

КАЧЕСТВО

АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБОЗРЕНИЕ

ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

В НОМЕРЕ:

2 НОВЫЕ ДОКУМЕНТЫ

1 ИЮЛЯ 2013 г.
ВСТУПАЮТ В СИЛУ
7 ТЕХНИЧЕСКИХ РЕГЛАМЕНТОВ
ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА

3 ГОСТЬ НОМЕРА

АЛИ АЛИЕВ:
«ЗАСТАВИМ
ТОРГОВЛЮ
СОБЛЮДАТЬ
ПРАВИЛА!»



4 ШКОЛА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

КАК ЗАЩИТИТЬ СВОИ ПРАВА,
ЕСЛИ ПРОДАВЕЦ
НАРУШАЕТ ЗАКОН?



6 ВИВАТ ФЕСТИВАЛЬ!

«ВКУСНОГРАД» НА КРЕСТОВСКОМ:
КАЧЕСТВЕННЫЕ ПРОДУКТЫ ЕСТЬ!



ЭКСПЕРТИЗА «ПК»

МОРОЖЕНОЕ ИЗ ЯРОСЛАВЛЯ:

СДЕЛАНО БЕЗ МОЛОКА!

Санкт-Петербургская общественная организация потребителей «Общественный контроль»: пломбир от ЗАО «РАМОЗ» оказался фальсификатом. В его составе обнаружен только растительный жир.

стр. 10 – 11

В НОМЕРЕ:

ЕГО ВЕЛИЧЕСТВО
СВАДЕБНЫЙ ТОРТ

5

ВЫСОКИЙ УРОЖАЙ
ОБЕСПЕЧАТ ТОРФОГУМАТЫ

8

КАК ПОБЕДИТЬ
ГРЫЗУНОВ?

8

АГРОРУСЬ

XXII МЕЖДУНАРОДНАЯ АГРОПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, ЛЕНЭКСПО
26 АВГУСТА – 1 СЕНТЯБРЯ 2013

Организаторы: Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Комитет Государственной Думы по аграрным вопросам, Правительство Санкт-Петербурга, Правительство Ленинградской области, Ассоциация крестьянских (фермерских) хозяйств и сельскохозяйственных кооперативов России (АККОР), ЗАО «ЭкспоФорум»

АГРОРУСЬ – КРУПНЕЙШАЯ ВЫСТАВОЧНАЯ ПЛОЩАДКА РОССИИ ДЛЯ ДЕМОНСТРАЦИИ ДОСТИЖЕНИЙ МАЛЫХ ФОРМ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ АПК

БОЛЕЕ 1700 УЧАСТНИКОВ | БОЛЕЕ 115 000 ПОСЕТИТЕЛЕЙ | ПЛОЩАДЬ ВЫСТАВКИ 55 600 м²

0+

EXPOFORUM

тел. +7 (812) 240 40 40 доб. 231, 234, 235, 188, 254
Большой пр. В. О., 103, farmer@expoforum.ru
www.agrorus.expoforum.ru

НОВЫЕ ДОКУМЕНТЫ

С 1 июля 2013 года в России, Беларуси и Казахстане изменится законодательство, регулирующее выпуск, реализацию и оборот...

Жить по регламенту!

«О безопасности отдельных видов специализированной пищевой продукции, в том числе диетического лечебного и диетического профилактического питания»;

ВАМ ОТВЕЧАЕТ ЮРИСТ

Если ваши права нарушены...

Как Технический регламент изменит жизнь участников мясного рынка? Этот документ будет иметь статус закона и заменит существующие нормативные акты государств...

ДЛЯ ТЕХ, КТО ЛЮБИТ РЫБУ



Соленая селедочка с растительным маслом — классический вкус, известный нам еще с детства. Это самый популярный вид рыбной закуски, уместной на любом столе...

ПОКУПАЯ СЕЛЬДЬ В ВАКУУМЕ, БУДЬТЕ БДИТЕЛЬНЫ!

Селедку (харинг) миру подарил голландский моряк Виллем Якоб Бейкельс в 1390 году. До этого времени селедка служила пищей самым бедным слоям общества...



КАК ПРАВИЛЬНО ВЫБРАТЬ СЕЛЬДЬ В ВАКУУМНОЙ УПАКОВКЕ? Проверьте дату изготовления и сроки хранения, указанные на упаковке. Продукт не должен быть просроченным...

Сельдь — НЕ ПРОСТО ЗАКУСКА

Полезные свойства рыбы, в том числе сельди, заключаются в огромном количестве дефи-



цитного микроэлемента — йода. Для получения суточной дозы йода достаточно употребляет 200 г рыбы в день.

МОРОЖЕНОЕ



Старейший в Санкт-Петербурге изготовитель мороженого «ХЛАДОКОМБИНАТ № 1» известен своей знаменитой «Сахарной трубочкой», которая стала настоящим брендом Северной столицы.

«САХАРНАЯ ТРУБОЧКА» — РОДОМ ИЗ ДЕТСТВА

Для изготовления мороженого, которое выпускается по ГОСТу, используются только сливочное масло, натуральное, сгущенное и сухое молоко. У фирменной «Сахарной трубочки» оригинальная сине-золотая обертка.

Производят много лет, а интерес покупателей к мороженому не падает, несмотря на то что на рынке появилось множество разнообразных видов ледяного лакомства.

Это совместный проект двух компаний. Брикет сливочного пломбира славется очень вкусными наполнителями. На комбинате сами готовят варенье из ягод.

ПЕТЕРБУРСКОЕ КАЧЕСТВО. Учредитель и главный редактор — Всеволод Вишневецкий. Контактная информация.

Свидетельство о регистрации СММ ПИ № ТУ 78-00674 от 27.08.2010 г. Адрес редакции и издателя: 190103, Санкт-Петербург, Рижский пр., 26.

Отдел распространения: Тел./факс (812) 251-04-46. Мнения авторов статей не обязательно совпадают с мнением редакции.

Номер подписан к печати 11.06.2013 г. Газета отпечатана в ООО «Типографский комплекс «Девиз» 199178, Санкт-Петербург, 17-я линия В.О., д. 60.

ЗАСТАВИМ ТОРГОВЛЮ СОБЛЮДАТЬ ПРАВИЛА!



Совсем скоро отечественные мясопереработчики начнут выпускать свою продукцию в соответствии с новым Техническим регламентом Таможенного союза «О безопасности мяса и мясной продукции»...

магазинах все хорошо! Правда, часто бывает, что мы обнаруживаем в магазине нарушения правил реализации мясной продукции...

реализует все, что поступает на прилавок. Честно говоря, верится в это с трудом. Почему торговые сети не заказывают у производителей продукцию в потребительской упаковке?

— Как узнать, продукция реализована в срок или ее место уже в помойке? Магазины обязаны иметь так называемые бракеражные журналы, в которых должна отражаться информация о времени вскрытия упаковок...

Теперь давайте посмотрим на цифры. Ежегодно в Санкт-Петербурге реализуется через торговые сети порядка 100 000 тонн охлажденной продукции, а количество утилизированной продукции практически равно нулю.

Охлажденная продукция требует к себе гораздо более бережного отношения, нежели замороженная. На всех предприятиях — производителей мясной продукции находятся ветеринарные специалисты от городской ветеринарной станции...

— Как заставить торговцев мясом и мясной продукцией работать честно? Торговые сети, которые самостоятельно занимаются переработкой мясных изделий, скрывая заводские упаковки, производят фарши и другие полуфабрикаты...

