MARGO

НМЖК
группа компаний

Лето

NEWS

2015 г.

Время для инноваций

Бесплатный звонок по России 8-800-250-0007

Маркетинг +7 (831) 275-63-31

Технологическая поддержка +7 (831) 275-60-97

Продажи Россия +7 (831) 275-47-00

Продажи Украина +38 (048) 734-64-73

Продажи Казахстан +7 (727) 334-21-02

Продажи Восточная Европа
и Центральная Азия +7 (831) 275-66-89

www.nmgk.ru

MARGO

С днём рождения, любимый бренд!

ОГЛАВЛЕНИЕ

Актуально

Новости

В этой рубрике читатели MARGO NEWS найдут ответы на вопросы: Как соблюсти баланс между натуральностью продукта и его функциональностью? Что такое «чистая этикетка»? Должна ли реклама дорого стоить? Что такое кросс-маркетинг? Можно ли готовить кондитерские изделия на пару?

6 Новости отрасли
7 Новости MARGO
8 Кому нужна чистая этикетка?
10 Должна ли реклама стоить дорого?
12 Союз пользы, вкуса и технологий

Все о главном

Инновационные разработки: от идеи до воплощения

Как разрабатываются инновационные продукты, какие стадии воплощения проходят, что за люди трудятся над их созданием, чем на сегодняшний день «НМЖК» может удивить своих клиентов B2B направления? В этой рубрике вы найдете ответы на эти и многие другие вопросы.

14 Инновационные разработки: от идеи до воплощения
18 Личный кабинет клиента – надежно, просто, комфортно
20 Жир для фритюра: традиции и инновации

Акцент на личности

Блиц-опрос

Что «НМЖК» как работодатель ценит в своих сотрудниках, какие качества помогают людям построить свою карьеру в ГК «НМЖК»? Ответы на эти вопросы мы попросили дать некоторых руководителей нашей компании.

24 Блиц-опрос

Энциклопедия технолога

Вкусно! Полезно! Экономично!

Могут ли кондитерские изделия быть не только вкусными, но и полезными? Секретами мастерства с читателями MARGO NEWS делятся инженеры-технологи Светлана Александровна Гладкова и Николай Алексеевич Васильев.

26 Вопрос – ответ
28 Вкусно! Полезно! Экономично!

MARGO Clean Label

Полезное MARGO

Узнайте больше о маргаринах MARGO серии Z-ноль. Выбирайте ингредиент, подходящий для вашего предприятия, берите на вооружение идеи MARGO.

32 Маргарин для выпечки Z020
34 Маргарин для слоеного теста Z025

Секрет ингредиента

«Дилактин-S» для кондитеров и не только

Область использования этой добавки чрезвычайно широка. Она одинаково успешно применяется как в кондитерской промышленности, так и в мясоперерабатывающей и рыбоперерабатывающей отраслях. Узнайте больше в этой рубрике MARGO NEWS.

36 «Дилактин-S» для кондитеров и не только…

Коротко о важном

«Через кризис - к успеху!»

Об уникальном антикризисном предложении ГК «НМЖК» мы поговорили с директором Департамента продаж ключевым клиентам ГК «НМЖК» Пановой Мариной Олеговной.

38 Через кризис – к успеху!

Если вы не получили предыдущий номер журнала, позвоните по телефону +7 (831) 275-65-32 или отправьте запрос по адресу b2b@nmgk.ru, и в течение одного рабочего дня вы получите электронную версию журнала.

Руководитель проекта: Осташова Н.Р.
Рабочая группа: Александрович М.И., Колыхалова А.В.

Уважаемые коллеги и партнеры!

Сейчас, когда в кондитерской промышленности полным ходом идет подготовка к новому сезону, производителям важно быть на волне актуальных рыночных тенденций, чтобы удовлетворить и превзойти ожидания своего клиента, повысив уровень его доверия. Сделать это в условиях современного бизнеса сложно и из-за разнообразия предлагаемого магазинами ассортимента, и из-за избирательности покупателя, сочетающейся с желанием сэкономить. Однако найти оптимальный баланс все же возможно.

Наша компания пристально следит за последними изменениями в развитии пищевой промышленности России и стран дальнего и ближнего зарубежья. Руководствуясь итогами многих исследований, мы можем с уверенностью сказать, что самыми актуальным и перспективными векторами развития на сегодняшний день являются направления в рамках принципов здорового питания.

В преддверии нового сезона мы не могли обойти стороной эту тему и готовы поделиться со страниц MARGO NEWS своими наблюдениями, идеями и инновационными разработками в данном направлении. Уверен, что каждый из вас сможет найти в летнем выпуске что-то интересное и полезное для себя.

Приятного чтения и новых идей для развития бизнеса.

С уважением,
заместитель ген. директора
по маркетингу и продажам
весовой продукции
Александр Иванов

Рекламно-информационная брошюра АО ТД «НМЖК»
Официальным поставщиком товаров ТЗ MARGO является АО ТД «НМЖК»

Импорт продуктов упал втрое

Темпы продовольственного импортозамещения в России замедляются из-за падения в стране платежеспособного спроса на продукты питания. Из-за этого сокращается импорт продуктов из «несанкционных» стран. Так, ввоз продуктов в РФ только за январь-май 2015 года сократился более чем втрое, в том числе из «подсанкционных» стран - почти втрое. Дело в том, что часть сельхозпродукции из этих стран ввозится в РФ через зарубежные территории США, Великобритании, Франции, Голландии, Испании (эти районы не включены в единую таможенную территорию США или Европейского союза). Потому и нет стопроцентного прекращения «подсанкционного» импорта.

В то же время на 60% упал импорт продуктов из других стран и территорий. Особенно мясных, рыбных, молокосодержащих изделий и овощей. Эта тенденция резко усилилась с декабря прошлого года. «Снижение импорта из стран, против которых не действуют санкции, произошло из-за сокращения потребления продовольствия и слабого курса рубля, вызвавшего подорожание продуктов, прежде всего импортных. Реальное импортозамещение, по оценкам Центра международной торговли и Института торговой политики ВШЭ, наблюдается в производстве мяса домашней птицы (в январе-апреле 2015 года рост на 12,7%) и сыров (рост на 29,5%).

Ввиду падения внутрироссийского спроса трейдеры частично переориентировались на более дешевые позиции: в физическом объеме импорт сократился на 35%, а в стоимостном - на 53%.

Однако дорожают практически все компоненты производства продовольствия, включая тарно-упаковочные материалы. «Сырье для производства полимерной упаковки для продуктов питания с декабря подорожало как минимум наполовину, - пояснил «РГБ» Денис Дикин, коммерческий директор ДПО «Пластик». - А эта динамика тоже включается в конечную цену продтоваров. В такой ситуации многие производители тары и упаковки вынуждены «сдерживать» свои программы по повышению качества и расширению ассортимента».

Источник: Российская газета

Российские сельхозпроизводители просят расширить список продуктов, попавших под продовольственное эмбарго

Под запрет могут попасть некоторые виды кондитерских изделий, в частности шоколад. Об этом заявил в кулуарах Петербургского международного экономического форума руководитель Россельхознадзора Сергей Данкверт. «Речь, в частности, идет о синтетических кишечных оболочках — это высокотехнологичное производство, которое надо развивать у себя», — заявил господин Данкверт (цитата «Интерфакса»). Кроме того, по его словам, есть предложения и об ограничении поставок некоторых видов кондитерских изделий, в частности шоколада. Это, отметил глава Россельхознадзора, «имеет смысл для поддержки отечественных производителей».

О том, что Россия сохранит действие продуктового эмбарго в случае продления санкций со стороны Евросоюза, уже предупредили российские чиновники. Более того, перечень запрещенной к ввозу продукции может быть расширен. Запрет на ввоз шоколада может стать одной из таких мер.

Напомним, шоколад, как и кофе, злаки, мучные кондитерские изделия, в том числе пирожные и печенье, а также все продукты из какао, не попали в перечень запрещенной к ввозу из США, Канады, ЕС, Норвегии и Австралии в Россию продукции, утвержденный правительством РФ в августе прошлого года.

WWW.FOODSET.RU

Правительство РФ утвердило Правила формирования и ведения Единого реестра проверок

Документ направлен на установление открытости сведений о проводимых органами контроля (надзора) проверках хозяйствующих субъектов. В частности, в Едином реестре проверок должна содержаться информация о:

- проверке и органе контроля, который ее проводит;
- юридическом лице или ИП, в отношении которых она проводится;
- результатах, принятых мерах по результатам контрольного мероприятия;
- исполнении или обжаловании результатов проверок.

При этом с момента начала проведения проверки вся информация о ней будет отражаться в единой системе и будет доступна в форме открытых данных. На формирование и ведение Единого реестра проверок уполномочена Генеральная прокуратура РФ.

Новые правила начнут действовать с 1 июля 2015 года – при осуществлении федерального государственного контроля (надзора), с 1 июля 2016 года – при осуществлении федерального государственного контроля (надзора) органами исполнительной власти субъектов РФ и регионального государственного контроля (надзора), с 1 января 2017 года – при осуществлении муниципального контроля.

Предполагается, что формирование Единого реестра проверок позволит широкой общественности судить о правомерности действий или решений органов контроля и проверяемых лиц, а также эффективности контрольных мероприятий.

WWW.GARANT.RU

Конкурс «Ингредиент года 2015»: снова первые!

На конкурсе «Ингредиент года 2015», состоявшегося 17 марта 2015 года в рамках 18-й Международной выставки пищевых ингредиентов Ingredients Russia, Нижегородский масло-жировой комбинат завоевал две золотые и одну серебряную медали. Все три продукта, заявленные на участие в конкурсе, стали его призерами. Специализированный маргарин для слоеного теста Z025 получил золото в номинации «Инновационный продукт: Разработка». Специализированный маргарин для выпечки Z020 награжден серебряной медалью в той же номинации. Жир жидкий для фритюра K800 (V) признан победителем конкурса в номинации «Инновационный продукт: Производство» и удостоен золотой медали. Надо заметить, что все три продукта разработаны как ингредиенты для здорового питания и не содержат в своем составе трансизомеров жирных кислот. Кроме того из рецептуры указанных маргаринов полностью выведены все пищевые добавки с индексом «Е».

Депутаты Нижегородской области отметили успешную работу НМЖК по охране окружающей среды

В апреле текущего года на территории АО «Нижегородский масло-жировой комбинат» в Нижнем Новгороде состоялось выездное совместное совещание комитета по экологии Законодательного собрания Нижегородской области и комиссии по экологии городской Думы Нижнего Новгорода. В ходе заседания была отмечена большая работа, проделанная компанией в области охраны окружающей среды — в частности, в области охраны атмосферного воздуха. В ходе заседания были рассмотрены успешные кейсы, которые могут быть реализованы и на других промышленных предприятиях. В ходе заседания заместитель генерального директора Андрей Ковалев отметил, что в компании комплексно подходят к решению задачи по охране окружающей среды. Принят ряд управленческих решений, внесены изменения в рецептуру продукции, установлено новое оборудование, произведена модернизация действующих линий. Благодаря этому было минимизировано воздействие деятельности комбината на окружающую среду.

