

Изучаем рынок мороженого и отслеживаем его тенденции...



На протяжении 15 лет выставка «Агропродмаш» является главным российским выставочным форумом для специалистов и инвесторов в пищевую и перерабатывающую промышленность. К сожалению, число холодильных компаний год от года все уменьшается. Но есть специалисты из смежных отраслей, которые не обходят вниманием эту выставку. Например, один из постоянных ее участников – польский производитель оборудования для изготовления мороженого компания Ice Group.

Ниже мы публикуем беседу с ее президентом А.Гератовским.

- Аркадиуш, уходящий год был очень удачным для производителей мороженого в России, объем проданных изделий вырос на четверть по сравнению с прошлым годом. Наверное, это повлияло и на возможность покупать больше оборудования. Так ли это?

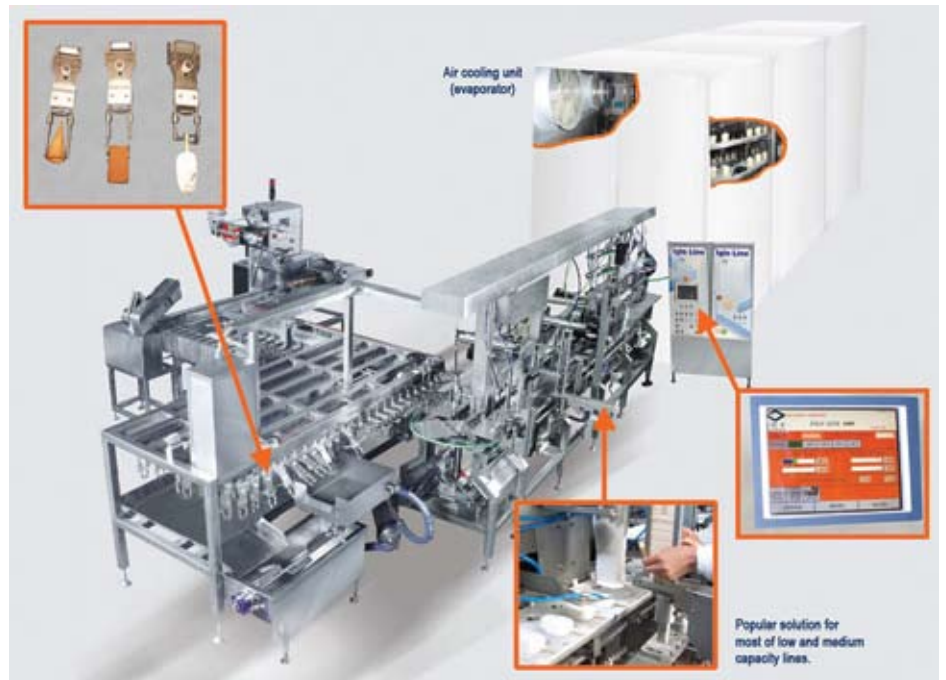
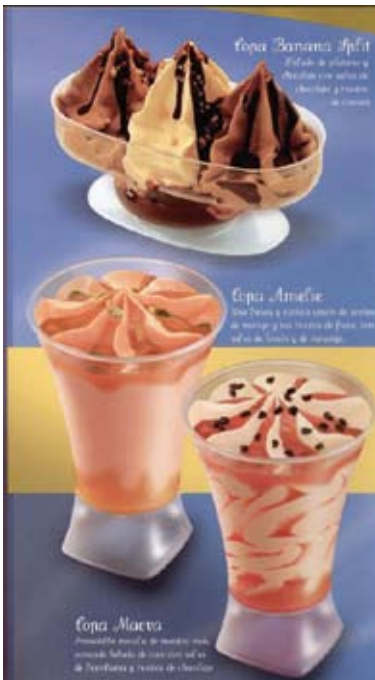
- Прежде всего, я хочу отметить, что мы снова встречаемся на выставке «Агропродмаш», и здесь наблюдается рост экспозиций по всем салонам. Лидеры мировой индустрии продовольствия и ведущие российские компании демонстрируют на выставке свои инновационные продукты и разработки. Нам приятно быть в их числе. И конечно, есть, что предложить российским партнерам. Ведь нашу компанию уже знают на пяти континентах, на оборудовании Ice Group работают в

Алжире и Аргентине, Бельгии и Болгарии, Египте и Франции, Германии и Великобритании, в Турции и США... Перечислять можно долго. И год, Вы угадали, был для нас очень удачным: товарооборот компании вырос на 30-35%. Много оборудования продано, в том числе, и в Россию.

- Ice Group изготавливает собственное оригинальное оборудование для производства мороженого уже более тринадцати лет. Как развивается фирма?

- Вы были у нас в гостях два с половиной года назад. За это время мы закупили новое высокопроизводительное оборудование - мощный пресс, станок, который режет металл водой, построили три новых здания, начинаем четвертое. Чтобы по-





нять объемы строительства, достаточно сказать, что там будет зал на 650 квадратных метров.

- Я помню, что в тот мой приезд Вы не могли даже полностью разместить в помещении один тоннель Iglo Line.