Если предприятия торговли не желают исполнять требования законодательства, они должны отказаться от переработки, разделки и переупаковки пищевых продуктов, получаемых от производителей...

ВСЕ ПО-ЧЕСТНОМУ

18 мая в Приморском парке Победы прошел очередной, уже 18-й по счету фестиваль вкуса и здоровой пищи «ВКУСНОГРАД»...

ЧЕСТНЫЙ ПРОДУКТ

ИНДЕЙКА В СОБСТВЕННОМ СОКУ покорила петербуржцев



КТО ПОСЛЕДНИЙ ЗА ТУШЕНКОЙ? Не каждый производитель решает принять участие в фестивале «ВКУСНОГРАД»...

МЫ ЗА ЦЕНОЙ НЕ ПОСТОИМ Компания-производитель любимой в народе тушенки привозит ее на «ВКУСНОГРАД» ежегодно...

чество фосфора не уступает рыбе. Мясо индейки укрепляет иммунитет и благодаря белку является природным стимулятором роста клеток и мышц.

«Честный продукт» стоит дороже, зато мяса в ней полная банка и никаких добавок, кроме натуральных специй.

Волпе объясним — качество не может стоить дешево. А чуть поодаль раскинулась традиционная на «ВКУСНОГРАДЕ» полевая кухня.

Благодаря своим диетическим свойствам мясо индейки полезно даже маленьким детям и пожилым людям.

Вокруг дегустационных столиков тоже царил оживление. Попробовав кусочек ароматного мяса или овощей, гости фестиваля примыкали к длинной очереди за покупкой.

Индейка — мясо нежное и диетическое. Она содержит массу витаминов и микроэлементов, а по количеству фосфора не уступает рыбе.

Индейка — мясо нежное и диетическое. Она содержит массу витаминов и микроэлементов, а по количеству фосфора не уступает рыбе.

ЧТО ДЕЛАТЬ, ЕСЛИ В КВАРТИРЕ ПРОТЕЧКА?

Три года назад квартиру пенсионера Афанасия Никитича СОЛОДОВНИКОВА залило. Небольшой дождь нанес пенсионеру такой урон, как будто над домом пронеслась настоящая стихия. Причиной потопа стала кровля, которая по вине управляющей компании пришла в негодность. Стекая по стенам, вода испортила не только обои, но и откосы окон, паркет и плинтусы. Пенсионер неоднократно обращался к управляющей компании с требованиями о возмещении убытков. Однако все попытки оказались безуспешными. И тогда для защиты своих прав он обратился в общественную организацию потребителей.

«СЕКРЕТНАЯ» СМЕТА

В течение двух лет управляющая компания кормила Афанасия Никитича обещаниями, а он с супругой продолжал жить в квартире, которая, по сути, была непригодна для жилья.

Согласно п. 2 ст. 162 Жилищного кодекса РФ управляющая организация обязана осуществлять обслуживание многоквартирного дома, в том числе ремонт общего имущества. В соответствии с ч. 3 п. 1 ст. 36 Жилищного кодекса РФ крыша дома относится к общему имуществу собственников жилья. Афанасий Солодовников исправно оплачивал жилищно-коммунальные услуги, а управляющая организация, наоборот, не исполняла своих обязательств в полном объеме, что и привело к заливу квартиры.

Наконец после настойчивых требований пенсионера из управляющей компании явилась комиссия, которая произвела оценку ущерба и предложила хозяйину выбрать, что он пожелает: ремонт квартиры силами жилищников или денежную компенсацию в размере... 20 тысяч рублей.

Невооруженным глазом было видно, что этих денег не хватит и на десятую часть ремонта, поэтому Афанасий Никитич пытался рассмотреть второй вариант и попросил смету на ремонт. Но в ответ услышал, что смета — закрытая информация, которая жильцам не предоставляется.

— Я работал в военно-промышленном комплексе и имел доступ к секретным документам, но никогда не думал, что не смогу получить его к смете на ремонт собственной квартиры, — горько шутит пенсионер, пришедший со своей проблемой в общественную организацию по защите прав потребителей.

Первый шаг, который необходимо было сделать пострадавшему, — независимая экспертиза. Она показала, что истинный ущерб составляет не 20 000 руб., а все 117 000 руб! Результаты экспертизы не изменили позиции УК, которая не спешила компенсировать пенсионеру расходы на ремонт. Хотя, по словам Ильи Немерского, юриста общественной организации потребителей, требования о возмещении убытков должны были быть удовлетворены в течение 10 дней после подачи письменного заявления (ст. 31 ФЗ № 2300-1 от 07.02.1992 г. «О защите прав потребителей»).

— Нанесение ущерба собственности произошло вследствие некачественного оказания услуги. Возмещение убытков в таком случае предусмотрено Гражданским кодексом ст. 1095 и п. 1 и ст. 29 ФЗ № 2300-1 от 07.02.1992 г. «О защите прав потребителей». А согласно п. 2 ст. 1096 ГК РФ расходы на восстановительный ремонт и проведение экспертизы должен возместить исполнитель услуги, то есть управляющая компания. Кроме того, потребитель имеет право требовать компенсацию морального вреда, ведь он почти три года жил в антисанитарных условиях. Поскольку часть квартиры принадлежала дочери Афанасия Никитича, мы оценили моральный вред в 50 тысяч рублей для каждого собственника этой квартиры.

С этими требованиями, составленными по заявлению Солодовникова, общественная организация обратилась в Смольнинский районный суд Санкт-Петербурга, который 16 мая удовлетворил иск и постановил взыскать с управляющей компании в итоге 133 тысячи рублей, сократив моральный вред с пятидесяти до трех тысяч рублей. Эти деньги окупят затраты пенсионера и покроют его расходы на ремонт квартиры.

— В соответствии с п. 6 ст. 13 Закона «О защите прав потребителей» суд должен был также взыскать с ответчика в пользу потребителя штраф в размере 50% от суммы взыгранного иска, так

как управляющая компания не отреагировала на результаты экспертизы и отказалась в досудебном порядке урегулировать спор, — продолжает Илья Немерский. — Однако суд не вынес такого решения, и мы будем это обжаловать.

Афанасий Солодовников с помощью общественной организации потребителей добился справедливости. Но, промедлив еще несколько месяцев с обращением в суд, он мог оказаться у разбитого корыта, ведь срок исковой давности составляет три года с момента нарушения прав потребителя. Солодовников ждал больше двух лет, хотя видел, что управляющая компания не собирается удовлетворять его требования.

НЕИСПРАВНЫЙ УНИТАЗ

В начале января 2013 г. Елена Соломонова решила поменять в квартире сантехнику. В числе прочих товаров она приобрела унитаз стоимостью 4560 рублей. Его установили, а через две недели унитаз перестал работать слив. Потребитель обратился в магазин. Вскоре откуда пришел эксперт и проверил товар.

— Засор был налицо. Эксперт признал производственный брак и составил техническое заключение о том, что недостаточная проходимость фановой системы образовалась из-за дефекта чаши. Потом взял с меня 500 рублей за экспертизу, — жалуется Елена.