Новые продукты ГК «НМЖК» — новые возможности для вашего производства

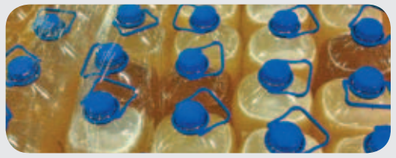
Специалисты Центра разработок и внедрения ГК «НМЖК» разработали два вида специализированных жиров для кондитерской отрасли.

Название	Общее назначение
Продукт жировой твердый для кондитерской отрасли F203	Предназначен для изготовления кремовых украшений на торты и пирожные с использованием молочно-сахарных сиропов, также применяется для изготовления суфле для тортов, пирожных и конфет «Птичье молоко», для мучных кондитерских изделий премиум-класса.
Продукт жировой твердый для кондитерской отрасли F202	предназначен для приготовления печенья курабье, песочного печенья различных видов, песочных полуфабрикатов, пирожных и других кондитерских изделий.

Уникальность данных продуктов состоит в том, что использование их в рецептуре обеспечит производителям кондитерских изделий снижение себестоимости конечных изделий до 20% при сохранении высокого качества продукции.

ГК «НМЖК» вошла в перечень системообразующих предприятий РФ

Нижегородский масло-жировой комбинат вошел в перечень системообразующих предприятий, утвержденный Правительством РФ. Перечень содержит 199 организаций, прибыль которых формирует более 70% совокупного национального дохода, а численность занятых составляет более 20% от общего количества занятых в экономике. Включение предприятия в перечень системообразующих означает, что компания сможет претендовать на получение госгарантий, которые будут предоставляться на осуществление инвестиционных проектов либо на иные цели, включая финансирование реструктуризации кредитов.



Жир жидкий для фритюра K800(V) в новой упаковке

Жир жидкий для фритюра K800 (V) теперь разливается в 5-ти литровые ПЭТ бутыли (масса нетто 4 300 г). Использовать данный продукт в такой упаковке теперь намного удобнее. При этом традиционная форма фасовки в BIB упаковку по 10 кг. и пластиковые ведра по 10 кг. также остается возможной.

Кому нужна чистая этикетка?

ОСТАШОВА Нэля Робертовна

Читаете ли вы состав продуктов питания, прежде чем совершить покупку? С этим вопросом журналисты MARGO NEWS обратились к покупателям нескольких сетевых магазинов. В общей сложности было опрошено более 350 человек. Выяснилось, что 60% покупателей всегда читают состав продукта, прежде чем совершить его покупку, 30% делают это периодически из любопытства, отдавая предпочтение продуктам с наиболее простым составом. Исходя из этого, можно сделать вывод, что 90% покупателей важно приобретение безопасного натурального продукта, с наименьшим содержанием Е-кодов.

К сожалению, такие продукты, да еще по приемлемой цене, на современных прилавках найти очень сложно. Об этой неудовлетворенности своего покупательского спроса говорили почти 85% опрошенных.

На сегодняшний день тенденция обращения покупателей к натуральным и здоровым продуктам наблюдается не только в России, но и во всех странах дальнего и ближнего зарубежья. Люди хотят употреблять в пищу продукты, сделанные из понятных и полезных ингредиентов, особенно это важно в отношении продуктов питания, предназначенных для детей.

Почему ниша с «экологически чистыми» продуктами питания до сих пор остается достаточно свободной? Что может предложить ГК «НМЖК» производителям мучных кондитерских и хлебобулочных изделий, чтобы они могли успешно развиваться в этом направлении? С этими вопросами мы обратились к директору департамента маркетинга весовой продукции Осташовой Нэле Робертовне.

— Нэля Робертовна, как вы можете прокомментировать результаты проведенного нами опроса? Почему пищевая промышленность не может удовлетворить покупательскую потребность в продуктах с минимальным содержанием Е-кодов и «непонятных» ингредиентов?

— Сложившаяся ситуация довольно традиционна для нашей страны и мира в целом. Последние десятилетия велась огромная работа по решению вопросов увеличения сроков годности, удешевления рецептуры, но при этом улучшения структуры и вкусовых качеств продуктов питания. На решение этих задач были потрачены силы и время ведущих мировых химиков, инженеров и кондитеров-технологов, которые успешно справились с поставленными задачами. Однако статистические данные, отражающие скачок сердечно-сосудистых заболеваний, заболеваний аллергического характера, ожирения и многих других, заставили общественность обратиться к составу, который получили данные продукты. И утверждение, что человек – это то, что он ест, снова оказалось актуальным, как никогда.

Так как этот вопрос очень важен, СМИ и Интернет, активно пропагандируя здоровый образ жизни, «учат» потребителей обращать внимание на состав продуктов питания, которые они приобретают. Современный покупатель знает о Е-кодах, трансизомерах и насыщенных жирах в разы больше покупателя даже десятилетней давности. Именно поэтому производителям мучных кондитерских изделий сейчас особенно важно «очистить» свою этикетку, чтобы завоевать доверие потребителей и повысить уровень своих продаж.

— Так в чем возникает сложность, чтобы сделать этикетку «чистой», сделав свои продукты максимально полезными?

Результаты опроса: «Читаете ли вы состав продуктов питания, прежде чем совершить покупку?»

Вариант ответа	Количество ответивших	Соотношение в %
Да, всегда	214	60
Иногда, из любопытства	113	31
Никогда не читаю	6	2
Смотрю не на состав, а на цену	24	7
Всего опрошено	**357**	

— Дело в том, что натуральные ингредиенты ведут к существенному удорожанию рецептуры продукта, не обеспечивая ему длительных сроков годности. Кроме того, современные потребители привыкли к безупречным вкусовым качествам и структуре продуктов питания и хотят получить натуральный продукт, но с сохранением всех свойств, которые придают ему Е-коды и консерванты, иначе он может показаться просто невкусным и непривлекательным.

— Неужели нельзя соблюсти баланс между натуральностью и дополнительной функциональностью продукта?

— В современной промышленности сделать это достаточно сложно. Сейчас легче изобрести новую пищевую добавку, чтобы решить определенную технологическую задачу, нежели так подобрать натуральные ингредиенты, чтобы в комплексе они давали желаемый результат.

Специалисты нашей службы разработок и внедрения сделали практически невозможное и выпустили на рынок линейку специализированных маргаринов, не содержащих в своем составе эмульгаторы, консерванты и другие добавки с индексом «Е».

— Нэля Робертовна, расскажите поподробнее о маргаринах без Е-кодов.

— Это специализированные маргарины так называемой серии «Z-ноль»: маргарин для слоеного теста Z025, маргарин для выпечки Z020 и маргарин для кремов Z018. Уникальность этих маргаринов в том, что их жировая основа подобранна таким образом, что позволяет сохранить все свойства специализированных маргаринов, не используя при их создании эмульгаторов и красителей. Все очень просто: три ингредиента – вода, прошедшая несколько циклов специализированной очистки, жировая основа и натуральный ароматизатор. Такой состав позволяет производителю мучных кондитерских изделий при использовании этих маргаринов максимально снизить число Е-кодов на этикетке, сохранив превосходную структуру продукта. Кроме того, маргарины серии «Z-ноль» находятся в одной ценовой категории с классическими специализированными маргаринами.

Хотела бы остановиться на преимуществах использования данных маргаринов чуть подробнее.

Маргарин для выпечки Z020 ГОСТ 32188-2013 идеально подходит для приготовления кулинарных, хлебобулочных, кондитерских изделий (сдобных, сахарных, заварных сортов печенья, пирожных и др.).

Преимущества

- Оптимален для изготовления продуктов, позиционирующихся для здорового питания, т.к. имеет:
  - оптимально подобранную по жирно-кислотному составу жировую основу;
  - содержание трансизомеров жирных кислот менее 1%;
  - содержание насыщенных жирных кислот менее 35%.
- Продукт прост в использовании: не требуется проводить дополнительных технологических операций, чтобы получить функциональные свойства, аналогичные маргаринам столовой группы.
- Обладает высокими аэрирующими свойствами при взбивании, что обеспечивает получение мучных кондитерских изделий, соответствующих требованиям ГОСТа.
- Придает готовым выпеченным изделиям ровный золотистый цвет.
- Не забивает вкусовую гамму используемых ингредиентов в рецептуре производителя: яйцепродукты, сухое молоко, ваниль и т.д.

Маргарин для слоеного теста Z025 ГОСТ 32188-2013 предназначен для изготовления дрожжевых и бездрожжевых изделий из слоеного теста.

Преимущества

- Оптимален для изготовления продуктов, позиционирующихся для здорового питания, т.к. имеет:
  - оптимально подобранную по жирно-кислотному составу жировую основу;
  - содержание трансизомеров жирных кислот менее 1%;
  - содержание насыщенных жирных кислот не более 60%.
- Сохраняет пластичную консистенцию на всех этапах ламинации.
- Технологический процесс проходит без потерь и отбраковки полуфабрикатов.
- Не вкатывается в тесто, равномерно распределяясь между слоями теста.
- Обеспечивает получение высококачественных слоеных изделий, с высоким подъемом и четко выраженными тонкими слоями.

— Как вы оцениваете перспективность этих продуктов на отечественном рынке?

— Я считаю, что эти продукты очень перспективны и имеют большой потенциал в развитии. Это оптимальное решение по соблюдению баланса «натуральный – функциональный», в котором, как мы уже убедились, нуждаются как потребители, так и прозводители.

Должна ли реклама стоить дорого?

МЕЗИНА
Анна Васильевна

В конце января СМИ сообщали, что на фоне ухудшения экономической ситуации в стране более половины крупнейших российских рекламодателей из различных сфер – от товаров повседневного спроса (FMCG) до банков – намерены сокращать расходы на рекламу в 2015 году. Причем большая часть из них планировала сокращать рекламные бюджеты традиционных каналов связи с аудиторией – ТВ, радио, пресса.

О том, как в современных условиях эффективнее распределить свой маркетинговый бюджет, какие альтернативные способы продвижения своей продукции используют крупные и мелкие производственные компании, какие тенденции в тренде на рекламном рынке, читателям MARGO NEWS рассказала ведущий менеджер по управлению брендами бизнес-направления B2B Анна Васильевна Мезина.

