Добавляются новые изделия, вкусы, элементы декора. Притом что анализ спроса показывает устойчивый интерес к изделиям, разработанным еще в советском прошлом.



– Особое внимание уделяется развитию производства замороженных готовых кондитерских изделий и полуфабрикатов – это позволяет обеспечить стабильное качество изделий и увеличить срок годности продукции. В ближайшей перспективе ставится задача внедрить технологию производства изделий со сниженной калорийностью и повышенной биологической ценностью за счет замены в рецептуре пшеничной муки на нуттовую, рисовую, льняную, ячменную, кукурузную, – рассказал о планах Виктор Королев.

– Кондитерская отрасль – это отрасль-сказка, что придает ей особый шарм. И мы с удовольствием работаем с нашими кондитерскими предприятиями, – отметил **генеральный директор РУП «НПЦ НАН Беларуси по продовольствию» Алексей Мелещенко**. – Спасибо технологам, всем специалистам, которые работают с нами. Такое взаимодействие позволяет получать наилучший результат.

Начальник главного управления перерабатывающей промышленности Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь Вадим Побединский отметил, что для хлебозаводов выпуск кондитерской продукции – дело прибыльное. К примеру, если у хлебозавода мучные кондитерские изделия составляют 24%, но в структуре прибыли у них с хлебобулочными изделиями практически равные показатели.

Лидеры по выпуску мучных кондитерских изделий среди организаций хлебопекарной промышленности – ОАО «Берестейский пекарь» (24%), ОАО «Витебскхлебпром» (17%), ОАО «БКК «Домочай» (15%), ОАО «Гроднохлебпром» (14%).

«Перспектива на американском рынке в общем есть, но для тех, кто любит рисковать...»

Расширение экспорта – тема, которая актуальна как для белорусских, так и для российских производителей. Опыт работы на рынке США поделился **Сергей Щедрин, председатель правления НСХ, председатель совета директоров КБК «Черемушки»**.



Интерес, по словам Сергея Анатольевича, представляет не вся Америка, а русскоговорящие ее жители, коих там насчитывается около 5 млн (1,52%). Это русские, украинцы, белорусы и другие национальности бывшего СССР. Живут они в основном в Калифорнии (750 тыс. «русских американцев»), Нью-Йорке (620 тыс.). А также в таких штатах, как Флорида (250 тыс.), Пенсильвания (213 тыс.), Нью-Джерси (197 тыс.), Вашингтон (158 тыс.), Иллинойс (140 тыс.), Массачусетс (122 тыс.).

– В оригинальных американских сетях российская продукция практически не представлена. Там можно найти условно русские продукты, но ни одной истории их успеха на американском рынке я не знаю. Хотя ходят слухи, что мексиканцы очень любят орехи со сгущенкой. В Америке достаточно развито собственное производство и кондитерских изделий, и хлебобулочных.

С точки зрения логистики все транспортные пути из России ведут на восточное побережье, – рассказал Сергей Анатольевич. – Компания, в которой я работаю, балуется (по-другому это назвать нельзя в силу емкости и конкурентного присутствия) поставками замороженного хлеба и кондитерских изделий на американский рынок. Поэтому цифры я назову конкретные. Стои-



Сергей Щедрин: «Если заходить на рынок США сейчас, я бы посчитал затраты на вхождение весьма рискованными. Поэтому перспектива в общем есть, но для тех, кто любит рисковать и кому интересно все то, то что неизвестно».

мость доставки в Нью-Йорк (основная точка прибытия на восточное побережье) прямым рейсом в контейнерах из Санкт-Петербурга стоит \$15 тыс. или \$7 тыс., если из Москвы на автомобильном рефрижераторном полуприцепе продукция доставляется в Таллин, а там перегружается в контейнеры. Цена почти в 2 раза меньше, но и надежность другая. Любая перевалка – это риск для хрупкого содержимого.

У нас стоимость контейнера в максимальной своей наполняемости составляет \$40 тыс. Сопровождение одного контейнера в Москве стоит порядка 30 тыс. рублей, и это одномоментная выплата. Контейнер в США отправляем раз в 40 суток, ровно столько же туда плывет.

Стоит ли овчинка выделки? **Сергей Щедрин** отмечает, что 5 миллионов потенциальных покупателей – это половина Беларуси или четверть Москвы. Перспективы в любом случае есть.

– В данном случае я бы сказал, что этот рынок достоин внимания и интегрально он все же несколько легче, чем европейский. Но там больше количество нормативов, которых у нас нет. И конкуренция.

Так называемые русские продукты представлены в американских магазинах и польскими, и чешскими, и израильскими производителями. А американцам большой разницы нет, сделано это в Литве, Польше или России.