Однако представитель магазина, взяв деньги с потребителя за проверку качества товара, поступил незаконно. В соответствии с п. 2 ст. 476 Гражданского кодекса РФ и абзацем 2 п. 6 ст. 18 Закона «О защите прав потребителей» в случае обнаружения недостатков в товаре, на который имеется гарантийный срок, обязанность устанавливать их причину лежит на продавце, то есть провести экспертизу он должен был бесплатно. А согласно ст. 18 того же закона при обнаружении производственного дефекта в период гарантийного срока потребитель имеет право на возврат денег, уплаченных за товар и потраченных на экспертизу.

С требованиями вернуть деньги за унитаз женщина обратилась в магазин. Однако продавец, игнорируя результаты экспертизы своего же сотрудника, заявил, что производственный брак отсутствует, и отказался возвращать деньги. Вместо этого посоветовал обратиться напрямую к производителю.

— Конечно, к производителю унитаза мы обращаться не стали, — рассказывает Елена, — а пришли за помощью в общественную организацию потребителей. Ведь к тому времени три месяца семья жила в условиях «чрезвычайного положения».

Юрист **Илья Немерский** разъяснил, что продавец нарушил права потребителя на приобретение качественного товара (ст. 4 Закона «О защите прав потребителей»), а также установленные ст. 22 этого закона сроки возврата уплаченных денежных средств и возмещения убытков, которые составляют максимум 10 дней.

Поскольку сумма иска была менее 50 тысяч рублей, общественная организация по заявлению потребителя обратилась в мировой суд Красногвардейского района. Директор магазина понял, что ему дешевле удовлетворить требования истицы, не дожидаясь вынесения решения, и заключил с ней мировое соглашение. Если бы он этого не сделал,

суд помимо прямых убытков посчитал бы еще неустойку в размере 1% за каждый день просрочки (ст. 23. Закона «О защите прав потребителей»), а также наложил штраф на магазин в размере 50% от суммы иска.

Согласно мировому соглашению Елена получила на руки 17 650 руб. Это в три раза больше, чем стоил унитаз! Кроме того, что ответчик вернул деньги за бракованный сантехприбор, он оплатил экспертизу, а также возместил расходы истицы на юридические услуги. Унитаз с дефектом демонтировали и увезли, а Елена купила в другом магазине новый, на этот раз полностью исправный.

АВТОМОБИЛЬ С ПРОСРОЧКОЙ

Если кому-то может показаться, что от недобросовестных продавцов страдают в основном покупатели недорогих товаров, то это заблуждение. Да, да, богатые потребители тоже плачут!

В этом году в общественную организацию по защите прав потребителей уже обратились четверо клиентов известного в Санкт-Петербурге автосалона, которые оплатили свои автомобили, но так и не получили их на руки! Обманутые покупатели ждут своих железных коней по три-четыре месяца и даже больше, а автосалон работает по схеме пирамиды: деньги от новых клиентов идут на выкуп у автопроизводителей ранее поставленных в салон машин.

Одной их жертв такого обмана стала петербурженка **Наталья Исупова**. Она уже не раз пользовалась услугами этого автосалона и никак не могла предположить, что на этот раз вызовет автомобиль из салона придется с помощью общественной организации потребителей.

Заказав свою вишневую «ласточку» стоимостью 1 168 000 рублей, Наталья подписала с продавцом предварительный договор. Через две недели ее известили, что машина с завода пришла, пригласили оплатить покупку. Ничего не подозревая автоледи произвела оплату. Однако в назначенный срок автомобиля в салоне не оказалось.

Начался долгий и утомительный период ожидания. Продавец словно забыл о своих обязательствах и вспоминал только тогда, когда получал от потребителя очередную претензию с требованиями выплаты неустойки за нарушение сроков и передачи ей купленного авто.

— Если допускается нарушение сроков передачи оплаченного товара, то в соответствии со ст. 23.1 Закона «О защите прав потребителей» покупатель может отказаться от него и вернуть деньги или оговорить с продавцом новые сроки передачи ему товара, — комментирует юрист Илья Немерский. — И в том и другом случае он

имеет право получить неустойку в размере 0,5% от уплаченной за товар суммы за каждый день просрочки вплоть до передачи ему автомобиля либо возврата денег.

Ответы на претензии приходили быстро. Директор автосалона вежливо извинялся и обещал исправить недоразумение, но не назначал конкретного срока передачи автомобиля и умалчивал о неустойке.

— В очередном письме сообщили, что поставили меня на очередь, — рассказывает Наталья Исупова. — Тогда я поняла, что мне просто морочат голову.

Автомобиль был оплачен в феврале, а в апреле, через три месяца после бесплодной переписки, Наталья отправилась искать помощи в общество потребителей, которое по заявлению Натальи подготовило и направило исковое заявление в Василеостровский районный суд г. Санкт-Петербурга.

— Покупательница поступила правильно, что сразу составила претензию в письменном виде, — комментирует Илья Немерский. — Поскольку продавец проигнорировал предложение добровольно удовлетворить требования потребителя, то при обращении в суд в соответствии с п. 6 ст. 13 Закона «О защите прав потребителей» письменная претензия дает возможность потребителю взыскать с продавца, нарушившего условия договора, штраф в размере 50% от суммы, присужденной судом.

Однако до судебного решения дело не дошло, так как автосалон поспешил заключить с истицей мировое соглашение. В результате Наталья пошла на уступки и снизила сумму неустойки с набезававших 400 до 215 тысяч рублей. Потребитель все равно остался в плюсе: и автомобиль получил, и компенсацию за свою активную позицию в придачу.

— Стороны могут окончить дело мировым соглашением в соответствии со ст. 39 Гражданского процессуального кодекса РФ, — поясняет Илья Немерский. — В порядке ст. 173 ГПК стороны заявляют условия мирового соглашения, которые утверждаются судом. Одновременно прекращается производство по делу. Повторное обращение в суд по спору между теми же сторонами и по тому же вопросу невозможно.

Наталья Исупова добилась справедливости, однако в настоящее время в общественную организацию поступило заявление от очередного пострадавшего от действия того же недобросовестного автохолдинга. Очевидно, что с помощью подобных махинаций компания умудряется получать прибыль, превосходящую выплату неустоек обманутым клиентам. Рано или поздно подобной деятельностью компания должна заинтересовать прокуратура.

ПОТРЕБИТЕЛЬ, ЗНАЙ СВОИ ПРАВА!

Приведенные примеры эффективной защиты прав граждан — наука остальным потребителям, которые зачастую теряются в простых ситуациях, забывая, что при грамотных и последовательных действиях можно не только восстановить справедливость и поставить на место зарвавшегося продавца или исполнителя услуги, но и получить через суд достойную компенсацию за испорченные нервы. Главное — знать свои права, не позволять себя обманывать, вовремя обращаться за помощью в общественные организации по защите прав потребителей.

Нина БАШКИРОВА

МОЛОДОЖЕНАМ



невские берега

кондитерский комбинат
основан в 1955 году

Июнь — начало сезона свадебных торжеств. А какая свадьба без торта? Его все гости ждут с замиранием сердца, а потом под звон шампанского жених и невеста фотографируются на фоне символа сладкой жизни молодоженов. Чтобы фото получилось ярким, как и сам торт, продумать его детали надо заранее, а изготовление поручить мастерам своего дела.