Действительно, как сообщает Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР), объем рекламного рынка в России в первом квартале 2015 года составил около 63,5 миллиарда рублей, что на 17 процентов меньше результата января-марта 2014 года. При этом в сегменте контекстной рекламы в Интернете в январе-марте наблюдался рост на 16 процентов. Это связано прежде всего с тем, что часть крупных и мелких производственных компаний минимизируют свои затраты на рекламные кампании, ограничиваясь лишь собственными информационными ресурсами (собственные сайты, группы в социальных сетях, информация на упаковках и в местах розничной продажи), активно используя интернет-ресурсы специализированных порталов.

Однако стоит заметить, что кроме банальной баннерной рекламы, ставшей классикой в интернет-пространстве, существует множество более бюджетных вариантов для продвижения на данной площадке. Вот несколько из них.

Реклама в блогах

Имеются в виду серверы для размещения рекламы в блогах, сообществах и социальных сетях. Эти серверы предназначены рекламодателям и владельцам блогов. Первые с их помощью продвигают свои сайты, товары или услуги, а вторые, размещая в своих блогах рекламу различного формата, получают за это деньги. Блог – это личный онлайн-дневник, поэтому и всё, что в нём публикуется, пользуется доверием у читателей, конечно, если сам блогер вызывает симпатию. На мой взгляд, размещение рекламы в блогах – это на сегодняшний день очень перспективный вариант рекламы в Интернете, т. к. он подразумевает наиболее «близкий» контакт с потенциальным клиентом. Реклама, размещенная владельцем блога, воспринимается скорее как рекомендация, что, безусловно, повышает ее эффективность. Самым распространённым форматом рекламы в блогах является обзор продвигаемого товара или услуги. Часть блогеров указывает, что обзор рекламный, часть просто выдаёт его за собственное мнение.

Контекстная реклама

Суть контекстной рекламы понятна уже из её названия: рекламные объявления жёстко привязаны к тематике контента, который ищет или просматривает пользователь. Контекстная реклама является одним из самых популярных и эффективных видов рекламы в Интернете.

Реклама в социальных сетях

В наше время социальные сети имеют наиболее высокую пользовательскую активность в Интернете. Однако общение в социальных сетях строится по характерным для данного пространства неписаным законам. Особое внимание следует уделять стилю, в котором пишутся сообщения, он должен быть живым, легким и максимально читабельным. Если поместить в социальных сетях рекламное сообщение, написанное в лучших традициях классической рекламы, оно не принесет желаемого результата.

Еще одно перспективное направление при создании PR-кампании – кросс-маркетинг

Кросс-маркетинг – это эффективный способ продвижения товара (или бренда) на рынок.

Ещё недавно «сделать рекламу» означало – дать рекламу в газете, запустить ролик на телевидении, вывесить яркие баннеры вдоль дороги. Сейчас такая прямая реклама все менее и менее эффективна. Потребители избалованы широким выбором товаров и услуг, поэтому на первый план выходят уровень сервиса, комплексное обслуживание, различные акции и бонусы.

Когда две торговые марки со смежными услугами или товарами пересекаются в одном месте (или проекте) и проводят совместное продвижение своих брендов общими усилиями, это дает максимальный результат, так как это просто, эффективно и экономно.

Кросс-маркетинг бывает тактическим и стратегическим. В стратегический вид кросс-маркетинга входят такие мероприятия по продвижению, которые нацелены на долгосрочные перспективные отношения двух компаний. Примерами такого вида маркетинга могут быть совместные «кроссы» магазинов спортивной одежды и фитнес-клубов, когда покупая спортивную одежду, клиент получает скидочный купон на занятия спортом в определенном клубе. Также кросс-маркетинг бывает тактическим, когда инициаторами выступают две неконкурирующие между собой компании, участвующие в одноразовой кросс-акции. Например, компании, выпускающие кондитерскую продукцию, и производители чая могут продавать свои продукты в одной упаковке, предлагая при этом покупателю определенную скидку. Таким образом происходит некий обмен потребителями, выгодный обеим участницам кросс-акции.

Преимущества, которые дает кросс-маркетинг компаниям-партнерам

- Кросс-маркетинг позволяет оптимизировать рекламный бюджет.
- Кросс-программы привлекают новые целевые потоки.
- Кросс-акции значительно сокращают расходы на рекламу.
- Кросс-брендинг выводит компанию на новый уровень восприятия потребителем.
- Кросс-промоушн развивает новые отношения между разными производителями.

ГК «НМЖК» использует технологии кросс-маркетинга для продвижения своей продукции

ГК «НМЖК» активно развивает это направление и приглашает к сотрудничеству все заинтересованные компании. Маркетологи ГК «НМЖК» готовы подобрать оптимальную кросс-маркетинговую программу, адаптировав её под конкретного партнера. Подобные программы уже запущены с некоторыми крупными производителями оборудования и успешно работают на практике.

Все интересующие вопросы по поводу кросс-маркетинговых акций и кампаний вы можете задать по телефонам: 8–831–275–65–32, 8–831–275–63–31, или написав письмо на электронный адрес: b2b@nmgk.ru

Союз пользы, вкуса и технологий

Ни для кого не секрет, что для того, чтобы изделие было по-настоящему полезным для здоровья, важно не только из чего оно сделано, но и как оно приготовлено. С древнейших времен самой полезной пищей считается пища, приготовленная на пару. Актуальна ли такая еда в современном обществе? Можно ли на пару готовить кондитерские изделия? Какое промышленное оборудование для приготовления лакомств подобным образом предлагают мировые производители? Своим мнением по этим и другим интересным вопросам с читателями MARGO NEWS поделилась ведущий менеджер кондитерского направления компании «Торговый дизайн» Анна Михайловна Пирогова.

ПИРОГОВА Анна Михайловна

Во всех кухнях мира существуют блюда, предназначенные именно для приготовления на пару. Это прежде всего различные изделия из теста с начинкой: узбекские манты, бурятские бозы, корейские пирожки из дрожжевого теста и многочисленные китайские пельмени. Традиционный способ приготовления кускуса также предусматривает использование своеобразной пароварки.

Почему еда, приготовленная на пару, так популярна?

Дело в том, что продукты, приготовленные таким образом, не теряют витамины и полезные вещества, полностью раскрывают свой вкус, выглядят яркими и здоровыми.

Блюда, приготовленные на пару, помогают побороть лишние килограммы, преждевременную старость, сохраняя человеку здоровье и бодрый вид. Некоторые диетологи считают, что приготовленный на пару хлеб легче переваривается, чем печеный.

Хлебобулочные изделия. Особенности приготовления на пару

В Китае приготовленные на пару разнообразные хлебобулочные изделия очень популярны: на юге страны – булочки бао, наполненные сладкой соевой пастой, семенами лотоса или жареной свининой, на реке Янцзы - baozi - небольшие пирожки, приготовленные на пару, наполненные свининой или овощами, на севере - тап-tou – пончик величиной с кулак, который готовят на пару и едят как основное блюдо.

Готовые китайские и японские паровые булочки выглядят непривычно: у них нет румяной корочки, они абсолютно белые и блестят. Сами булочки очень мягкие, нежные, воздушные, пористые как губка, имеют упругий мякиш немного сладковатый на вкус. Корочки у таких изделий нет совсем, и никакой тостерный «хлеб без корки» с ними не сравнится. Поджаренные в тостере паровые булочки, деликатно-золотистые снаружи и воздушные внутри - это просто сказка!

Технология приготовления бисквитов на пару пришла из Японии, славящейся своими инновациями. Небольшие хлебобулочные изделия, приготовленные на пару, там популярны давно. Легкий и нежный бисквит в Стране восходящего солнца называют Муси Пан (Mushi Pan). В тесто для его приготовления часто добавляют зеленый чай, что придает готовому изделию нежно-зеленый цвет, приятный сладковато-горьковатый терпкий вкус и тонкий аромат.

В европейских странах выпуск паровых бисквитов на японских автоматических линиях освоила крупная итальянская компания. Эти изделия стали очень популярны во всей Италии. Производитель предлагает употреблять свои воздушные шоколадные бисквиты с нежнейшей начинкой из шоколадного крема - софт мункейки (Soft Mooncake), в охлажденном, чуть теплом или подогретом виде.

В Америке паровые маффины - спонжкейки - производит сетевая компания, ориентированная на сегмент фастфуда. В отличие от европейских, эти маффины обладают ярким цветом и насыщенным ароматом.

Какое оборудование необходимо для производства мучных кондитерских изделий на пару?

Компания «Торговый Дизайн» предлагает комплекты оборудования, полуавтоматические и автоматические линии по производству стимкейков (steamed cake) - мучных кондитерских изделий на пару.

Для организации участка по полуавтоматическому производству стимкейков необходимы:

- площадь помещения от 90 кв.м,
- оборудование и инвентарь для подготовки сырья, замеса теста и упаковки готовой продукции,
- 3 основных аппарата: формующая машина, автоукладчик в формы, паровая камера,
- компрессор и парогенератор.

На данном участке за 8-часовой рабочий день 7-9 работников цеха смогут производить до 6 240 шт. куполообразных изделий развесом 40-50 г или до 5500 шт. мини-маффинов массой до 20 г с начинкой и без начинки. Цвет и вкус бисквита и начинки могут быть самыми разными: фруктовыми, шоколадными, сливочными и т.д.

Автоматические линии позволяют:

- полностью автоматизировать процессы: замес теста, формование, наполнение начинкой, обработка паром в паровом туннеле, охлаждение, упаковывание
- производить до 3 тыс. или 10-15 тыс.шт. в час изделий на пару типа «софт мун кейк».

Компания «Торговый Дизайн» готова предложить своим клиентам автоматизированные линии производства изделий типа «чизкейк» производительностью около 2,5 тысячи штук в час массой 90-130г, получающимися более объемными и воздушными по сравнению с классическим чизкейком.

Приготовленные на пару чизкейки, очень популярны в Японии, Корее, Тайване, Китае, Сингапуре и Индонезии с 90-х годов прошлого века.

Установка дополнительного оборудования для декорирования расширит ассортимент изделий за счет нанесения различных рисунков: звездочек, цветочков, «смайликов», логотипов и т.д., любых фантазийных надписей.

Уникальный необычайно вкусный и, главное, полезный продукт навсегда покорит самых взыскательных потребителей своей нежной губчатой структурой и влажной ароматной начинкой.

«Торговый дизайн» — многопрофильная компания, являющаяся лидером российского рынка профессионального торгового и технологического оборудования, специализируется на комплексом оснащении заведений общественного питания, хлебопекарных, кондитерских предприятий и других пищевых производств. Компания «торговый дизайн» активно развивает и расширяет свою региональную сеть. Региональная инфраструктура компании успешно работает в 38 городах России, Украины, Казахстана, Узбекистана и Республики Беларусь.