Любопытный факт в отношении контрольных мероприятий. Вот мы поставляем, например, на американский рынок торт тирамису. И на нем пишем, что его можно есть только лицам, достигшим 21 года. В Америке интересное регулирование спиртного в составе кондитерской продукции. И в разных штатах разные его нормы. И если ты попался, то проблем будет очень много. Вопрос репутации там очень высок.

На мой взгляд, самая основная проблема этого рынка не в том, что он относительно небольшой, а в том, что он не очень надежный в настоящий момент. Тратить деньги на продвижение продукта, подрабатывать его под американские с непонятной перспективой – рискованно. Мы поставляли до февраля (2022 года. – **РЕД.**), понимали эти правила. Но если заходить на этот рынок сейчас, я бы посчитал затраты на вхождение весьма рискованными. Поэтому перспектива в общем есть, но для тех, кто любит рисковать и кому интересно все то, то что неизвестно.

«В ближайшие годы будет расти предложение по молочному шоколаду»

Одна из самых актуальных проблем производителей шоколадных изделий – цена на какао-бобы. Рассказывая о развитии и инновациях на **СОО «Коммунарка»**, генеральный директор предприятия **Сергей Ануховский** подробно остановился не просто на этой проблеме, но и на возможностях ее решения.



По его словам, в ближайшие 2–3 года будет расти предложение по молочному шоколаду, потому что он содержит меньше какао, а горький шоколад перейдет из среднего ценового сегмента в высокий.

В 2022 году на «Коммунарке» стартовал важнейший инновационный проект, который позволит обеспечить потребность в какао-продуктах других предприятий пищевой отрасли, нарастить объемы производства и увеличить экспорт какао-продуктов отечественного производства, увеличить долю рынка в категории «шоколад и конфеты»; занять новые ниши в категории «печенье, вафли, карамель».

Кроме участка по переработке какао-бобов, в проект включено строительство линий по производству шоколада, конфет со сложными корпусами, печенья и вафель, сложносоставной карамели, а также закрытой смотровой площадки для проведения экскурсий, магазина и кофейни, логистического комплекса.

Что сделано на данный момент? Часть оборудования для переработки какао-бобов стоимостью более 22 млн рублей уже закуплена, получено разрешение на проведение проектно-исследовательских работ. Ведется разработка архитектурного проекта, готовятся под снос ветхие постройки. Запуск первых производственных линий планируется в 2026 году с объемом производства 32 тысячи тонн в год.

«Если продвигать белорусскую продукцию на российском рынке, то надо продвигать под эгидой качества»

Алексей Медведев, генеральный директор АО **КО «Любимый край»** имеет право как никто другой говорить о кондитерском братстве Беларуси и России (как это было заявлено в теме его выступления). Ведь два года назад был создан прекрасный прецедент сотруд-



ничества, объединивший российского производителя овсяного печенья и белорусскую кондитерскую фабрику «Слодыч».

Рассуждая на эту тему, **Алексей Медведев** подчеркнул, что братство отличается от дружбы тем, что друг может внезапно стать врагом, а брат – это навсегда. И рассказал, чему научили его два года работы с белорусскими коллегами.

– У вас нам надо поучиться. Вот вы объявили Год качества. Это не значит, что до этого с качеством у белорусских производителей были проблемы. Ведь стандарты качества либо есть, либо их нет. В Беларуси есть. В России, к сожалению, с качеством есть определенные проблемы. Это касается не только продукции, но и отношений, договоренностей и всего-всего. Это основная причина, почему мы не смогли найти контрактное производство в России.

Удивляет, что в Беларуси по сравнению с Россией потрясающе квалифицированные кадры. У нас кадровый голод ощущается на высоком уровне – народу много, но квалифицированных кадров очень мало. У нас сейчас сложности и с теми, кто непосредственно что-то руками делает, и с руководящими кадрами.

На нашем предприятии при устройстве на работу все проходят через производство, независимо от должности, чтобы не было разрыва между теми, кто производит, и кто руководит. В результате у всех есть понимание, насколько тяжелым трудом достается печенье, люди начинают сильнее ценить труд своих соратников. В результате у нас даже списания продукции снизились существенно.

Все знают, что в России есть определенное восприятие продукции белорусских производителей – это по определению качественно, вкусно и при этом дешево. И при этом понятно, что если продвигать белорусскую продукцию на российском рынке, то надо продвигать под эгидой качества. Сейчас все хотят покупать качественные продукты, не хотят суррогат.

Уже 2 года мы работаем с нашими белорусскими партнерами. Мы начали сотрудничество с самой



Алексей Медведев: «На нашем предприятии при устройстве на работу все проходят через производство, независимо от должности, чтобы не было разрыва между теми, кто производит, и кто руководит. В результате у всех есть понимание, насколько тяжелым трудом достается печенье, люди начинают сильнее ценить труд своих соратников».