Его величество свадебный торт

ВСПОМНИТЕ СВОЮ МЧТУ

Кондитерский комбинат «Невские берега» славится тем, что здесь заказывают торты к юбилеям знаменитых артистов, компаний и организаций, празднованию Дня города и годовщины исторических событий. Мастера компании создавали целые сладкие поселения с крепостями и колокольнями, загородными усадьбами и маяками. К юбилею известного кинофильма

лепили из сладкой мастики точные копии Вицина, Никулина и Моргунова. А 100-килограммовый многоярусный торт, созданный кондитерами «Невских берегов» к венчанию высокопоставленной особы, они украсили огромной, но съедобной «золотой» короной. Для мастеров фабрики нет ничего невозможного. Поэтому заказывать торты к свадьбе многие петербуржцы предпочитают именно на **наб. Макарова, д. 32**.

Перед тем как определиться с заказом, вспомните свою мечту. Подумайте, каким вы хотите видеть свадебный торт? «Невские берега» — один из немногих в городе кондитерских комбинатов, который выполняет заказы на свадебные торты по любым эскизам, наброскам и даже словесному описанию.

Все, кто обладает хотя бы небольшой фантазией, могут нарисовать желаемое на бумаге или изобразить на компьютере с помощью графического редактора. Многие черпают свои идеи из интернета, а потом составляют сборный портрет готового изделия. Можно принести фотографии и скомбинировать любые детали понравившихся тортов с помощью менеджера или заказать миниатюрную копию своей дачи или свадебного лимузина...

Какие только художественные задачи не воплощали кондитеры «Невских берегов». И воздушные сооружения в виде ажурных шляпок и величественных колоннад, и торжественные монументы, и роскошные дворцы... Однако наиболее популярным выбором молодоженов стал огромный многоэтажный торт, где каждый ярус установлен на специальной подножке, а фигурки жениха и невесты, вылеплены из сладкого марципана. Это — новая европейская традиция, ставшая необычайно популярной у нас. Фигурки обычно не едят, а оставляют на память.



ВСЕ НА ПИКНИК!

Утро на природе — это прекрасное настроение и большие планы на день. Аппетитный завтрак без хлопот — как раз то, с чего нужно начать.

Несколько бутербродов с ветчиной «Купеческая» подарят вам не только чувство сытости, но и приятные минуты наслаждения вкусом! А если вы куда-то собираетесь, можно взять несколько бутербродов с собой — прекрасная возможность утолить голод прямо на ходу.

Для тех, кому необходимо подкрепить более основательно, прекрасно подойдут сосиски «Молочные классические». Поскольку это готовый продукт, их можно не только варить, но и просто подогреть на костре или сковородке.

Днем, в самую жару, приятнее всего передохнуть в прохладной тени и съесть холодный свекольник или окрошку на квасе. Для настоящих гурманов предлагаем несложный рецепт окрошки с колбасой, сосисками и зеленым горошком.



Продукцию комбината «Диетпродукт» можно найти как в крупных торговых сетях: «Лента», «Карусель», «Перекресток», «Призма», «К-Руока», «Пятерочка», «Семья», «Полушка», «Фреш», — так и в обычных магазинах около дома.

ДАЖЕ УЕЗЖАЯ ЗА ГОРОД, ЧУВСТВУЙТЕ СЕБЯ КАК ДОМА с мясными продуктами «Домашняя линия»!

Вот и наступило долгожданное лето! Петербуржцы соскучились по ласковому солнцу, зеленой травке и веселым пикникам, и каждая выходные стараются вырваться из душного города за город, на природу. Отдыхать хочется не только весело, в приятной компании, но и вкусно. Да еще чтобы быстро и без труда устроить трапезу по-домашнему на большую компанию. Петербургский мясоперерабатывающий комбинат «ДИЕТПРОДУКТ» успел подготовиться к летнему сезону и предлагает для активного отдыха широкий ассортимент вареных и копченых колбас, ветчин, сосисок и сарделек, а также мясных деликатесов — все под торговой маркой «ДОМАШНЯЯ ЛИНИЯ».

С «ДОМАШНЕЙ ЛИНИЕЙ» Везде как дома!

Ингредиенты: квас — 1 л, вареная колбаса «Докторская Премиум» ТМ «Домашняя линия» — 200 г, сосиски «Сливочные классические» ТМ «Домашняя линия» — 200 г, зеленый горошек — 100 г, огурцы — 150 г, отварной картофель — 200 г, яйцо (отваренное вкрутую) — 4 шт., лук зеленый — 50 г; укроп, соль, сметана — по вкусу.

Способ приготовления: Колбасу, сосиски, картофель и огурцы порезать кубиками, яйца, лук и укроп мелко порубить. Добавить зеленый горошек, все перемешать. Посолить по вкусу. Залить квасом. Перед подачей на стол заправить сметаной.

А вечером стоить себя немного побаловать и устроить небольшой пикник для себя и своих близких и друзей на ближайшем озере или реке. Провести время со вкусом и комфортом вам также поможет «Домашняя линия». «Шашлык из шеи» — сосиски аппетитной охлажденной свинины в классическом маринаде, которые так и просятся на мангал. А любители оригинального удовольствия оценят наборы ассорти колбасок и сарделек для гриля «Домашняя линия», соединившие в себя немецкие, американские и русские рецепты.

Вадим ВЯЗАНКИН





«ВКУСНОГРАД» открывают (слева направо): Всеволод Вишневецкий, председатель Санкт-Петербургской общественной организации потребителей «Общественный контроль», Андрей Цибуногин, заместитель главы администрации Петроградского района Санкт-Петербурга, Александр Рашикован, председатель совета директоров ПО «Лужский консервный завод», Сергей Дроздов, заместитель генерального директора ЗАО «Росэкспром».



Предприятия-участники фестиваля «ВКУСНОГРАД» на параде дружно держат шаг!



«Вкусноград» объединяет!



На сцене – ансамбль «Ярмарка»

ВКУСНОГРАД НАКОРМИТЬ ВСЕГДА ГОРОД РАД!

18 мая 2013 г. в Приморском парке Победы (Крестовский остров) состоялся XVIII Санкт-Петербургский фестиваль продуктов питания «ВКУСНОГРАД». Праздник здорового питания был организован Санкт-Петербургской общественной организацией потребителей «Общественный контроль» при поддержке администрации Петроградского района Санкт-Петербурга.

В метеосводках суббота 18 мая рисовалась мрачным и унылым днем. Петербуржцев пугали дождями, грозами и даже градом, но вкусноградцы в очередной раз доказали, что в их вкусном городе всегда светит солнце, а сами они в любую погоду готовы дарить петербуржцам не только улыбки, хорошее настроение, но и море вкусных подарков и призов. И действительно, вопреки прогнозу этот день оказался на редкость теплым и солнечным, как и сам фестиваль «ВКУСНОГРАД»!

С самого утра и до позднего вечера солнце следило за происходящим в Приморском парке Победы. И посмотреть было на что! Ровно в двенадцать часов начался традиционный парад участников фестиваля. Колонна из пиццевиков и их поклонников с шарами и флагами под звуки духового оркестра и аплодисменты зрителей двинулась к сцене.

В этом году в фестивале приняли участие десятки производителей из разных регионов России: Санкт-Петербурга, Москвы, Московской области, Ленинградской области, Калининграда, Башкирии, Новгородской области, Белгорода. В результате петербуржцы смогли попробовать и приоб-

рести без торговой наценки самую разнообразную пищевую продукцию. На прилавках фестиваля были широко представлены молочные и мясные продукты, хлеб, выпечка, мед, грибы, консервированные ягоды и овощи, соки и мороженое, рыбные деликатесы, морепродукты, замороженные полуфабрикаты, кондитерские изделия, консервы и пресервы, чай, кофе, минеральная вода и даже экзотические замороженные бананы в шоколаде. Одним словом, чего бы душе ни пожелалось, все бы сразу отыскалось!