+7 (831) 278–0–404,
278–0–278,
278–0–214

www.nn.t-d.ru

TRADE DESIGN ТОРГОВЫЙ ДИЗАЙН

Инновационные разработки: от идеи до воплощения

АНДРОНОВ Алексей Валерьевич

ГК «НМЖК» по праву гордится инновационными разработками в масложировой отрасли. Не раз она первой запускала в производство новые продукты, которые имели огромное значение для всей пищевой промышленности нашей страны.
А как разрабатываются данные продукты, какие стадии воплощения проходят, что за люди трудятся над их созданием, чем на сегодняшний день ГК «НМЖК» может порадовать своих потребителей в B2B сегменте? Ответить на эти вопросы для читателей MARGO NEWS мы попросили директора Службы инновационно-технологического развития Андронова Алексея Валерьевича.

— Расскажите, чем занимается ваша служба, за какие области ответственна?

— Служба инновационно-технологического развития (СИТР) включает в себя несколько структурных подразделений. Это Центр разработок и внедрения (ЦРВ), Центр инновационных технологий (ЦИТ), отдел главного технолога (ОГТ) и бюро международного маркетинга и технологических инноваций (БММиТИ). Основной вектор развития и деятельности нашей службы – это поиск, проработка и внедрение на практике новых перспективных идей для развития бизнеса. Все разработки новых продуктов, защита интеллектуальной собственности (патентование): все рецептуры как новых, так и уже выпускаемых продуктов тоже являются зоной ответственности нашей службы. Внутри службы каждое подразделение имеет свою зону ответственности. ЦИТ сосредоточен на поиске информации по интересующим нас направлениям, ее анализе и систематизации, а также на заказе новых ингредиентов. Приоритетной задачей ЦРВ является своевременная разработка и запуск в производство новых продуктов, оптимизация рецептур выпускаемой продукции. Отдел главного технолога курирует производственные процессы, в том числе нормирование рецептур выпускаемой продукции и производственных процессов.

Центр разработок и внедрения структурно включает в себя несколько отделов, обеспечивающих разработку продуктов в соответствии с действующими бизнес-направлениями.

- **Отдел разработок фасованной продукции** отвечает за майонезы, соусы, кетчупы и фасованные маргарины и спреды (направление B2C).
- **Отдел разработок продукции для промышленной переработки** обеспечивает поддержку направления весовых маргаринов и жиров (B2B продукция), а также все процессы, касающиеся подготовки сырья (рафинация, гидрогенизация, переэтерификация).
- **Мыловаренная группа** ведет разработки мыловаренно-косметической продукции.
- **Исследовательская группа** обеспечивает разработку новых методик анализа продукции и их выполнение при проведении исследовательских работ.

В целом высокая результативность и экономическая отдача всей службы обеспечивается оперативным переключением на наиболее актуальные в данное время задачи и требования рынка, слаженным взаимодействием всех подразделений.

— Вы предпочитаете брать на работу уже сложившихся в профессиональном плане сотрудников или молодых специалистов?

— Особенность работы как на НМЖК в целом, так и в нашей службе накладывает достаточно серьезные требования к кандидатам. Будущему сотруднику необходимы серьезные базовые знания в области химии, химических процессов, коллоидной химии и др. В частности, в структуре СИТР работают пять кандидатов химических наук, все они в настоящее время являются руководителями профильных отделов.

Из опыта подбора специалистов в нашу службу можно сказать, что в подавляющем большинстве случаев на работу принимаются молодые специалисты, некоторые – сразу после окончания института, другие – с небольшим опытом работы. И сейчас с полной уверенностью можно сказать, что в случае сотрудников подразделений R&D службы такой подход является вполне обоснованным и показал свою эффективность. Воспитывая в молодом специалисте с самого начала трудовой деятельности требуемый подход и отношение к работе, закладывая методики эффективной деятельности, прививая основы корпоративной культуры, в конечном результате мы получаем профессионального и полностью адаптированного к работе в коллективе сотрудника. Людям с опытом часто не хватает не только навыков и знаний, связанных со спецификой работы большого масложирового предприятия, но и умения и привычки работать в быстроменяющихся условиях и большого количества самых разнообразных, разноплановых задач, необходимости не только руководить подчиненными и давать советы, но и непосредственно включаться в текущие работы подразделений.

Помимо наличия хороших базовых знаний существует и ряд других важных требований к кандидатам, которые оцениваются в процессе испытательного срока, причем требования эти диаметрально противоположные. Это умение мыслить и оценивать задачу нестандартно, но при этом уметь строить четкий алгоритм ее решения. Творческая жилка в разработке и поиске новых решений должна сочетаться с умением собранно вести и видеть весь процесс от начала до конца, понимать временные рамки решения задачи, быть ориентированным на достижения результата, а не уходить в процесс. Этот баланс качеств как раз и складывается в процессе формирования специалиста и, безусловно, проходит под руководством и контролем более опытных коллег и непосредственных руководителей – начальников отделов.

— Как проходит процесс разработки новой продукции? Сколько новых продуктов разрабатывается в месяц, год?

— Процесс разработки являет собой сплав творческого подхода к решению задачи при четком алгоритме и процедурах всех этапов работы над ним.

Разработка нового продукта – процесс долгий и кропотливый. Начало разработки в большинстве случаев начинается с получения центром разработок и внедрения Технического задания от службы маркетинга, в котором прописаны базовые характеристики продукта, его вкусовой профиль, особенности технологического применения. На основании полученного задания специалист ЦРВ (или группа) проводит работу по теоретическому анализу, как и из чего может быть создан требуемый продукт, заказывает недостающее сырье у фирм-поставщиков (например, ароматизаторы, специи, вкусовые добавки) для проведения пилотных испытаний.

После получения всех необходимых ингредиентов и первичного понимания того, как получить этот продукт, начинаются выработки на пилотной установке. На этом этапе очень важным является творческий подход специалиста-разработчика, его понимание и видение продукта, различных вариантов его создания. Лучшие варианты образцов с пилотных установок выносятся на оценку дегустационной комиссии. На основании мнения её участников проводятся дальнейшие выработки на пилотной установке с корректировкой рецептуры в требуемую сторону. Этот процесс продолжается до тех пор, пока большинством голосов дегустаторов продукт не будет признан соответствующим требованиям технического задания. Пилотный этап разработки в зависимости от сложности и специфики продукта может занимать от одной недели до трех-четырех месяцев.

После принятия дегустационной комиссией продукта, разработанного на пилотной установке, начинается следующий этап – подготовка к проведению экспериментальных выработок.

При поступлении всех необходимых ингредиентов проводится экспериментальная выработка продукта на промышленной установке в минимально возможном объеме. Если для пилотной установки разовая загрузка составляет минимально 1-2 кг, то проведение эксперимента на производстве – это уже несколько сотен килограмм конечного продукта. Экспериментальная выработка необходима для оценки того, каким получится продукт при выработке на промышленных установках, насколько технологична рецептура (хорошо ли дозируются ингредиенты, не возникают ли сложности в работе самого оборудования при ис-

Коллектив Службы инновационно-технологического развития ГК «НМЖК»

пользовании тех или иных ингредиентов и проч.). Продукт с экспериментальной выработки вновь проходит стадию дегустационной оценки, сравнивается с образцом, ранее принятым с пилотной установки.

Принятием продукта с промышленного эксперимента запускается следующий важный этап разработки – подтверждение сроков годности продукта, он также является зоной ответственности ЦРВ. Продукт с промышленного эксперимента отбирается и закладывается нами на хранение в термостаты при тех температурах (так называемых температурных полках), которые будут выноситься на упаковку. Образцы в течение срока годности с определенной периодичностью отвозятся во ФГУЗ, где производится их анализ на соответствие требованиям безопасности.

Нам часто задают вопрос о том, почему новые продукты после разработки в лаборатории так долго запускаются в производство. Ответ очевиден: подтверждение сроков годности требует столько времени, сколько составляет предполагаемый срок годности продукта (с законодательно утвержденным коэффициентом запаса). И чем больше срок годности, тем большее время занимает процедура хранения.

Заключительным этапом после успешного окончания хранения и подтверждения заявленных сроков годности является промышленный выпуск продукта. Первые три промышленные выработки продукта совместно контролируются специалистами ЦРВ и технологами производства, каждая выработка проходит дегустационную оценку и отгружается клиентам только по результатам оценки дегустационной комиссии. На этом этапе может происходить «дошлифовка» рецептуры и технологии для получения максимально высокого результата. Новый продукт считается принятым в производство после трех успешных промышленных выработок, после чего подписывается акт приемки нового продукта, который формально знаменует завершение разработки в ЦРВ и запуск продукта в производство.

— В чем особенность разработок продуктов для B2B направления?

— Особенностью разработок продуктов B2B направления (весовые маргарины, жиры) является консерватизм, касающийся номенклатуры этих продуктов, которая фактически не меняется в течение последнего десятилетия. Однако это не означает, что рецептуры этих продуктов являются неизменными. Так, 2014 год ознаменовался подготовкой к переходу с 15 февраля 2015 года ТР ТС 024/2011 «Технический регламент на масложировую продукцию». Необходимость соответствия этому регламенту потребовала фактической разработки новых рецептур практически всех видов выпускаемой B2B продукции со сниженным содержанием трансизомеров (менее 20%). По этой задаче разработаны рецептуры около 50 марок продуктов.

Не прекращается и постоянная работа по улучшению конкурентных преимуществ нашей продукции. За прошлый год сделан ряд важных шагов по дополнительной доработке рецептуры и технологических режимов маргарина для слоеного теста, которые позволили добиться дополнительных конкурентных преимуществ нашей продукции. Проводятся постоянные работы по поиску и реализации решений по повышению стабильности жирового сырья в процессе транспортировки и хранения, что является актуальной задачей для всех без исключения производителей масложировой отрасли.

Отделом разработок продукции для промышленной переработки была проведена огромная работа по разработке маргариновой и жировой продукции, которая не только имеет высокие функциональные свойства, но и соответствует современным тенденциям здорового питания, о которых я скажу чуть позже.

— Какие тренды вы можете выделить на рынках, где работает ГК «НМЖК»? Насколько влиятелен тренд здоровое питание, или это все еще в большой степени мода больших городов?

— Тренд здорового питания является одним из наиболее понятных потребителю и активно развивающихся. Безусловно, поэтому он находит отражение в линейке продуктов как B2B, так и B2C направления. Наиболее активно он востребован в больших городах, где люди более внимательно и более требовательно относятся к составу потребляемых ими продуктов и сознательно отдают предпочтение продуктам с натуральными ингредиентами, с минимумом Е-кодов в составе, без консервантов, искусственных красителей и ароматизаторов. Однако мы не только следуем уже сформировавшимся тенденциям, но и стараемся сами воспитать в наших потребителях понимание необходимости соответствия тенденциям рынка в целом и здорового питания в частности. Так, для маргаринов, предназначенных для промышленной переработки, нами были разработаны варианты рецептур функциональных маргаринов с минимальным количеством ингредиентов в составе (три ингредиента – жировая основа, вода и натуральный ароматизатор – так называемые маргарины без Е-кодов).

