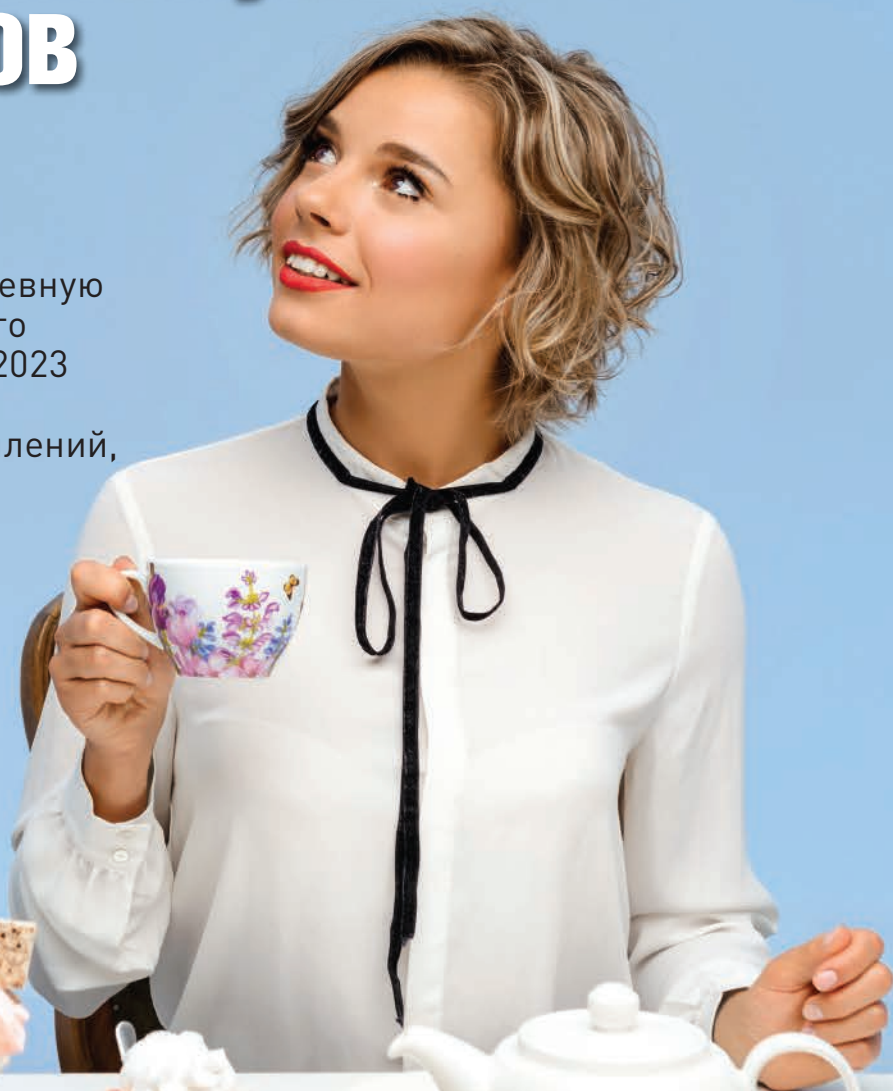


Потребители выбирают дискаунтеры. Бесконечные возможности рапсового масла и другие важные темы симпозиума кондитеров

Просто удивительно, какое количество совершенно разноплановых вопросов удалось уместить в двухдневную программу Международного симпозиума кондитеров – 2023 в Минске. Многие темы – и информация для размышлений, и руководство к действию.



Структура потребительского спроса кондитерских изделий в разрезе категорий



За сладостями белорусы все чаще идут в дискаунтеры

Предпочтения белорусских потребителей в выборе кондитерских изделий исследовали в торговой сети «Евроопт». Рассказывая о результатах, *начальник отдела закупок продовольственной группы товаров торговой сети Антон Хорило* отметил, что усредненный портрет покупателя кондитерских изделий – это женщина в возрасте от 45 до 58 лет. Покупка сладостей для детей и внуков на первом месте, для себя – на втором, а на третьем – для подарков или комплиментов к праздникам.



География сладкоежек. Она довольно предсказуема. Покупают больше всего кондитерских изделий там, где численность населения самая большая: Минск – 26%, Минская область – 17%, Гомельская область – 14%, остальные области – от 10 до 12%.

Структура потребительского спроса. Здесь, по словам Антона Хорило, произошло перераспределение долей в сторону сахарных кондитерских изделий на 1% (76% на 1 квартал 2023 г.). На 2,5% вырос спрос на шоколадную пасту. Остальные виды кондитерских изделий без изменений.

Потери. Больше всего они заметны по конфетам в коробках, что объяснимо ограничением ввоза этой продукции из европейских стран (их доля составляла 32%). По этой причине снизилась на 3,8% доля печенья, но выиграли от этого пряники – они выросли на 2,8%.