Особая примета фестиваля — щедрые призы от производителей всем гостям «ВКУСНОГРАДА». Кто находил в себе смелость подняться на сцену и поучаствовать в конкурсах, без награды с нее не спускался. Предприятия-участники на подарки не скупились.

Впрочем, и сами они тоже могли побороться за призы от организаторов. Например, в конкурсе «МИСС ВКУСНОГРАД», в котором участвуют красавицы и умницы, работающие на предприятиях «ВКУСНОГРАДА». С каждым годом оценивать его становится все сложнее и сложнее. Предприятия гото-

вятся на самом высоком уровне. Выбрать одну единственную победительницу ох, как нелегко, когда в конкурсе участвуют такие красавицы в великолепных модельных нарядах, как **Ольга Михайлова** из ООО «Фабрика домашних солений», выходят на сцену зазорные группы поддержки, как у ООО «ТК Мираторг» и ЗАО «Дмитровский молочный завод». Да и кроме того, все претендентки без исключения милы, талантливы и обаятельны!

В результате титул МИСС ВКУСНОГРАД и корона от жюри достались представительнице ЗАО «Росэкспром» **Анастасии Жемериной**, а приз зрительских симпатий завоевала **Варвара Рябова** из ОАО «Дмитровский молочный завод». Все участницы конкурса получили ценные подарки и бурные аплодисменты от своих поклонников и зрителей.

По традиции, завершился фестиваль вручением дипломов и совместным исполнением песни «Дружба», потому что именно крепкая дружба производителей и покупателей и есть то главное, к чему стремятся организаторы и чем дорожат участники фестиваля.

Алиса САВЕЛЬЕВА



Анастасия Жемерина (ЗАО «РОСЭКСПРОМ») – обладательница титула МИСС ВКУСНОГРАД-2013



Виват «ВКУСНОГРАД»!



Дегустация ООО «Камей-Альфа» в разгаре



Компания «Иней» – настоящий вкус мяса



Дружная команда «ВКУСНОГРАДА»!



УДОБРЕНИЯ

Июнь для дачников — самая горячая пора. Чтобы вырастить богатый урожай овощей и ягод, требуется приложить немало усилий и выбрать правильные удобрения. Секрет эффективного и безопасного питания растений разгадали петербургские специалисты. Компания «ГАТЧИНСКИЙ ТОРФЯНОЙ РЕСУРС» осваивает производство грунтов на основе торфогуматов, которые в два раза повышают урожайность и полностью избавляют продукцию от опасных нитратов.

Высокий урожай обеспечат торфогуматы

ПОЧЕМУ ПОЛЕВЫЕ ЦВЕТЫ НЕ УДОБРЯЮТ?

Традиционно состав почвы оценивают по содержанию в ней азота, калия и фосфора. Мы привыкли к минеральным удобрениям и уверены, что без них невозможно вырастить хороший урожай. Однако при всех достоинствах химических веществ у них есть существенные недостатки, к которым относятся медленная усвояемость питательных элементов, а главное, — накопление в плодах опасных нитратов.

Ученые давно задумались над тем, как сделать процесс питания растений более эффективным и безопасным. Ведь никто не подкармливает полевые цветы и лесные кустики азотом и не подсыпает в почву фосфора. Секрет природного удобрения открыли

специалисты компании «Торфогумат», которые не только доказали, что гуматы усваиваются растениями гораздо лучше и быстрее минеральных удобрений, но и создали технологию получения этих веществ из торфа.

«НОУ-ХАУ» — ВСЕМ САДОВОДАМ!

Гуматы — соли гуминовых кислот, которые получают путем разложения растительной массы. Они стимулируют деятельность почвенных бактерий, которые неустойно трудятся над естественным плодородием почвы. Это своеобразный биокомпьютер, который совершенствовался веками, чтобы жизнь растений не прекращалась никогда.

Обогащенные гуматами торфогрунты начала производить компания ООО «Гатчинский

торфяной ресурс», известная как изготовитель популярных торфяных питательных грунтов «Земля садовая 7 грядок» и наполнителем для биотуалетов «Торфозащит». Сырьевая база предприятия находится на торфяном месторождении «Чистое», расположенном в Гатчинском районе Ленинградской области далеко от населенных пунктов. На этой территории присутствует весь спектр природных торфов, а название месторождения говорит об экологическом благополучии этих земель.

ОТ ХИМИИ К ПРИРОДЕ

Торф, имеющий тысячелетнюю историю — самый экологически чистый источник гуминовых кислот. Однако в естественном виде он содержит всего до 3% гуматов. Поэтому для производства почвогрунта «7 грядок» компания традиционно обогащала торф минеральными добавками. Новая технология, разработанная специалистами ООО «Торфогумат», позволяет довести количество гуматов в торфе до 40%. Благодаря такому высокому содержанию гуматов отпала необходимость в минеральных элементах, производимых химическим путем.

В этом году ООО «Гатчинский торфяной ресурс» уже освоил выпуск слабокислого

органического биогрунта «БИОЗЕМ» без минеральных удобрений на основе комплексного многоцелевого компоста производства ООО «БИОЗЕМ». На следующем этапе ООО «Гатчинский торфяной ресурс» совместно с ООО «Торфогумат» приступят к производству уникальных торфогрунтов, обогащенных торфогуматами — самыми эффективными удобрениями в сельском хозяйстве.

Торфогуматы не только в два раза повышают урожайность, но и защищают почву от тяжелых металлов и ядовитых веществ. Поэтому за экологическую чистоту овощей на участке можно быть спокойными. Не надо думать и о том, как подкормить растения, — гуматы поставляют растениям питательные вещества и стимулируют их рост. Едва ли не самый большой вопрос дачников — высокая кислотность почв, характерная для большинства садоводств Ленинградской области. Но гуматы справляются и с этой проблемой, регулируя кислотность почвы и улучшая ее структуру: песчаные почвы связывают, а глинистые делают рыхлыми. Кроме того, гуматы усиливают прогревание почвы, окрашивая ее в черный цвет. А удерживая воду, повышают ее влагоемкость.

Торфогрунты с гуматами могут использоваться для выращивания рассады и подкормки широкого ассортимента овощных, цветочных и декоративных культур. Причем с ранней весны до поздней осени. Пришла пора возвращаться к мудрым рецептам природы, которые сегодня стали доступными людям.

Нина БАШКИРОВА



НОВИНКИ ДЕРАТИЗАЦИИ

Традиционные методы борьбы с грызунами, например ловушки, с каждым годом становятся все менее эффективными. Грызуны к ним привыкают, к тому же мышеловки опасны для домашних животных. Методы борьбы с вредителями каждый выбирает сам — я же предлагаю использовать более современные и испытанные химические средства.

Для решения проблемы грызунов наиболее оптимальный выбор — приманки, выпускаемые в разных формах: гранулы, зерно или тесто-брикеты. Эти средства защиты наиболее эффективны и просты в применении.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ МЕСТА

Обратите внимание: если крыса попала в глаза в дневное время — это значит, что популяция в подземных коммуникациях разрослась до 50–100 особей и меры по уничтожению необходимо принимать незамедлительно.