Мы работаем, чтобы вы могли порадовать своего клиента вкусной и здоровой выпечкой

Необходимость развития нашей продукции в русле тенденции здорового питания дала толчок к проведению масштабной работы по разработке целой линейки весовых маргаринов, не содержащей трансизомеров, а также продуктов с пониженным содержанием насыщенных жирных кислот – менее 35%. Все продукты успешно прошли стадию промышленного тестирования, мы полностью готовы к их выпуску.

Находясь в постоянном поиске новых решений для разработки более полезных свойств нашей продукций, мы на базе накопленного потенциала знаний в области разработки полезных продуктов разработали и довели до стадии промышленного внедрения целую линейку инновационных маргаринов, не содержащих в своем составе ни одной пищевой добавки с индексом «Е». «Чистая этикетка» сегодня является развивающимся трендом в области пищевых продуктов. Пищевые добавки (эмульгаторы, красители, ароматизаторы) стали традиционными стандартными ингредиентами в маргаринах. Специалистами ЦРВ были проведены значительные исследования и испытания в области получения стабильных эмульсий без использования поверхностно-активных веществ – эмульгаторов. Были определены ключевые моменты технологического процесса, влияющие на создание и сохранение стабильной эмульсии. На основании проведенных работ нам удалось получить не только стабильные продукты без применения эмульгаторов, но и продукты, обладающие широким спектром функциональных свойств, позволяющим использовать их в кондитерской отрасли. В создании этой уникальной линейки на рынке специализированных весовых маргаринов мы стали первыми, кто смог добиться такого выдающегося результата. Наши разработки были по достоинству оценены специалистами в области здорового питания, в 2014 году за данную разработку нами была получена премия «Здоровое питание» в номинации «Лучшая компания-производитель» в категории масложировой продукции.

— Какой положительный эффект для производителя и конечного потребителя может быть от таких продуктов?.

— Ответ простой. Сегодня производитель обязан полностью выносить на потребительскую упаковку состав используемых им ингредиентов для производства своей продукции. Это позволяет потребителю тщательно изучить состав покупаемых продуктов, стараясь выбрать, по его мнению, наиболее полезный и наиболее натуральный. Минимизация Е-кодов на этикетке дает производителю дополнительное преимущество перед конкурентами в части прописанного на этикетке состава и ее «натуральности».

Личный кабинет клиента: надежно, просто, комфортно

ОРИНШТЕЙН Александр Львович

Специалисты группы компаний «НМЖК», стараясь сделать сотрудничество со своими деловыми партнерами максимально прозрачным и удобным для всех, приглашают своих клиентов занять новые виртуальные личные кабинеты. Что такое личный кабинет клиента? Какие возможности виртуальный личный кабинет дает своим владельцам? За ответами на эти и другие вопросы мы обратились к координатору-аналитику департамента маркетинга весовой продукции Оринштейну Александру Львовичу.

— Александр Львович, почему возникла необходимость в открытии нового интернет-ресурса, который получил название «личный кабинет клиента»?

— Одним из основополагающих принципов политики ГК «НМЖК» является клиентоориентированность. Наша компания постоянно совершенствуется и развивается в этом направлении. Мы бережем время наших клиентов, понимая его ценность. Именно с этим связана идея создания виртуального личного кабинета. Мы стремились создать предельно понятное рабочее интернет-пространство, обустроенное таким образом, чтобы человеку, независимо от его профессиональной подготовки, было в нем комфортно и просто работать. Новый проект был построен на базе программы «1С: Управление торговлей», доработанной специалистами нашей компании конкретно под задачи B2B направления.

— Нужно ли установление на рабочий компьютер клиента дополнительных программ и драйверов, чтобы начать работу в личном кабинете?

— Повторюсь, мы старались создать максимально простой рабочий ресурс, поэтому никаких дополнительных программ не требуется. Для входа в Систему нужно войти в Интернет-браузер (рекомендуется использовать Internet explorer), ввести в адресной строке ссылку на интернет ресурс https://1c.nmgk.ru/cp2014, затем ввести свой личный пароль и логин. Пароль и логин отправляются менеджером ГК «НМЖК» по запросу от клиента и индивидуальны для каждого. Кроме того, вместе с паролем клиенту отправляется развернутая подробная инструкция по использованию данного ресурса.

Интернету надо бы поклоняться точно так же, как вину и огню. Потому что это гениальное изобретение. Какая еще почта бывает открыта в два часа ночи?

Януш Вишневский

— Как известно, за каждым клиентом ГК «НМЖК» закреплен персональный менеджер, который всегда готов ответить на все вопросы своего делового партнера, предоставив ему всю необходимую информацию. Зачем тогда клиенту добывать эту информацию самостоятельно?

— Запуская этот проект в работу, мы ни в коем случае не хотели ограничить общение между клиентом и менеджером, понимая его важность для плодотворного рабочего процесса. Но в использовании личного кабинета есть ряд неоспоримых преимуществ.

- У менеджера есть ограниченное рабочее время, а интернет-ресурс работает круглосуточно.
- Менеджер не всегда имеет возможность оперативно ответить на возникший вопрос, а в личном кабинете всегда отражена самая актуальная информация.
- Телефонные звонки могут забываться, записи теряться, а информация, поступившая в личный кабинет, сохраняется в течение нескольких лет.
- Личный кабинет – отличная платформа для сбора статистических данных. Клиент всегда может сопоставить информацию о поступлении определенного продукта и сроке ее реализации (срабатывании на своем производстве), отследить, как часто он заказывает те или иные продуктовые позиции, сравнить сроки доставки, видеть всю историю сотрудничества с ГК «НМЖК».

— Александр Львович, куда клиент может обратиться, если у него возникнут вопросы по работе в личном кабинете?

— За консультацией всегда можно обратиться к своему личному менеджеру-представителю ГК «НМЖК» или позвонить по телефону «горячей линии»: **8-800-250-000-7.**

Жир для фритюра: традиции и инновации

Фритюр *(от французского friture - жаренье) – это процесс жаренья в раскаленном животном жире или растительном масле. Традиционные чебуреки и беляши, пончики и пышки, картофель фри и многие другие блюда можно приготовить только с помощью фритюра. Сейчас для этого обычно используется растительное масло или смесь растительных и животных жиров. ГК «НМЖК» предлагает оптимизировать данный процесс, сделав его удобным и экономически выгодным.*

Традиции

Принцип приготовления продуктов в раскалённом масле или жире довольно старый. Известно, что в Древнем Риме существовали блюда из теста, приготавливаемые таким образом. В Китае с древнейших времён способом, похожим на современный фритюр, приготавливали мясные и овощные блюда. В России известна технология, схожая с фритюром, называемая пряжением, но в отличие от пряжения, во фритюре масло преобладает над продуктом, который как бы варится в нём.

Жарят или готовят во фритюре несколько видов продуктов: овощи (в кляре или без), мясо, птицу, рыбу (в кляре или тесте), сладкие блюда из теста (пончики, пышки, творожные шарики). Продукты для фритюра лучше нарезать таким образом, чтобы их толщина не превышала одного сантиметра. Общая масса жира должна в 4 раза превышать массу обжариваемых продуктов. При жаренье во фритюре отдельные кусочки продуктов должны свободно перемещаться, не слипаясь друг с другом и не касаясь дна и стенок посуды. Те же принципы лежат в основе приготовления фаршированных рыбных и мясных блюд в кляре, а также чебуреков.

В масле средней температуры (130-140°С) жарят овощи; в горячем жире (150-160°С) – мясные и рыбные блюда в кляре; в очень горячем (выше 170-190°С) – изделия из теста (хворост, пончики, беляши и чебуреки). Среднее время жарки во фритюре – 2-3 минуты. Появление неприятного запаха, потемнение жира или готовых изделий говорит о том, что жир для фритюра утратил свои функциональные свойства, и его необходимо сменить.

Животные жиры, прошедшие долгую термическую обработку, повышают уровень холестерина в крови, и частое их употребление тяжело переносится организмом человека. Поэтому животный жир для фритюра можно использовать крайне редко, в качестве особенного деликатеса. Растительное масло намного легче переносится человеческим организмом и даже имеет целый набор полезных свойств.

Кстати, калорийность продуктов, приготовленных во фритюре на растительном масле, относительно невысока и даже ниже, чем у продуктов, жаренных на сковороде. Раскаленное масло схватывает поверхность, образуя корочку, и сильно прогревает жарящийся продукт, не проникая внутрь. Поэтому блюда, приготовленные во фритюре, гораздо менее калорийны и намного полезнее своих жареных аналогов. Однако это справедливо лишь при соблюдении температурных и временных норм приготовления.

Таблица 1

Наименование показателя	Базовый фритюрный жир	Новый продукт
Дымовое число, °С	205…210	235
Окислительная стабильность (Индукционный период) при t 110°С, ч	4,0…4,5	16…18
Унос жира с продуктом, % от веса продукта (по картофелю фри)	10…12%	5…6%
М.д. полярных соединений (накопление в процессе жарки), %	16…18%	4…6%

Инновации. Разработка современной формулы фритюрного жира

Рынок поставил перед нами актуальную задачу – снизить «маслоемкость» жареных изделий, разработав фритюрный жир, отвечающий требованиям современных стандартов производства пищевых продуктов. Другими словами, потребовался жир, который можно сравнительно долго использовать в процессе приготовления, но унос его с продуктами, которые в нем жарятся, был бы на 40-50% меньше, чем у обычных жиров. Кроме того, он должен был как можно дольше не темнеть и не окисляться. Мы в очень короткий срок добились отличных результатов и создали такой фритюрный жир! Характеристики полученного продукта в сравнении с традиционным фритюрным жиром отражены в табл. 1.

Следует отметить, что при решении данной сложной, но в то же время крайне интересной и актуальной задачи, мы использовали пошаговый метод – это когда последовательно вводятся те или иные ингредиенты, отвечающие за конкретные свойства в готовом продукте.

Итак, первый шаг: подбор правильной жировой основы, антивспенивателя и правильная антиоксидантная система – главные факторы, влияющие на дымовое число (Smoke point) и окислительную стабильность. Второй шаг: для предотвращения потемнения жира в процессе жарок мы рассчитали и ввели в рецептуру оптимальное количество специальных фосфолипидов. Третий шаг: мы внесли в наш жир специальный эмульгатор, который приводил к существенному снижению уноса фритюрного жира с обжариваемым продуктом (достигнуто снижение приблизительно на 50% от базового жира).

В ходе работ нами были разработаны несколько видов таких фритюрных жиров, отвечающих современным требованиям, базирующихся как на российской сырьевой базе (различные сорта подсолнечника), так и с использованием различных смесей, в том числе и с тропическими маслами. Проведенные совместные тесты с нашими партнерами (в т.ч. с транснациональными компаниями сетей фаст-фуда) подтвердили полученные нами результаты.

