

Елена Алексеенкова,
Институт развития сельского хозяйства



БОЛЬШЕ ХЛЕБА: ТРЕНДЫ ХЛЕБНОЙ ОТРАСЛИ

Последние годы хлебная отрасль претерпела немало изменений. И сегодня четко вырисовываются несколько трендов, существенно меняющих подход к некогда базовому продукту питания.

Это все больший захват торговыми сетями территории у хлебопеков, спрос на замороженную, пребейк-продукцию у производителей и параллельно востребованность свежего теплого хлеба среди потребителей. Наблюдается так же увеличение разнообразия продукции, но уменьшение ее размера. Последние полгода тренд на дорогие крафтовые хлеба проседает под безденежьем населения и обострившимся спросом на бюджетный «кирпич».

«КИРПИЧ» НАРАЩИВАЕТ ОБЪЕМЫ

– В торговых сетях произошел всплеск спроса на базовые продукты питания: социальный хлеб, гречка, макароны. Естественно, чем ниже зарплата, тем больше люди едят простые продукты, – говорит **Константин Писаревский, управляющий завода «СЭМЗ»**.

Как бы странно это ни звучало, но уменьшение доходов населения послужило развитию хлебной отрасли. С апреля по июнь крупные хлебозаводы нарастили на 20-25% производственные объемы отгружаемой продукции, говорит **Константин Писаревский**.

– С кризисом работы добавилось, – подтверждает **Алексей Савицкий, директор «Хлебное Оборудование»**. – Чувствуется обнищание народа, что сказывается на большем потреблении хлеба. И это гораздо заметнее в северных регионах, чем в центральной части России.

В «Хлебмаш» и **Danler**, напротив, отмечают тяжелое время для малых и средних производств, которые во время карантина закрывались или «замораживались».

– Денег нет. Есть незначительные заявки, но перспектив больших мы пока не видим, – говорит

Дмитрий Корнетов, директор «Хлеб Сервис». – Даже в торговой сети «Ашан», в которой мы обслуживаем оборудование, оплату труда срезали в 2 раза – хочешь работать, делай это в 2 раза дешевле. От прогнозов на будущее я пока воздержусь.



ПЕЧИ КОНВЕКЦИОННО-РОТАЦИОННЫЕ,
ПОДОВЫЕ-ЭТАЖНЫЕ, ЛЮЛЕЧНЫЕ, ТОННЕЛЬНЫЕ



ПЕЧИ

ДЛЯ ХЛЕБОПЕКАРЕН,
ХЛЕБОЗАВОДОВ,
КОНДИТЕРСКИХ ЦЕХОВ

БЕЛКРАС 29 ЛЕТ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ!



353230, Россия, Краснодарский край,
Северский р-он, пгт. Ильский,
ул. Длинная, 177
тел. +7 (861) 268-20-09, мтс +7-918-677-35-15
+7-928-043-51-41
2682009@mail.ru
belkras www.belkras.ru

Электроэнергия | Газ | Жидкое топливо | Комбинированное



Ирина Назарова,
руководитель отдела по работе
партнерами компании Danler

РЕМЕСЛЕННЫЙ ХЛЕБ ОСТАЕТСЯ

Ремесленные хлеба – продукт, который могут себе позволить люди с определенным достатком. Крафтовый багет стоит, в среднем, 80-120 рублей и для того, чтобы его приготовить требуется определенное оснащение, профессиональная подготовка. В ООО «Хлебмаш», вообще, считают, что выпуск хлеба с необычной рецеп-

турой – не больше, чем повод изменить цену продукта в сторону повышения.

Из-за прошедшего карантина спрос на крафтовый хлеб замедлился, потребитель экономил, объясняет **Ирина Назарова, руководитель отдела по работе с партнерами компании Danler**. Хлебопеки сегодня не рискуют расширять производство, что привело к затишью на рынке хлебопекарного оборудования, добавляют в ООО «Дельфин».

– При этом прогноз как на данный сегмент рынка, так и на хлебопекарную отрасль в целом – оптимистичный. Интерес к дооснащению или переоснащению своих предприятий, который со стороны производителей значительно упал по объективным причинам, сейчас вернулся на докризисный уровень и активно растет. Люди соскучились по качественному хлебу, пирожным, необычным сладостям. И наша задача, как поставщика хлебопекарного и кондитерского оборудования разного профиля, этот спрос в полной мере удовлетворить, заявляет **Ирина Назарова**.

Покупателей у ремесленного хлеба хватает. На его высокую рентабельность давно обратили внимание торговые сети, все чаще в павильонах появляются собственные пекарни. В «Хлеб Оборудование» приводят пример сети магазинов «Пятерочка», где не так давно приобрели подовые печи и тестомесы для приготовления ремесленного хлеба.