В борьбе с грызунами рекомендуем использовать ВОСКОВОЙ БРИКЕТ «ИНТА-ВИР»: он непривлекателен для домашних животных и менее всего подвержен воздействию влаги, сохраняя свои свойства даже в воде.

Брикет раскладываете в местах, где обнаружены следы жизнедеятельности животного (погрызы или помет): на путях их перемещения и возле нор. Советую



КАК ПОБЕДИТЬ ГРЫЗУНОВ

ДОМА И В ОГОРОДЕ?

размещать средство в сухих местах, используя приспособленные для этого емкости: лотки, коробочки, подложки или контейнеры. Специальные контейнеры предпочтительны, так как повышают поедаемость приманки, препятствуя ее растаскиванию грызунами, а также усложняют к ним доступ домашних животных.

СПОСОБ РАСКЛАДКИ ПРИМАНКИ
Раскладываете брикеты по 30–50г при обработке от крыс и по 10–20 г от

мышей. Расстояние между точками раскладки должно составить от 2 до 5 м, в зависимости от численности грызунов. Чем выше численность, тем чаще используйте приманки. Средство от мышей используйте чаще, чем от крыс, размещая его по всей территории.

КОНТРОЛЬ

Разложенные приманки осматривайте первые 1–2 дня после раскладки, а затем с интервалом в 1 неделю.

Съеденные порции заменяйте на новые. Порции, оставшиеся нетронутыми крысами и мышами более недели, перекладывайте в другие места, посещаемые грызунами.

Загрязненный или испорченный брикет меняйте на новый. Работу ведите до исчезновения грызунов. Пибель мышей и крыс, как правило, наступает на 4–8-й день.

Иван ПРОХОРОВ,
эксперт по борьбе с грызунами

ХОЗЯЙКЕ НА ЗАМЕТКУ



Ласковое солнышко и вмиг позеленевшие дворы зовут на природу. В эту пору хочется всего свежего и овощного. «ФАБРИКА ДОМАШНИХ СОЛЕНИЙ», что расположена в Ломоносовском районе Ленинградской области, учитывая пожелания потребителей, разработала целую серию легких летних закусок. В ассортименте есть все, что необходимо для пикника, легкого ужина и даже званого обеда.

АППЕТИТНЫЕ ЗАКУСКИ для вашего пикника!

СЕКРЕТ ОВОЩНОЙ ГАРМОНИИ

Все мы стремимся летом уехать за город. Одни — для того чтобы трудиться на своих приусадебных участках и в поте лица водить цветущие сады и урожайные грядки. Другие просто получают эстетическое наслаждение от природы. И тех и других объединяет одна, но пламенная страсть к вкусной закуске, которая на свежем воздухе под шепот птиц и шелест ветерка становится еще аппетитнее и желаннее.

Шашлык — гвоздь любого пикника. Но такое шашлык без репчатого лука, малосольного огурчика и сладкого хрустящего на зубах перца? Специалисты считают, что именно такое сочетание овощей придает любимому мясному блюду особый пикантный и неповторимый аромат. Вот почему технологи «Фабрики домашних солений» создали салат по оригинальному рецепту, который идеально подходит к шашлыку или запеченному в барбекю мясу.



БАКЛАЖАН УЖЕ В СОКУ — ЭТО СОУС К ШАШЛЫКУ

К ассортименту своей продукции мастера фабрики подходят творчески. Они не только изобретают оригинальные рецепты, но и осуждают свои планы с покупателями. Недавно выяснилось, что петербуржцам наскулила обычная квашеная капуста с клюквой и морковью. Они хотят более терпкого и ароматного блюда из этого популярного овоща. И такая капуста, квашенная с тмином и лавровым листом, появилась на прилавках магазинов. Кто хочет, может приобрести готовую упаковку в пластмассовом ведре. Другим удобнее покупать квашеные и соленые овощи на развес.

Есть на фабрике и блюда для гурманов — салаты по-корейски из деликатесных овощей, которые хороши как раз в эту летнюю пору. Они острые, легкие и питательные, к тому же очень богаты витаминами. Взять хотя бы салат из спаржи, которая славится своей целебной силой. Или рисовую вермишель фунчозу — иде-



альному гарниру для любого блюда. По мнению тайцев, прозрачные длинные нити вкусной и полезной белой вермишели олицетворяют собой длинную жизнь. Кто не знаком с восточной кухней, стоит попробовать эти блюда. А вот еще один салат под названием чучка. Он сделан из морских водорослей, богатых микроэлементами и витаминами.

Всеми любимым баклажан еще не созрел в наших краях, а на «Фабрике домашних солений» его уже засолили, и тоже по корейскому рецепту. К печеной свинине или баранине на вертеле не найти лучшей закуски. Помидоры можно взять свежие, а можно уже готовые, миниатюрные томаты черри слабой соли на шпажках. Они выпускаются в баночках по 600 г — на маленькую компанию хватит. Кстати, это оригинальное блюдо постоянно бьет рекорды по своей популярности, оно не раз отмечалось наградами на выставках и конкурсах.

ГРИБЫ К ВАШЕМУ СТОЛУ

Но и это еще не все. Для гурманов специалисты «Фабрики домашних солений» приготовили настоящие разносолы из грибов разных видов. Здесь и грузди, и маслята, и опята, и

шампиньоны, и даже ледяной гриб! Грибной ассортимент представляют маринованные грибы по отдельности и грибные ассорти, а также коронное блюдо фабрики — грибы шиитаке по-корейски.

Теперь остается только попробовать аппетитные закуски от «Фабрики домашних солений», которые вы найдете почти во всех супермаркетах Санкт-Петербурга.

Людмила ДЕМИНА



СТАРИННЫЕ РЕЦЕПТЫ ЛИТОВСКОГО КНЯЗЯ

В XIII веке на псковской земле правил князь литовского происхождения Довмонт. Именно в этот период псковская земля приобрела независимость и стала процветающей. Современникам то время запомнилось не только льготной жизнью, но и новыми рецептами мясных блюд, которые князь привез с собой из Литвы. До недавнего времени рецепты считались утерянными.

ВОЗРОЖДЕНИЕ ТРАДИЦИЙ

Как-то, изучая старинные списки, специалисты наткнулись на записи литовского придворного повара и смогли восстановить секреты старинных рецептов, а через некоторое время мясная продукция, которая когда-то подавалась к княжескому столу, стала доступной для широкого потребителя. В благодарность новая линия колбасных изделий и мясных деликатесов была названа в честь великого князя Довмонта.

Возродить забытые кулинарные традиции решили на Великолукском мясокомбинате, который расположен именно в Псковской области. Петербуржцы привыкли покупать вкусную колбасную продукцию в фирменных магазинах известного предприятия. Теперь разнообразие колбасных изделий компании в новом оформлении под торговой маркой «Довмонт» можно будет встретить и в многочисленных магазинчиках формата «у дома». Изменился не только дизайн упаковок, но и ассортимент, который значительно расширен за счет новых наименований.

НОВЫЙ ДИЗАЙН, НОВЫЕ ВКУСЫ

Фирменные магазины предприятия можно встретить в любом районе города. Это и небольшие ларечки

и крупные отдельно стоящие павильоны с той же фирменной вывеской Великолукского комбината. Но ведь в каждом квартале такой магазин не откроешь, а розничная торговля «у дома» организована буквально на каждом шагу. Поэтому перед компанией встала задача — не ограничиваться собственными торговыми залами. Так в ассортименте предприятия появился новый зонтный бренд «Довмонт».