Кроме того, один из видов фритюрного жира данной ассортиментной линейки, K800 (V), был высоко оценен независимым жюри на конкурсе «Ингредиент года 2015» и стал победителем в номинации «Инновационный продукт: производство», получив золотую медаль.

Александр Кузьмин,
начальник отдела разработок продукции
для промышленной переработки

Жир жидкий для фритюра К800 (V)

ГОСТ 28414-89

Состав

- Масла растительные рафинированные дезодорированные: масло подсолнечное, фракции пальмового масла, эмульгаторы (Е471, Е322), антиокислитель (Е319, Е330).

Общее назначение

- Универсальный продукт для обжарки самых разнообразных продуктов во фритюре и на сковороде: овощей, картофеля фри, мясных, куриных, рыбных блюд, пончиков, пирожков, беляшей и других изделий из теста, а также для применения в производстве чипсов, снеков, макаронных изделий быстрого приготовления. Продукты и полуфабрикаты можно обжаривать как в свежем, так и в замороженном виде, в панировке, кляре.

Упаковка

- 10 кг в BiB упаковке.
- ПЭТ бутыли 4,3 кг.

Срок годности и условия хранения

При хранении продукта в складских охлаждаемых помещениях или холодильниках при постоянной циркуляции воздуха срок годности со дня производства составляет при температуре:

- от –20°С до +20°С вкл. – 12 мес.

Не разбрызгивается, не дымит, не оставляет неприятного послевкусия

Продукт соответствует ТР ТС 024/2011.

Органолептические показатели

Вкус и запах	Чистые, без посторонних привкусов и запахов
Консистенция при температуре 20°С± 2	Полужидкий жир, в расплавленном состоянии прозрачный
Цвет	Светло-желтый, однородный по всей массе

Физико-химические показатели

Наименование	Значение	Методика анализа
Массовая доля жира, %, не менее	99,7	ГОСТ 32189
Массовая доля влаги и летучих веществ, %, не более	0,3	ГОСТ 32189
Кислотное число, мг КОН/г, при отгрузке, не более	0,3	ГОСТ 31933
Перекисное число, ммоль (½ О)/кг, при отгрузке, не более	3,0	ГОСТ Р 51487
Температура плавления, °С	не выше 24	ГОСТ 32189
Массовая доля насыщенных жирных кислот, % от содержания жира в продукте, не более	25	ГОСТ 31663
Массовая доля трансизомеров жирных кислот, % от содержания жира в продукте, не более	0	ГОСТ 31754
Дымовое число, °С, не менее	235	AOCS Cc 9a-48
Температура вспышки, °С, не менее	275	AOCS Cc 9a-48
Энергетическая ценность 100 г продукта, кДж /ккал	3690 /900	ТР ТС 022/2011

Блиц-опрос

Как складывалась ваша карьера в ГК «НМЖК»? Какие качества помогли вам добиться успеха? Что бы вы хотели пожелать людям, только начинающим свою карьеру?

Все работодатели хотят, чтобы их сотрудники были ответственными, компетентными и исполнительными. Однако в каждой отдельно взятой компании существуют свои критерии, которыми должен обладать человек, чтобы двигаться дальше по карьерной лестнице. Эти критерии определяют внутреннюю корпоративную культуру компании, принципы и профессионализм ее руководства. Мы решили узнать, какие качества ценятся в ГК «НМЖК», что помогает здесь людям добиваться успеха и признания коллег. С этими вопросами мы обратились к руководителям служб и подразделений ГК «НМЖК».

Юрий Дольников

Директор департамента региональных и оптовых продаж

— Моя карьера на «НМЖК» складывалась довольно сложно до тех пор, пока я не поставил себе цель работать на отлично, даже на 5+, оперативно и качественно выполняя поручения руководителя, быть инициативным сотрудником, быть проактивным сотрудником.

На мой взгляд, чтобы добиться успеха, нужно думать о бизнесе, чувствовать бизнес, жить бизнесом. Нужны упорство, настойчивость и желание быть лучше, профессиональнее, успешнее своих коллег, постоянно развиваясь и совершенствуясь в своем деле. Самому делать первые шаги навстречу компании, работая на ее благосостояние и успех. Делать эти шаги не ради похвалы, а ради самореализации, полезности и самосовершенствования.

Мне очень близко высказывание: «Бизнес построен на людях. Успешный бизнес — на проактивных профессионалах!»

Валентина Диденко

Директор завода ППАВ

— После окончания института я была направлена на «НМЖК» и назначена на должность инженера-конструктора конструкторского отдела, затем работала начальником бюро комплексной системы управления качеством продукции (КС УКП). Через несколько лет работы в этой должности была переведена на новое производство - завод ППАВ и назначена заместителем директора завода. Работа здесь была очень интересная, но сложная технология требовала изучения новых производственных процессов. Как нельзя кстати пригодился опыт, который я получила ранее (умение работать с проектной документацией, глубокие знания химических процессов, всесторонние знания об эмульгаторах). Но все равно приходилось ежедневно работать в напряженном режиме и постоянно углублять свои знания.

Что помогло добиться успеха? Целеустремленность, желание достичь поставленных результатов. Желание на собственном примере показать сотрудникам, как нужно относиться к поставленным задачам, добросовестное, ответственное, честное отношение к работе, требовательность к людям и к себе.

Хочу пожелать молодым сотрудникам стараться получать как можно больше информации, впитывать ее, переосмысливать и превращать в собственные глубокие знания. Помнить, что любой полученный опыт очень важен и может пригодиться как в профессиональной, так и в личной жизни.

Марина Кузнецова

Начальник отдела технологической поддержки продаж

— Моя трудовая деятельность на АО «НМЖК» началась с оператора пилотной установки в экспериментальном центре гидропроизводства. Мне изначально повезло. Моими учителями были Кузьмин Александр Владимирович – начальник отдела разработки специализированных жиров экспериментального центра и Серозутдинова Клара Анваровна – главный технолог гидрозавода. Их пытливый ум, опыт, грамотное руководство, инноваторский подход к любой задаче научили меня думать, принимать решения в любой, даже очень сложной ситуации, любить свою работу и коллег.

Даже сейчас, имея за плечами многогранный жизненный опыт, я повторяю себе и своим подчиненным: «Не бойтесь получать новые знания, используйте чужой опыт в своей работе. Эти ресурсы неиссякаемы». Желаю начинающим сотрудникам грамотных учителей и наставников!

Алексей Сиземов

Директор департамента экономики

— Я пришел работать в «НМЖК» сразу после института на должность рядового экономиста. За шесть лет прошел все участки экономической службы по горизонтали: бюджетный отдел, инженерная служба, заводская экономическая служба, затем остановился в Торговом доме и «вырос» до директора департамента. Специфика работы на большом предприятии заключается в том, что здесь нет «лифтов» по карьерной лестнице, здесь есть этапы, которые нужно проходить к достижению поставленной цели. Чтобы тебя заметили, сначала необходимо заработать имя, постоянно расширять кругозор, совершенствоваться в профессиональной области.

Главное – не терять оптимизма. Относиться опосредованно к рабочим моментам, отделяя работу и человеческие отношения. Быть уверенным, что то, чем ты занимаешься, в первую очередь важно для тебя самого, это твое место, и ты хочешь дальше двигаться в этом направлении. Если такое понимание есть, то ты не просто исполняешь свои служебные обязанности, ты испытываешь драйв от своей работы.

Умные мысли великих людей...

Не должностью облагораживается и возвышается человек, но должность благодаря человеку становится благородной и высокой.

А. Джами

Каждый из нас должен быть достоин должности, которую занимает, только об этом нам и следует заботиться: остальное — дело других.

Ж. Лабрюйер

Вопрос – ответ

ВАСИЛЬЕВ Николай Алексеевич

Клиенты ГК «НМЖК» часто обращаются к сотрудникам службы технологической поддержки продаж с вопросами о том, как оптимизировать технологический процесс на своем предприятии. Вопросы бывают разные, но на самые часто встречающиеся из них мы попросили ответить инженера-технолога ГК «НМЖК» Николая Васильева.

В чем преимущества специализированных маргаринов MARGO перед маргаринами столовой группы, и какие свойства помогли им так быстро завоевать признание современных пекарей и кондитеров?

Ключевым отличием специализированных маргаринов MARGO от обычных является их ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ, которая обеспечивает:

1. Быстроту и простоту производственного процесса. В сравнении с неспециализированными маргаринами время приготовления сокращается на 50% за счет уникально подобранного комплекса эмульгаторов, входящего в состав специализированных маргаринов.

2. Легкость использования. Введение в рецептуру специализированных маргаринов не требует изменения технологических режимов. За счет специализированных маргаринов полученные полуфабрикаты легко использовать в последующих этапах производства. Например, слоеное тесто становится максимально пластичным, песочное тесто – не затягивается, кремовый полуфабрикат – легко соединяется с другими ингредиентами.

3. Эстетичность готовых изделий. Изделия, полученные с использованием специализированных маргаринов, имеют презентабельный внешний вид, обладая ровной золотистой поверхностью и крупнопористой нежной структурой, кремовый полуфабрикат получает легкую воздушную структуру.

4. Экологичность. Вся продукция ГК «НМЖК» изготовлена из высококачественного, экологически чистого сырья.

5. Экономичность. Специализированная функциональность значительно повышает качество конечного продукта и снижает себестоимость готовых изделий.

Как получить в слоеном бездрожжевом изделии четкие слои?

Нужно учитывать несколько важных моментов. Для приготовления слоеных изделий лучше использовать муку с повышенным содержанием клейковины. Консистенция маргарина и теста при слоении должны быть идентичны, т. е. температура теста должна совпадать с температурой маргарина. В идеале температура теста и температура маргарина должна быть 14-16°С, именно в этом случае достигаются четкие слои. При слишком высокой температуре теста маргарин становится очень мягким и слои теста слипаются уже при раскатывании. При низкой температуре маргарин теряет пластичность, в момент раскатывания маргариновая прослойка внутри теста разрывается, вместе с тем разрывая и слои теста. В дальнейшем при выпечке вместо подъема теста происходит выход пара в местах разрывов, изделие деформируется, теряет товарный вид.

Какую воду можно использовать в замес для приготовления слоеного теста?

Воду для замеса необходимо брать чистую, имеется в виду не сильно насыщенную минеральными солями или коагулянтами. Возможно использование простой водопроводной воды, но если только она излишне не фторирована и не хлорирована. Вода должна применяться при температурах, близких к нулю (1-2°С). При наличии ледогенераторов для получения холодного теста используют ледяную крошку (чешуйчатый лед).

Как можно снизить себестоимость песочного печенья при сохранении качества изделия?

Для снижения себестоимости песочного печенья при сохранении высоких вкусовых качеств мы рекомендуем использовать специализированный маргарин для песочного теста.