ТЕНДЕНЦИЯ К MINI

Как и многие другие продукты, хлебные изделия заметно теряют в размере и весе – все чаще на полках магазинов встречаются мини-кексы, мини-пряники, мини-круассаны, мини-рулеты. Этот рыночный тренд принято связывать с образом жизни современного человека, который ест на ходу, ценит удобство, комфорт и не хочет задумываться о том, как и где ему сохранить недоеденную булку после «перекуса».

Однако в условиях кризиса население болезненно относится к сокращению веса привычного им хлеба или батона.

– В стремлении сэкономить некоторые производители дей-

ствительно перегибают, снижая размер продукции. Но как полноценную тенденцию это выделять не стоит – добросовестные пекари радуют за качество и знают, что клиент возвращается к продукции, которую уже полюбил, считает **Ирина Назарова**.

БЫСТРЫЙ ХЛЕБ

«Хлеб Оборудование» подчеркивает заинтересованность производителей в продуктах длительного хранения. Замороженные полуфабрикаты, полувыпеченные изделия – в тренде все то, что позволяет приготовить быстро, просто и продать хлеб еще теплым, говорит **Алексей Савицкий**.

– Интерес к замороженной и пребейк-продукции очевиден: ритейл-сетям выгоднее выпекать различные изделия на базе собственных мощностей, чем заказывать готовый упакованный продукт у производителей, – подтверждают в **Danler**. – Покупателю куда приятнее взять с прилавка только что приготовленную и ароматную выпечку, нежели привезенную и, возможно, уже залежавшуюся.

С другой стороны, в «СЭМЗ» с начала 2020 года замечают уход потребителя от хлеба, который печется в торговых сетях. Что в крупных городах заметно особенно, говорит **Константин Писаревский**.

– Качество такого продукта сильно уступает хлебу из частных пекарен и хлебозаводов, потому что купленный сегодня «быстрый хлеб» уже на следующий день можно выбрасывать. В Москве, Санкт-Петербурге чаще отдают предпочтение хлебу у зарекомендовавших себя производи-



телей, пусть даже и реализующих свою продукцию через торговые сети, – поясняет он.

Изготовление хлеба при магазинах из полуфабрикатов не может заменить хлеб, выпекаемый на хлебозаводах ни по качеству, ни по объемам. Хотя, конечно свою небольшую нишу этот продукт занимает, делаясь своим мнением в ООО «Хлебмаш».

– К тому же, продажа неупакованного хлеба в сложных условиях пандемии вообще не приветствуется. Так называемый «хлеб без упаковки», все равно обязан быть упакован, хотя бы непосредственно на предприятии торговли. Поэтому, гораздо лучше, если он будет упакован уже на хлебопекарном предприятии в условиях, соответствующих санитарным нормам, – считает **Михаил Щербинин, директор ООО «Хлебмаш»**.



ИЗ КРАЙНОСТИ В КРАЙНОСТЬ

Хлебопеки, как и представители остальных отраслей, смотрят в сторону автоматизации, направленной на то, чтобы больше делать и дольше хранить. На поток поставлено производство мелкоштучных изделий, булочек для хот-догов, гамбургеров, определяемых в вакуумные упаковки, где изделия хранятся до 3 месяцев. Это продукция для фастфудов.

Алексей Савицкий отмечает тенденцию к крайностям. Либо это востребованность маленьких подовых печей для производства ремесленного хлеба, либо хорошие автоматизированные линии.

– Золотой середины нет. Раньше, когда ставили пекарни, делали оборудование для производства от 1 до 10 тонн. Сейчас таких производств практически нет. Все идет в мелочь: маленькие подовые, индукционные печи на допекание. Или автоматизация крупных хлебозаводов, для производства хлеба с низкой себестоимостью и меньшей ценой. Красивая упаковка, срок реализации 1-2 месяца, заморозка. Вот куда смотрят крупные предприятия, – утверждает **Алексей Савицкий**.

В «СЭМЗ» также отмечают рост российских производителей оборудования. Связано это с тем, что мы начали делать действительно конкурентоспособное оборудование, да и покупка за границей запчастей обходится слишком дорого, объясняют причины **Константин Писаревский**.

Из тенденций на будущее руководитель прогнозирует усиление крупных хлебозаводов, ряд крупных влияний и поглощений, к чему много предпосылок уже сейчас.

– Те хлебозаводы, кто в свое время не вкладывал деньги в модернизацию, маркетинг, логистику, построение работы с сетями, естественно, чувствуют не рост, а снижение объемов. Эти предприятия будут поглощаться крупными, и к концу года мы увидим очень значимые сделки на рынке хлебопечения. Тот, кто был лидером, просто укрепит свои позиции и будет скупать более мелких... А потребление хлеба будет только возрастать, – подводит итог **Константин Писаревский**.