Новая торговая марка имеет совершенно иной дизайн, чем привычные красно-белые цвета Великолукского мясокомбината. Теперь оформление продукции отличают теплые золотистые-коричневые тона и ярко-желтая этикетка с названием. Такое оригинальное оформление делает продукцию узнаваемой среди множества аналогичных товаров. Обновлен не только дизайн, но и рецептура многих изделий.

В линейку «Довмонт» входит 12 наименований продукции: ветчины, вареные колбасы, сервелаты, сардельки и сосиски. Все они сделаны по собственным техническим условиям. За счет комбинирования нежной свинины и сочной говядины с душистыми специями технологи мясокомбината разнообразили состав изделий, придав им новые оттенки вкусов, отличающихся от привычных.



СТАРИННЫЕ РЕЦЕПТЫ

Необычной новинкой для ценителей колбас станет салами «Деликатесная». Ярко выраженный вкус салами понравится каждому своей пикантностью за счет богатого букета пряностей, что придает ему немного острый вкус.

Другая новинка — сервелат «Ореховый». Вряд ли вы в городе встретите нечто похожее. Попросите продавца отрезать ломтик, и вы по достоинству оцените вкус некоего продукта забытого старинного рецепта. Место такому сервелату на праздничном фуршете, но побаловать себя можно и в будни.

Сардельки «Телячьи» с краплениями языка и шпига понравятся не только гурманам. А для приверженцев сдержанного вкуса в новой ли-

нейке еще два вида сарделек — свиные и говяжьи с большим содержанием мяса.

СРЕЗ — ПРИЗНАК КАЧЕСТВА

Особое внимание стоит уделить вареным колбасам «Докторская оригинальная», «Русская оригинальная» и «Дворянская». Покупатели наверняка обратят внимание, что срез этих колбас не ярко-розовый, как у продукции других изготовителей, а гораздо бледнее, что говорит о натуральности продукта. Каждая хозяйка, когда варит мясо, видит, что его цвет меняется от красного до серого. Поэтому и срез настоящей вареной колбасы не может быть ярко-розовым. Он должен быть серым, поскольку натуральное вареное мясо имеет именно такой оттенок. Специалисты мясокомбината не

раз объясняли покупателям, каким должен быть срез настоящей вареной колбасы. С помощью продукции ТМ «Довмонт» психологию покупателей удастся изменить, надеются на предприятие.

Цены на линейку ТМ «Довмонт» демократичные, но предупреждаем: не низкие. Продукция выпускается из отборного мяса высокого качества, которое поступает на производство с собственной сырьевой базы, насчитывающей сотни тысяч голов свиней. Новый свиномкомплекс был введен в строй в прошлом году. Он оснащен самым передовым оборудованием по откорму и выращиванию поголовья, а сам мясокомбинат входит в число ведущих мясоперерабатывающих компаний России.

Дина ЛОВЕЙКО

ЭКСПЕРТИЗА «ПК»

ФАЛЬШИВЫЙ ПЛОМБИР

С одной стороны, один фальсификат из десяти образцов мороженого, изготовленных по ГОСТ Р 52175-2003, — не повод говорить о массовых нарушениях в этом сегменте рынка. С другой стороны, настораживает факт выпуска подделки достаточно известным предприятием, основанным еще в 30-е годы прошлого столетия и внедрившим у себя на производстве международные стандарты качества ХАССП. «Общественный контроль» рассматривает, что Роспотребнадзор, куда уже направлена информация о растительном «пломбире» ТМ «Главхолд», проведет расследование, а предприятие-нарушитель сделает необходимые выводы и прекратит обманывать своих покупателей.

В России сегодня можно производить мороженое как по ГОСТ Р 52175-2003, так и по техническим условиям. Оба документа не должны противоречить Техническому регламенту на молоко и молочную продукцию, имеющему статус федерального закона. Если мороженое выпускается по ГОСТу, растительные жиры в нем должны быть исключены полностью, если по техническим условиям (Техническому регламенту) — возможны варианты. Так, Технический регламент на молоко и молочную продукцию, на базе которого изготовители разрабатывают свои технические условия, предполагает, что мороженое может быть изготовлено не только из молочного жира (мороженое молочное, сливочное, пломбир), но и с использованием растительных жиров.

Мороженое, в составе которого используется заменитель молочного жира, должно называться сливочно-растительным (содержание молочного жира не менее 50%) или «растительно-сливочным» (содержание молочного жира от 30 до 50%). И то и другое должно быть указано на этикетке,

Санкт-Петербургская общественная организация потребителей «Общественный контроль», проанализировав десять образцов мороженого, представленного в городской розничной торговле, обнаружила один образец, в котором не оказалось главной составляющей популярного продукта — молока. Им оказался пломбир ТМ «Главхолд» из Ярославля (изготовитель — ЗАО «РАМОЗ»), приобретенный в супермаркете «Призма». В составе продукта, согласно заключению испытательной лаборатории ФБУ «Тест—С.—Петербург», обнаружен только растительный жир.

МОРОЖЕНОЕ БЕЗ МОЛОКА — ЭТО ФАЛЬСИФИКАТ!

причем так, чтобы эту информацию можно было прочесть.

Что касается образца продукции ЗАО «РАМОЗ», то его вообще нельзя отнести ни к какой категории мороженого: Технический регламент не предусматривает выпуск ледяного десерта на основе полной замены молочного жира растительным. В данном случае ярославский изготовитель создал инновационный продукт, но вряд ли достоин за это похвалы.

Как показали результаты экспертизы, изготовители мороженого не только доводят до потребителей недостоверную информацию о

своем продукте, но и всячески стараются сделать маркировку нечитаемой, используя мелкий шрифт на темном фоне. За нечитаемую маркировку два образца мороженого по итогам экспертизы также получили «неуд».

ЗА МОРОЖЕНЫМ — С ЛУПЫ!

Уже не редкость, когда покупатели берут с собой в магазин лупу, чтобы прочитать напечатанную мелким неразборчивым шрифтом спрятанную в складках упаковок информацию о продуктах. Сегодня изготовители за это никто не наказывает, хотя согласно ГОСТ 51074-2003 «Пищевые продукты. Информация для

потребителей. Общие требования» маркировка должна быть разборчивой и читаемой. Эти же требования к маркировке указаны в Техническом регламенте на молоко и молочную продукцию (ФЗ № 163 от 22.07.2010 г.).

Одним из тех, кто пренебрегает требованиями ГОСТа и Технического регламента о читаемости информации, оказалось ООО «Вологодское мороженое» (г. Вологда), выпускающее пломбир в вафлях «Филевский» ТМ «АйсБери». Как указано в протоколе лабораторных испытаний, «дата производства мороженого читается с трудом».