Формат продаж. Одним из ключевых становится дискаунтер. Его аудитория – покупатели, которым цена важнее всего. У дискаунтеров доля в товарообороте прирастает, у гипермаркетов сокращается. Увеличивается в дискаунтерах и вес средней покупки – он в 1,5 раза выше, чем в других форматах. В остальных он снижается в пользу разового потребления. Анализ потребительских предпочтений в дискаунтерах показал, что по сравнению с прошлым годом увеличилась



Антон Хорило: «Одним из ключевых становится дискаунтер. Его аудитория – покупатели, которым цена важнее всего. У дискаунтеров доля в товарообороте прирастает, у гипермаркетов сокращается».

лояльность покупателей к брендам белорусским (рост потребления с 32 до 36%) и российским (с 24 до 26%). Все чаще покупатели хотят видеть на полках дискаунтеров крупные бренды.

Выводы: доля сахарной продукции в общем объеме кондитерских изделий увеличивается; покупательский поток перераспределяется из гипермаркетов в дискаунтеры (это говорит о том, что покупатель хочет приобрести больше за меньшие деньги даже в ущерб качеству, а также о сокращении рекламы и маркетинговой активности); вовлеченность молодого сегмента покупателей низкая (стоит задуматься о привлекательных для них способах покупки – онлайн-технологии и т.д.).

Улучшители масла какао, ароматизаторы для продуктов с настроением и другие новые ингредиенты

Производители ингредиентов предлагают кондитерам новые решения в рецептурах и формах изделий. *Екатерина Хамбалинова, начальник отдела по технологической поддержке продаж специализированных жиров для кондитерской отрасли компании «ЭФКО»*, рассказала о том, что им удалось заменить ряд импортных ингредиентов и создать уникальные продукты. Напри-





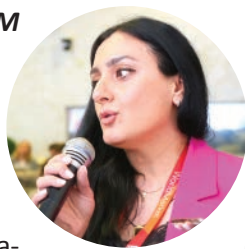
Вардитер Долияня: «Любое кондитерское изделие при желании можно обогатить нотками нового аромата!»

мер, жиры смешанного типа для глазурей, эквивалент масла какао, улучшители масла какао, кристаллизаторы, «барьерные» начиночные жиры. В 2022 году компания запустила завод с полным циклом переработки орехов ши, из которых получают улучшители масла какао, а также эквивалент масла какао, который используется для производства шоколада и глазури. При этом Екатерина Хамбалинова уточнила, что в Беларуси это не будет шоколадной глазурью, так как в Беларуси при производстве шоколадной глазури допускается использование не более 5% эквивалентов или улучшителей масла какао).

Одним из инструментов в воплощении трендов кондитерской отрасли могут быть ароматизаторы.

Вардитер Долияня, руководитель кондитерского направления ООО «ВМ Ингредиентс», рассказала о трендах этого направления: ЗОЖ, MOOD (настроение), ЭКОНО.

Если правильно подобрать качественные ароматизаторы, с их помощью можно обогатить вкусовые ощущения от продуктов, предназна-



ченных для восстановления когнитивных функций, а также веганских и вегетарианских, создать определенное настроение.

Один из трендов – продукты с обоснованием. Например, можно поддержать интерес людей к астрологии, предлагая продукты, вкус и аромат которых соответствует определенному дню недели. Набирают популярность и такие тренды, как «ретро-ремикс» – возврат к прошлому, в связи с чем выпускаются ароматизаторы, с помощью которых можно воссоздать вкус и аромат изделий советских времен; limited edition (аромат пасхальных куличей или других изделий, которые готовились по праздничным поводам), комфорт-фуд (люди хотят привычную простую пищу с интересными вкусами).

Словом, любое кондитерское изделие при желании можно обогатить нотками нового аромата!

Слои торта тоже могут охраняться патентным правом

С тем, что десерты часто превращаются в произведения искусства, согласен **Вячеслав Трофимов, директор УП «Белпатентсервис» БелТПП**. Значит, и изготовитель таких произведений может претендовать на защиту права собственности и авторства. А что на практике? Вячеслав Витальевич сравнил количество «сладких патентов» на изобретение, выданных в Республике Беларусь и Российской Федерации. В Беларуси выдано 34 патента на какао, какао-продукты, из них действует... ноль. В России выдано 2036, из них 1636 действующих.



– Это говорит о том, что владельцы патентов не коммерциализируют свои разработки, – подчеркнул Вячеслав Трофимов и напомнил: – Патент дает защиту от вторжения ваших конкурентов в сферу вашей технологической деятельности. Это возможность помешать им применять аналогичные технологические разработки. Кроме того, патент можно продать за деньги, он может быть предметом залога (правда, только в РФ), предметом лицензионного договора, включен в качестве не денежного вклада в уставный фонд.

Охраняться патентом в «сладкой разработке» может рецептура, способы производства, устройства, товарный знак. На дизайн продукции, упаковки тоже можно оформить права через патенты на промышленные образцы, а еще и авторские права. Чтобы запатентовать технологию изготовления изделия, она должна быть новой, обладать мировой новизной, не быть очевидной для специалиста, обладать критерием «изобретательский уровень» и иметь промышленную применимость.