- Сейчас уже можем монтировать одновременно три тоннеля, а вскоре, надеемся, разместится и пять. Наверное, стоит напомнить читателям, что Iglo Line - это комплексная и универсальная линия для производства мороженого, результатом работы которой являются замороженные и упакованные продукты разных видов: мороженое на палочке, рожки с шапкой, сэндвичи, рулеты, торты.

- Значит, оборудование все усложняется?

- Это всеобщая тенденция. У нас в компании сейчас трудится группа конструкторов, работающих с современной профессиональной программой 3D-SolidWorks. Их инновационная работа гарантирует динамичное развитие фирмы. Ice Group имеет также отдел программного обеспечения, в

котором опытные специалисты работают на перспективу, заботясь о насыщении нашего оборудования автоматизированными программами. Вот, посмотрите, например, одну из новинок, которую запустили в производство в начале этого года (*Аркадиуш включает портативный компьютер и показывает, как работает робот-манипулятор, который способен дозировать мороженое в любом направлении - вправо, влево, вверх, вниз. Ему можно задавать любые циклы движения, он способен наполнить как маленький стаканчик, так и 5-литровый сосуд - прим. автора*). Хотим в начале будущего года показать этот робот на выставке в Италии. Но он будет не мороженое дозировать, а выполнять разные смешные функции, чтобы привлечь внимание посетителей.

- Вы назвали множество стран, где используют ваше оборудование. А как дела обстоят в Польше?

- Смешно, но мне придется сказать, что мы вернулись в Польшу. Был момент, когда мы

активно искали новых клиентов в России и почти не работали на польском рынке. Сейчас ситуация в Польше изменилась, осталось всего 14-16 мощных компаний мороженщиков. Они ушли из сараев и гаражей, это современные фирмы, серьезные производства, инвестиции, они работают на перспективу. Сейчас мы с одной компанией-лидером из Лодзи создали маркетинг-концепцию, чтобы под классическим польским брендом «Бомбино» создать линейку продуктов. Они до сих пор выпускали лишь мороженое на палочке, сэндвич... Сейчас будет и рожок, и стаканчик, и другие виды. В этом поможет наш тоннель Iglo Line.





- Как реагируют российские производители мороженого на усложнение техники?

- Стало заметно, что россияне перестают брать маломощное оборудование. Так, в последнее время заказывают тоннели, способные выпускать 20 тысяч порций(!) вафельных стаканчиков в час. Стараются освободиться от устаревших линий, увеличить производительность труда. Это ведь позволяет сократить затраты на рабочую силу, которая в последнее время дорожает в России. Тот, кому это не под силу, вынужден покинуть рынок. Это мировая тенденция.

- Тогда давайте перейдем к разговору о тенденциях на рынке мороженого. Вы и в этом году, конечно, много поездили по миру.

- Обычно я двести дней в году провожу вне дома. В этом побывал и в Южной Африке как раз во время первенства мира по футболу. Был на четырех стадионах. Поразила атмосфера всеобщего праздника: вся улица пела, танцевала.



- А мороженое-то ели?

- Конечно! Какое? Есть, естественно, какие-то специфические вещи, но если говорить о тенденциях, то нужно отметить наступление американских видов мороженого. А они значительно отличаются от европейских. Американское мороженое — очень разнообразных композиций, высокожирное, с большой вязкостью, суперингредиентами, где используются и твердые частицы и соусы... Вспоминаю, например, шоколад-сьюсайд, который я ел в Америке - в переводе - шоколадный самоубийца... В этом мороженом используются кусочки шоколада нескольких видов и еще шоколадный соус.



В крупных магазинах, в кафе популярны виды мороженого, которые продаются шариками, чтобы оно смотрелось не как индустриальное, а как ремесленное или сделанное дома. В сегменте HoReCa активно используются силиконовые подносы с маленькими кармашками - как



форма для мороженого. В компаниях типа «Менаркина» или «Нестле» популярен так называемый «испанский стакан», это стеклянный стаканчик, который можно поставить прямо на стол в ресторане или в баре.

Еще тенденция - продукты типа «байт-сайд», можно перевести как «кусочек» или «один укус». А вот, посмотрите, (снова показывается на компьютере - прим. автора) продукт, который мы сделали с клиентом из Армении на нашем эксклюзивном тоннеле Iglo Line. Три разных формы конфет размещаются в одной бонбоньерке.

- Я знаю, что Вы постоянно участвуете в российских выставках. Но в прошлом году не приехали на салон мороженщиков, который проходил в рамках «Продэкспо». Приедете ли на будущий год?

- Обязательно, мы уже зарезервировали небольшой стенд. Я благодарен Союзу мороженщиков РФ за то, что пригласили. И знаю, что многие российские фирмы не смогут участвовать там, потому что все выделенные организаторами выставки места уже выкуплены. Это радует, возможно, это первые шаги для возрождения выставки, подобной закрывшейся «Мир мороженого и холода». Она, конечно, очень нужна в России.

- Спасибо за беседу.

В.Василевский