сложной, на мой взгляд, кондитерской компанией. «Слодыч» – это крепкие хозяйственники и непростые в переговорах ребята. Теперь мы друзья, и очень гордимся этим отношением, ценим и бережем его. Начали мы со сложного проекта, с детского печенья, выпустили его больше года назад, сейчас даже в Америке оно продается. С помощью в том числе и белорусских партнеров мы ставим себе амбициозные цели – сейчас мы занимаем 6-е место на внутреннем рынке по мучным кондитерским изделиям, а к 2030 году хотим на третье место выйти.

Алексей Медведев обратил внимание, что у компании «Любимый край» как крупного производителя есть и слабая сторона – ограничение по производимому ассортименту, а сильная – хорошие возможности по дистрибуции в России. У белорусских компаний, напротив, развитый ассортимент, но слабая дистрибуция в соседней стране.

– Объединив свои сильные стороны, мы открываем пути к развитию, – подчеркнул А. Медведев.

Своими партнерами он сегодня называет не только «Слодыч», но и «Спартак», «Красный пищевик». И к продаже готовятся новые виды продукции: детское печенье от 3 лет, вафельные трубочки, рулетики, мини-вафли. В разработке – сахарное печенье 3 SKU, линейка премиум-шоколада.

Александр Атланов, директор крупного хлебопекарного предприятия «7 печей», известный в России эксперт и профессионал хлебопекарной отрасли, поддержал Алексея Медведева, эмоционально выступив «вне программы».



Тенденция рынка: опытные производители выходят на новые ниши

Между тем в России активно развиваются продажи кондитерских изделий не на рынках, а в хард-дискаунтерах и онлайн. Об этом как об одном из основных трендов кондитерского рынка напомнила **Александра Гордеева, руководитель группы по работе с клиентами «Нильсен».**



Глобальных изменений в аналитике отмечено не было. Все также развитие ассортимента двигает динамику продаж в большинстве категорий кондитерских изделий. А рост онлайн-продаж кондитерских изделий уже почти в 5 раз опережает темпы офлайн-рынка.

На волне роста популярности шоколадных батончиков, как заметила Александра, происходит развитие новых игроков, предлагающих потребителю альтернативу, но при этом спрос растет и на существующие бренды.

Новые бренды начинают конкурировать со старыми, а существующие игроки выходят в новые для себя ниши. Примеры: «Коломенский», у которого 7% в структуре продаж составила доля новых категорий кондитерских изделий (*зефир, пастила, развесное сладкое печенье*); у Goodmix (Nestle) эта доля составила 15% (*хлопья для завтрака, ассорти шоколадных конфет, развесной шоколад*), а у турецкой Alpella (Yildiz) – 40% (*торты и круассаны, вафли в шоколаде*).

Как выбрать правильное масло, жир, маргарин

Один из факторов, который существенно может повлиять на сроки годности кондитерских и хлебобулочных изделий, – состав маргаринов и жиров.

На этом акцентировала внимание **Светлана Бабичева, технолог компании «Эфко»**, которая много лет занимает позицию ведущего российского производителя маргаринов и жиров специального назначения. Светлана Геннадьевна рассказала, как правильно подобрать жир для производства разных видов продукции – сдобы, слоеных изделий, кремообразных масс и т.д. На что ориентироваться в выборе с учетом особенностей хранения и транспортировки продукции.

«Эфко» предлагает рынку качественные и проверенные ингредиенты, а также уникальные технологические решения.

Лидер маслопереработки в России – компания «Русагро» – представила на симпозиуме в Минске не только свое высокоолеиновое подсолнечное масло, отвечающее трендам ЗОЖ, но и нового сотрудника **Ярослава Русагровича**, созданного искусственным интеллектом. Пока такие персонажи – редкость даже в передовых компаниях, но не исключено, что придет время и они станут привычной реальностью. Во всяком случае, рассказывать о продукте у Ярослава Русагровича получается хорошо.

А если серьезно, люди остаются главной ценностью как на «Русагро», так и на любом предприятии, так или иначе причастном к производству кондитерских изделий, где важно закладывать не только правильные ингредиенты, но и правильные эмоции.

Организаторы симпозиума:

Концерн «Белгоспищепром»



Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь



Госстандарт



Журнал ПЕКАРЬ И КОНДИТЕР
Baker & Confectioner

Соорганизатор симпозиума:



Национальный Союз Хлебопечников

При поддержке:



БЕЛОРУССКАЯ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА



БЕЛКОПСОУЗ



БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПИЩЕВЫХ И ХИМИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ

Ключевой партнер:



Генеральный партнер:



Официальные партнеры:



ЛЮБИМЫЙ КРАЙ.



Отель-партнер:



ПРЯНЫЙ ДОМ

Александра Андреева