Удешевление продукта происходит за счет дополнительного введения в рецептуру воды и увеличения объема муки как более дешевого сырья. Маргарин для песочного теста производства ГК «НМЖК» может взять больше воды в массу (маргарин + сахар + вода), что дает возможность увеличить количество муки в процентном соотношении к массе, также он способен удерживать воду и воздух, что предотвращает затягивание теста и уменьшает время выпечки. В результате проведенных экспериментов количество муки и воды можно увеличить в зависимости от марки маргарина от 10% до 30%.

Какие яйцепродукты лучше использовать в производстве мучных кондитерских изделий?

В яйце содержится очень эффективный эмульгатор – лецитин. Лецитин является поверхностно-активным агентом. Он хорошо работает на поверхности раздела фаз различных субстанций. В присутствии двух несмешиваемых жидких фаз лецитин понижает поверхностное натяжение и действует как эмульгатор. Когда необходимо взаимодействие между твердой и жидкой фазой, он действует как смачивающий и диспергирующий агент. При использовании между твердыми фазами лецитин работает как смазочный агент и агент освобождения (обеспечивает неприлипание к формам). Кроме того, яйца придают тесту характерный вкус и насыщенный цвет. В масштабах промышленного производства требования к обработке яиц очень строгие. В советское время использовали только замороженную яичную массу – меланж. В настоящее время широко применяется качественный яичный порошок, полученный по современной технологии.

Вкусно! Полезно! Экономично!

Могут ли кондитерские изделия быть не только вкусными, но и полезными? Технологи группы компаний «НМЖК» отвечают на этот вопрос: «Да.» Секретами мастерства с читателями MARGO NEWS делится инженер-технолог Гладкова Светлана Александровна.

Суфлейный полуфабрикат «Легкое дыхание» с использованием маргарина для кремов М312

Слово souffle по-французски обозначает «воздушный, легкий». Это блюдо может быть легким и сладким, приготовленным из ягод, фруктов с добавлением сахара, а может быть основательным и сытным, если его готовить из мяса, сыра или овощей. Суфле – это лакомство, любимое и взрослыми, и детьми за его удивительную структуру и нежный вкус. Однако оно очень капризно в приготовлении. Подробнее рассмотрим этапы приготовления этого изысканного блюда.

Этап №1. Сироп сахаро-агаровый

Наименование	Расход сырья на 10 кг полуфабриката, г
Компонент	**в натуре**
Сахар-песок	5 853,0
Патока крахмальная	2 927,0
Агар	82,0
Итого	**8 862,0**
Влажность	**20,00±3,0%**
Выход	**10 000,0**

Технология приготовления:

1. Смешать сахар-песок и воду в соотношении 4:1 и довести до температуры 120°С.
2. В полученный раствор добавить агар, предварительно вымоченный в проточной воде в течение 3-4 часов.
3. Нагреть полученную жидкость на слабом огне, постоянно помешивая, до полного растворения агара, добавить патоку, после чего довести полученный раствор до температуры 118°С.

Полезно знать! Агар нерастворим в холодной воде. Он полностью растворяется только при температурах от 95°С до 100°С. Горячий раствор является прозрачным и ограниченно вязким. При охлаждении до температур 35°-40°С он становится чистым и крепким гелем, который является термообратимым. При нагревании до 85°-95°С он опять становится жидким раствором, снова превращающимся в гель при 35°-40°С.

Этап №2. Кремовый полуфабрикат

Наименование	Расход сырья на 10 кг полуфабриката, г
Компонент	**в натуре**
Маргарин для кремов М312	2 263,0
Молоко цельное сгущенное с сахаром	1 101,0
Эссенция цитрусовая	25,5
Итого	**3 389,5**

Технология приготовления:

1. Маргарин для кремов М312 производства ГК «НМЖК» взбить до получения пышной кремообразной массы.
2. Постепенно ввести цельное сгущенное молоко и взбивать 7-10 минут, до образования однородной массы.
3. В конце взбивания ввести эссенцию.

На заметку! Для приготовления кремового полуфабриката для суфле рекомендуем использовать маргарин для кремов с температурой 18-20°С. При данной температуре кремовый полуфабрикат будет более пышным и воздушным. Впоследствии, при введении его во взбитый белок с сахарно-агаровым сиропом, суфле не даст осадку, а останется нежным и воздушным.

Этап №3. Суфле

Наименование	Расход сырья на 10 кг полуфабриката, г
Компонент	**в натуре**
Сироп сахаро-агаровый	6 107,0
Белки яичные	643,0
Кислота лимонная	38,0
Кремовый полуфабрикат	3 389,5
Итого	**1 075,0**
Влажность	**24,00±2,0%**
Выход	**10 000,0**

Технология приготовления:

1. Горячий сахаро-агаровый сироп ввести тонкой струёй во взбитые в течение 15-20 минут яичные белки и продолжать взбивание до получения пышной однородной массы.
2. В конце взбивания добавить подготовленный кремовый полуфабрикат и медленно прекратить взбивание.
3. Разлить суфле в подготовленные формы, убрать в холодильный шкаф до полного застывания.

Печенье «На здоровье» с использованием маргарина для выпечки Z020

Наименование	Расход сырья на 10 кг полуфабриката, г
Компонент	**в натуре**
Мука пшеничная в/с	3 500,0
Маргарин для выпечки Z020	2 389,0
Овсяные хлопья Геркулес	1 082,0
Сахар-песок	2 687,0
Меланж	995,0
Корица	50,0
Имбирь молотый	15,0
Соль	21,0
Изюм	600,0
Арахис дробленый	620,0
Разрыхлитель	67,0
Итого	**12 026,0**

Технология приготовления:

1. Маргарин с сахаром взбить до получения пышной кремообразной массы.
2. Постепенно, на малых оборотах машины, вработать во взбитую массу меланж, перемешать до полного соединения всех компонентов. Затем добавить изюм и перемешать массу.
3. В отдельной емкости соединить и перемешать муку, разрыхлитель, дробленые орехи, корицу, имбирь, овсяные хлопья, соль. Замесить тесто.
4. Формовка может производиться как через отсадочную машину, так и через отсадочный мешок.
5. Выпекать при температуре 200°С 20-25 минут.

Кекс творожного-морковный «Энергия свежести» с использованием маргарина Z020

Наименование	Расход сырья на 10 кг полуфабриката, г
Компонент	**в натуре**
Мука в/с	3 400,0
Маргарин для выпечки Z020	2 000,0
Меланж	1 390,0
Сахар-песок	2 000,0
Творог 9% жирности	2 000,0
Морковь	1 150,0
Натрий двууглекислый	5,2
Аммоний углекислый	9,5
Итого	**11 955,0**
Влажность	**20,00±3,0%**
Выход	**10 000,0**

Технология приготовления:

1. Размягченный маргарин и сахар-песок взбивать в течение 10–15 минут.
2. В полученную массу добавить творог и предварительно протертую морковь, перемешать до получения однородной массы.
3. Добавить меланж, соду, аммоний, тщательно перемешать. Ввести муку и замесить тесто в течение 3–5 минут.
4. Разложить тесто в подготовленные формы.
5. Выпекать при температуре 160°-180°С до готовности.

MARGO

Реальная помощь в работе технолога!

- упрощаем работу технологов на предприятиях
- предлагаем готовые рецептуры
- оптимизируем производственные процессы
- разрабатываем индивидуальные масложировые продукты

☎ 8-800-250-0007
☎ 8-831-275-6771

Маргарин для выпечки Z020

ГОСТ 32188-2013

МАРГАРИН НЕ СОДЕРЖИТ ГИДРОГЕНИЗИРОВАННЫХ ЖИРОВ, ЭМУЛЬГАТОРОВ, ИСКУССТВЕННЫХ АРОМАТИЗАТОРОВ, КРАСИТЕЛЕЙ, АНТИОКСИДАНТОВ

Общее назначение

- Предназначен для приготовления кулинарных, хлебобулочных, кондитерских изделий (сдобных, сахарных, заварных сортов печенья, пирожных и др.).

Преимущества

- Обладает высокими аэрирующими свойствами при взбивании, что обеспечивает получение мучных кондитерских изделий, соответствующих требованиям ГОСТа.
- Не забивает вкусовую гамму используемых ингредиентов в рецептуре производителя: яйцепродукты, сухое молоко, ваниль и т.д.
- Простой состав (всего 3 ингредиента) позволяет позиционировать продукт как Clean Label (с «чистой» этикеткой), что особенно привлекательно для клиентов, которым важно отсутствие в продукте лимитированных для здорового питания добавок с индексом Е.

Состав

- Дезодорированные растительные масла и жиры, вода, натуральный ароматизатор.

Упаковка

- Маргарин расфасован в короба по 20 кг.

Срок годности и условия хранения

При хранении продукта в складских охлаждаемых помещениях или холодильниках при постоянной циркуляции воздуха срок годности со дня производства составляет при температуре:

- от -20°С до 0° С вкл. – 12 мес.
- от +1°С до +20° С вкл. – 4 мес.

Продукт соответствует ТР ТС 024/2011

Органолептические показатели

Вкус и запах	Чистый, без посторонних привкусов и запахов
Консистенция при температуре 20°С± 2	Пластичная, однородная. Поверхность среза блестящая или слабо-блестящая (допускается матовая)
Цвет	Белый, однородный по всей массе, прозрачный в расплавленном состоянии

Физико-химические показатели

Наименование	Значение	Методика анализа
Массовая доля жира, %, не менее	82	ГОСТ 32189-2013
Массовая доля влаги и летучих веществ, %, не более	18	ГОСТ 32189-2013
Кислотность, град Кеттстофера, не более	0,5	ГОСТ 32189-2013
Перекисное число, ммоль (½ О)/кг, при отгрузке, не более	2,0	ГОСТ Р 51487-99
Температура плавления,°С	33-37	ГОСТ 32189-2013
Содержание трансизомеров жирных кислот, %, не более	1	ГОСТ 31754-2012
Содержание насыщенных жирных кислот, %, не более	35	ГОСТ 31663-2012
Энергетическая ценность 100 г продукта, кДж/ккал	3030 / 740	ТР ТС 022 / 2011

Маргарин для слоёного теста Z025

ГОСТ 32188-2013

МАРГАРИН НЕ СОДЕРЖИТ ГИДРОГЕНИЗИРОВАННЫХ ЖИРОВ, ЭМУЛЬГАТОРОВ, ИСКУССТВЕННЫХ АРОМАТИЗАТОРОВ, КРАСИТЕЛЕЙ, АНТИОКСИДАНТОВ

Общее назначение

- Предназначен для обеспечения слоения при изготовлении рогаликов, а также для придания слоения при изготовлении дрожжевого и бездрожжевого теста.