Вячеслав Витальевич привел в пример реальные объекты патентного права в кондитерской отрасли: состав для приготовления зефира, композиция ингредиентов для получения молочного шоколада, состав сбивной кондитерской массы, способ получения белой кондитерской глазури; барабан дражировочной машины и способ изготовления; торт многослойный медовый и др.

Режим коммерческой тайны может быть распространен на любую информацию, в том числе на секрет производства, т.н. ноу-хау, но есть обязательные ограничения. Если, к примеру, секрет производства распространяется на определенный рецепт, то при соблюдении ряда условий – он нигде не был обнаружен, не опубликован в СМИ, не известен широкому кругу лиц, он представляет действительную или потенциальную ценность для предприятия, к нему нет доступа третьих лиц, сохранен режим коммерческой тайны на предприятии. К примеру, «Кока-кола» хранит тайну своего рецепта более 100 лет и никому не разглашает.

Авторское право может распространяться как на внешний вид изделия, так и на его упаковку, если они являются оригинальными, несут творческий характер, выражены в объективной форме и в них есть новизна.

Чтобы легче было защищать свои права на товарный знак, Вячеслав Трофимов порекомендовал кондитерам при его разработке избегать неохранных элементов (*реалистичное изображение кондитерского изделия, слов «шоколад», «мармелад», «халва», «печенье» и т.п.*) или убирать их на задний план, чтобы они не доминировали.

– Фантазируйте над неохранными элементами, используйте латиницу, характерную графику, – советует Трофимов. – И еще. С рынка уходят зарубежные компании. Регистрируйте на себя прекратившие действие в Республике Беларусь товарные знаки ваших бывших конкурентов. Но подумайте, есть ли в этом необходимость.

Как наука помогает улучшить кондитерские изделия

К выбору продуктов для детей, как показывают исследования, родители относятся особенно щепетильно. Но когда дети делают выбор сами, он далеко не всегда в пользу здорового питания. Медиков беспокоит потребление подрастающим поколением продуктов, содержащих добавленный сахар: тортов, конфет, печенья, газировок и т.д. Поэтому

Наталья Цемборевич, заведующая лабораторией изучения статуса питания населения РУП «НПЦ гигиены» Минздрава РБ, призвала производителей работать над снижением сахара в кондитерских изделиях и подчеркнула, что маркетинг продуктов для детей под пристальным вниманием Минздрава. В частности, разрабатываются ограничения в рекламе продуктов с высоким содержанием соли и сахара, направленных на детей.



А со стороны науки есть наработки, которые помогут кондитерам достичь компромисса между вкусным и полезным. Об инновационных подходах к созданию кондитерских изделий с учетом современных тенденций рассказала **Ксения Гершончик, заведующая сектором кондитерской отрасли РУП «НПЦ НАН Беларуси по продовольствию».**

Основные направления исследований в кондитерской отрасли ведутся в нескольких направ-



Ксения Гершончик:
«Дополнительный бонус для кондитеров – при использовании рапсового масла в производстве продукции в маркировке можно указывать дополнительную информацию «Источник омега-3 жирных кислот»».

лениях: разработка технологий производства кондитерских изделий с повышенной пищевой ценностью (*с содержанием витаминов, пищевых волокон, минералов, белка, омега-3 жирных кислот*); разработка технологий производства специализированных кондитерских изделий, предназначенных для употребления целевыми категориями населения (*детское, диабетическое питание, без добавления сахаров, глютена*); разработка импортозамещающих технологий: растворимое печенье для детского питания, пастильных изделий ускоренным способом, мармелада и жележных конфет на основе модифицированного крахмала, пастильных изделий на основе печеных яблок.



Ксения Николаевна рассказала о перспективах рапсового масла в производстве кондитерских изделий. О пользе этого продукта сказано много. Дополнительный бонус для кондитеров – при использовании рапсового масла в производстве продукции в маркировке можно указывать дополнительную информацию «Источник омега-3 жирных кислот».

– Что касается опасений по поводу эруковой кислоты, они были актуальны более 50 лет назад, когда еще не были выведены сорта с низким ее содержанием, – подчеркнула Ксения Николаевна. – В национальном стандарте и техрегламенте установлено допустимое количество эруковой кислоты в рапсовом масле – 3%, для детской продукции – не более 2%. На самом деле в белорусском рапсовом масле ее содержание не более 1%.

НПЦ по продовольствию провел исследование по рапсовому маслу и с медиками, и с производителями кондитерских изделий. Подтвердилось положительное влияние масла из рапса на здоровье и на вкусовые качества печенья и пряников, которые участвовали в исследовании.

Насколько рапсовое масло способно заменить маргарин, например в печенье? Ответ на этот вопрос был получен в результате проведенных совместно с фабрикой «Спартак» исследованиях. В сахарном печенье оптимальна замена 60% маргарина на рапсовое масло, в сдобном – до 30%.

3-й Международный симпозиум кондитеров – FOOD PROM CONFECTIONERY – 2024 – пройдет в Минске с 22 по 24 мая 2024 года – под знаком качества! Приглашаем к участию и партнерству!