Преимущества

- Идеально подходит для изготовления продуктов, позиционирующихся для здорового питания, т.к. имеет
  - *оптимально подобранную по жирно-кислотному составу жировую основу;*
  - *содержание трансизомеров жирных кислот менее 1%*
- Простой состав (всего 3 ингредиента) позволяет позиционировать продукт как Clean Label (с «чистой» этикеткой), что особенно привлекательно для клиентов, которым важно отсутствие в продукте лимитированных для здорового питания добавок с индексом Е.
- Продукт прост в использовании - не требуется проводить дополнительных технологических операций.

Состав

- Дезодорированные растительные масла, вода, натуральный ароматизатор.

Упаковка

- Маргарин расфасован в короба по 10 кг
- Маргарин расфасован в короба по 10 кг (пласты эколин 5*2).

Срок годности и условия хранения

При хранении продукта в складских охлаждаемых помещениях или холодильниках при постоянной циркуляции воздуха, срок годности со дня производства составляет при температуре:

- от -20°С до 0°С вкл. – 12 мес.
- от +1°С до +20°С вкл. – 4 мес.

Продукт соответствует ТР ТС 024/2011

Органолептические показатели

Вкус и запах	Чистый, без посторонних привкусов и запахов
Консистенция при температуре 20°С± 2	Пластичная, однородная. Поверхность среза блестящая или слабо-блестящая (допускается матовая)
Цвет	Белый, однородный по всей массе, прозрачный в расплавленном состоянии

Физико-химические показатели

Наименование	Значение	Методика анализа
Массовая доля жира, %, не менее	82	ГОСТ 32189-2013
Массовая доля влаги и летучих веществ, %, не более	18	ГОСТ 32189-2013
Перекисное число, ммоль (½ О)/кг, при отгрузке с предприятия, не более	1,0	ГОСТ Р 51487-99
Температура плавления,°С	40-42	ГОСТ 32189-2013
Массовая доля трансизомеров жирных кислот, %, не более	1,0	ГОСТ Р 31754-2012
Энергетическая ценность 100 г продукта, кДж/ккал	3030 / 740	ТР ТС 022 / 2011

«Дилактин-S» для кондитеров и не только...

«Дилактин-S» - это буферная смесь лактата натрия (Е325) и молочной кислоты (Е270). За счет уникального сочетания физико-химических, биохимических и технологических свойств этой пищевой добавки спектр ее использования чрезвычайно широк. Она одинаково успешно применяется как в кондитерской промышленности, так и в мясоперерабатывающей и рыбоперерабатывающей отраслях. Но обо всем по порядку.

Кондитерская промышленность

Применение «Дилактин-S» эффективно при изготовлении мармелада, зефира, фруктово-ягодных и ликерных начинок, других кондитерских изделий, включающих в свою рецептуру пектин или пектиносодержащее сырье.

Преимущества применения пищевой добавки «Дилактин-S»...

...при производстве желейных масс:

- уваривание массы можно проводить до большего содержания сухих веществ за счет смещения начала процесса желирования;
- замедляется инверсия сахарного сиропа при варке;
- сокращается продолжительность сушки мармелада;
- pH желейной массы смещается на 0,3-0,8 в щелочную сторону, уменьшается вкусовое ощущение кислоты.

...при производстве зефира и суфле:

- сокращает время сбивания, повышается стойкость взбитой массы;
- улучшается вкус и аромат готовых изделий;
- улучшается сохранность продукции;
- при производстве белково-сбивных изделий возможна замена до 20% яичного белка.

... при производстве фруктовых конфетных масс:

- возможно увеличение в рецептуре количества яблочного пюре;
- температура желирования фруктовой массы снижается с 95°С до 65°С.

Рекомендуемые дозировки к общей рецептурной массе:

Наименование продукции	Дозировка в % к общей массе рецептурного количества
Мармеладные изделия	0,3 – 1,5
Зефир и суфле	0,1 – 0,7
Фруктовая масса	0,1 – 0,7

Рыбная промышленность

Применение «Дилактина-S» эффективно в производстве различных видов рыбопродуктов, а также в рыбных паштетах и салатах. Пищевая добавка может использоваться для обработки рыбной продукции как проходящей, так и не проходящей термическую обработку. Особенно эффективно ее использование при изготовлении продукции из рыбы, имеющей светлое мясо. При выпуске упакованной под вакуумом продукции введение в рецептуру «Дилактин-S» обеспечивает уменьшение отделения влаги при вакуумировании и хранении продукции. Эта пищевая добавка замедляет процессы окисления в охлажденных и замороженных продуктах, улучшает их цвет и аромат. Применение «Дилактин-S» дает возможность сократить количество поваренной соли в производимой продукции, что позволяет улучшить вкусовые качества изделий.

Рекомендуемые нормы внесения добавки «Дилактин-S» при производстве фаршевых мясных продуктов

Наименование продукции	Норма применения «Дилактин-S», кг на 100 кг несоленого сырья
Полуфабрикаты рубленые охлажденные или замороженные	до 6,0
Колбасные изделия:	
– вареные, ливерные	до 4,0
– полукопченые и варено-копченые	до 3,0
– паштеты, заливные блюда	до 4,0

Мясоперерабатывающая промышленность

«Дилактин-S» успешно применяется в производстве различных видов мясных продуктов (полуфабрикатов, колбасных изделий, паштетов, копченостей и пр.), а также для поверхностной обработки мясного сырья, оборудования и инструментов.

«Дилактин-S» — это пищевая добавка бактериостатического действия, подавляющая рост различных микроорганизмов – аэробных и анаэробных, в том числе спорообразующих. Добавка эффективна для ограничения роста микроорганизмов, вызывающих порчу мяса (молочнокислые бактерии, Brochthrix, Pseudomonas и др.), патогенных и условно патогенных видов (Yersinia, Staphylococcus, Lysteria, Escherichia, Salmonella, Clostridium и д.р.)

Использование «Дилактин-S» обеспечивает безопасность, сохранение органолептических характеристик и удлинение сроков годности мясной продукции, способствует торможению процессов окислительной порчи, снижению остаточного содержания нитрита натрия, снижению потерь при термообработке и хранения готовой продукции, препятствует отделению влаги из продукта при вакуумировании.

Важно знать! *Обладая хорошими бактериостатическими свойствами, «Дилактин-S» не является консервантом. В соответствии с нормативной документацией он характеризуется как синергист антиокислителя, влагоудерживающий агент, наполнитель. Следовательно, слово «консервант» на этикетку можно не выносить, что является важным конкурентным преимуществом, особенно при производстве деликатесной и детской продукции.*

Подробную информацию о применении «Дилактина-S» можно узнать, позвонив по телефонам «горячей линии»: 8-800-250-000-7, 8 (831) 241-34-20.

Через кризис – к успеху!

Слово «кризис» за последнее время прочно вошло в лексикон всех участников деловой и общественной жизни нашей страны. Однако специалисты ГК «НМЖК», как и прежде, утверждают, что кризис – это не повод опускать руки и закрывать перспективные направления своего бизнеса. Кризис – это отличная возможность новых решений и реализации нетрадиционных идей. Об уникальном антикризисном предложении ГК «НМЖК» мы поговорили с директором департамента продаж ключевым клиентам ГК «НМЖК» Пановой Мариной Олеговной.

ПАНОВА Марина Олеговна

В период экономических потрясений для многих производителей остро встала проблема выбора: сохранить качество своей продукции, закупая дорогостоящее сырье иностранного или отечественного производства и при этом вынужденно повышать цены на свой товар, или обращаться к поставщикам ингредиентов более низкой стоимости и сомнительного качества, сохраняя прежний уровень цен, но поступаясь качеством своей готовой продукции.

Можно ли даже в кризисное время производителю повысить качество хлебобулочных и кондитерских изделий, оставив цену неизменной и при этом полностью сохранить, а может и приумножить, уровень своей чистой прибыли? Мы говорим «ДА!»

Для этого всем участникам масложирового рынка нашей страны нужно двигаться в одном направлении. Производители сырья, оптовые компании, производители кондитерских изделий не должны вести себя, как герои известной басни И.А. Крылова «Лебедь, рак и щука», стараясь получить сиюминутную выгоду каждый в своем направлении, создавая лишь видимость деятельности по выходу из кризиса. Мы предлагаем взаимовыгодное и плодотворное сотрудничество в одном направлении.

Специалистами центра разработок и внедрения ГК «НМЖК» была разработана целая линейка антикризисных продуктов, включающая в себя маргарины всех имеющихся на данный момент групп специализированных маргаринов. Это маргарины для песочного теста, маргарины для слоеного теста, маргарины для кремов.

Что дает производителю использование маргаринов из антикризисного ассортимента ГК «НМЖК»?

- Доступная стоимость этих маргаринов (примерно на 15% ниже стоимости классического ассортимента) позволяет снизить себестоимость конечных изделий, повышая их рентабельность.
- Применение маргаринов из антикризисного ассортимента не требует изменения технологии производственного процесса.
- Введение в рецептуру кондитерских и хлебобулочных изделий маргаринов из антикризисного ассортимента, обеспечивает стабильное высокое качество конечных продуктов.
- Выпускаемая конечная продукция соответствует тренду «Здоровое питание».
- Все маргарины из антикризисного ассортимента соответствуют требованиям Технического регламента Таможенного союза на масложировую продукцию.

Еще раз хочу повторить, что ГК «НМЖК» открыта для взаимовыгодного сотрудничества, предлагая производителям весь свой многолетний опыт, разработки, технологии и качество, чтобы вместе найти выход из кризисной ситуации, двигаясь и развиваясь в одном направлении.

Маргарины для слоеного теста M570, M527, M560
Сфера применения:
Для слоения дрожжевого и бездрожжевого теста

- Пластичны, не поглощаются слоями теста.
- Обеспечивают изделиям превосходную слоистую структуру.
- Изготовлены на основе высококачественных растительных жиров.
- Уменьшают эффект крошливости в готовом изделии.

Маргарины для песочного теста M225, M240, M250
Сфера применения:
Для приготовления полуфабрикатов для песочных тортов и пирожных, песочного печенья, кексов

- Сокращают время взбивания в два раза.
- Экономия: возможность дополнительного ввода муки до 20% и воды до 10%; возможность вывода из рецептуры яйцепродуктов.
- Отсадка печенья происходит без осложнений.
- Обеспечивают изделиям сливочный вкус и аромат, нежный золотистый цвет.
- Придают мучным изделиям однородную рассыпчатую структуру и увеличение объема.

Маргарины для кремов M322 и M340
Сфера применения:
Для приготовления кремовых украшений на торты и пирожные, кремовых прослоек для тортов и пирожных, суфлейных изделий

- Полностью заменяют дорогостоящее и скоропортящееся сливочное масло при производстве кремов и суфле.
- Изготовлены на основе высококачественных растительных жиров.
- Обладают максимальной возможностью к врабатыванию сиропа при взбивании.