Кстати, в предыдущие годы этот изгото-



РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРТИЗЫ МОРОЖЕНОГО

Наименование продукции	Мороженое									
	Эскимо двухслойное сливочное ванильное и шоколадное в шоколадной глазури с арахисом «Балтийское»	Пломбир «Бодрая корова»	Пломбир в вафельном сахарном рожке в шоколадной глазури тм «Лента»	Пломбир ванильный «Белое золото»	Эскимо пломбир ванильный в молочном шоколаде «Золотой пломбир» тм «Русский холод»	Сливочное во взбитой шоколадной глазури тм «Ледниковый период»	Пломбир ванильный в вафлях «Филевский»	Двухслойное сливочное ванильное с ароматом вишни с наполнителем «вишня» «На двоих»	Пломбир ванильный с добавками кураги, чернослива, арахиса и шоколадной глазури в вафельном стаканчике «Золотой Стандарт» тм «Инмарко»	Пломбир ванильный (Пломбир классический «Главхолд»)
Производитель	ООО «Хладокмбинат №1», СПб	ОАО «Белгородский хладокмбинат», г. Белгород	ЗАО «Холод Славном, Карелия, г. Петрозаводск	ООО «Талостоло-3000», Лен. обл., г. Волхов	ООО «Лагуна Койл», Московская обл.	ООО «Калинов Мост», Нижегородская обл.	ООО «Вологодское мороженое», г. Вологда	ООО «Сам-Пло», г. Самара	Филиал ООО «Юнилевер Русь», г. Тула	ЗАО «РАМОЗ», Ярославская обл., г. Рыбинск
Дата изготовления	21.01.2013	25.03.2013	16.02.2013	05.03.2013	05.07.2012	22.03.2013	10.04.2013	24.12.2012	25.02.2013	21.01.2013
Масса нетто, г	80	65	70	220	100	80	80	175	90	200
Цена, руб.	22-99	29-90	17-99	50-00	42-80	19-90	18-69	69-90	25-50	43-20
Место закупки	ООО «Лента», наб. Обводного кан., 118, корп. 7, лит. А	ООО ТД «Интерторг», Московский пр., 86, универсам «Семья»	ООО «Лента», наб. Обводного кан., 118, корп. 7, лит. А	ООО «Лента», наб. Обводного кан., 118, корп. 7, лит. А	ООО «Призма», наб. Обводного кан., 118, лит. С. Супермаркет «Призма»	ООО «Артоторг», ул. Цюльковского, 10, «Патерочка»	ООО «Лента», наб. Обводного кан., 118, корп. 7, лит. А	ООО «Приморское», Московский пр., 97, лит. А, универсам «Семья»	ООО ТД «Интерторг», Московский пр., 86, универсам «Семья»	ООО «Призма», наб. Обводного кан., 118, лит. С. Супермаркет «Призма»
Маркировка № 88 Ф3 с изм. от 22.07.2010, гл. 12, ст. 36, ст. 37	соответствует	соответствует	соответствует	соответствует	соответствует	соответствует	не соответствует (дата производства читается с трудом)	не соответствует (маркировка практически не читается — мелкий шрифт)	соответствует	соответствует
Нормативный документ (НД)	ГОСТ Р 52175-2003	ГОСТ Р 52175-2003	ГОСТ Р 52175-2003	ГОСТ Р 52175-2003	ГОСТ Р 52175-2003	ГОСТ Р 52175-2003	ГОСТ Р 52175-2003	ГОСТ Р 52175-2003	ГОСТ Р 52175-2003	ГОСТ Р 52175-2003
Органолептические показатели по НД	Внешний вид и консистенция: порции однослойного или двухслойного мороженого различной формы, полностью или частично покрытые глазурью (шоколадной) или без глазури (шоколада). Консистенция плотная, однородная, без осадочных комочков жира, стабилизатора и эмульгатора, частиц белка и лактозы, кристаллов льда. При добавлении пищевых компонентов — с их наличием. В газированном мороженом консистенция глазури (шоколада) однородная, с наличием частиц орехов, вафельной крошки и других компонентов при их использовании. Цвет: характерный для данного вида мороженого, равномерный для каждого слоя. Вкус и запах: чистые, характерные для данного вида мороженого.									
Органолептические показатели, фактически	Соответствуют	Соответствуют	Соответствуют	Соответствуют	Соответствуют	Соответствуют	Соответствуют	Соответствуют	Соответствуют	Соответствуют
Массовая доля жира, % Нормы по НД / Результат	8,0–11,5 / 8,94±0,40	12,0–17,5 / 12,00±0,40	12,0–17,5 / 15,50±0,40	12,0–17,5 / 15,63±0,40	12,0–17,5 / 12,65±0,40	8,0–11,5 / 10,50±0,40	12,0–17,5 / 12,08±0,40	8,0–11,5 / 7,63±0,40	12,0–24,0 / 10,21±0,40	12,0–17,5 / 12,00±0,40
Идентификация жировой основы (жировая фаза молочной части мороженого должна содержать только молочный жир)	Жировая фаза молочной части продукта содержит только молочный жир	Жировая фаза молочной части продукта содержит только молочный жир	Жировая фаза молочной части продукта содержит только молочный жир	Жировая фаза молочной части продукта содержит только молочный жир	Жировая фаза молочной части продукта содержит только молочный жир	Жировая фаза молочной части продукта содержит только молочный жир	Жировая фаза молочной части продукта содержит только молочный жир	Жировая фаза молочной части продукта содержит только молочный жир	Жировая фаза молочной части продукта содержит только молочный жир	Жировая фаза молочной части продукта содержит смесь жиров немолочного происхождения. Молочный жир не обнаружен
Соответствие НД (ГОСТ, Технический регламент на молоко и молочную продукцию)	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Не соответствует по маркировке	Не соответствует по маркировке	Не соответствует	Фальсификат

Данные экспертизы касаются исключительно конкретных образцов, представленных на экспертизу, а не всей аналогичной продукции указанных предприятий-изготовителей.

витель при выпуске мороженого был заменен в более серьезных нарушениях. Так, в 2011 г. в пломбире «Филевский» (партия от 04.06.2011 г.) оказалось 85% растительных жиров, что является грубой фальсификацией мороженого, а его вкус был не характерным для этого вида мороженого. Впрочем, ничего удивительного: ведь молочного жира в пломбире было не более 15%.

Если у пломбира «Филевский» маркировку хоть с трудом, но разглядеть можно было, то у другого образца мороженого, прибывшего в наш город из Самары (ООО «Сам-ПО»), информация практически не читалась. На крышке стакана ванильного мороженого «На двоих» с наполнителем «вишня» информация была напечатана настолько мелко, что даже вооруженному оптикой специалисту лаборатории невозможно было ее разобрать. Хотя адрес и номера телефонов компания разместила в удобном для чтения месте и напечатала ярко и доступно. Можно звонить, писать, спрашивать и жаловаться.

В прошлом году эскимо сливочное из Самары также вызвало нарекания экспертов за трудночитаемый шрифт на упаковке и «слегка снежистую, песчанистую консистенцию». Но поскольку действенной реакции от Роспотребнадзора на выявленное «Общественным контролем» нарушение не последовало, изготовитель продолжает делать информацию на упаковке практически незаметной для потребителя. Чего не скажешь о вполне ощутимой цене. Мороженое из Самары оказалось одним из самых дорогих из всей закупки — 40 руб. за 100 г.

«ЗОЛОТОЙ СТАНДАРТ» ПИОНЕРНОЙ ЖИРНОСТИ

Образец мороженого пломбир «Золотой стандарт» ТМ «Инмарко» (Тульская область) также не соответствовал Техническому регламенту на молоко и молочную продукцию по показателю «массовая доля жира». Содержание жира, согласно документу, должна быть в пределах от 12% до 24%. Однако «Золотой стандарт» оказался диетическим продуктом с содержанием

жира всего 10,21%. Тем не менее на вкус пломбира экономия молочного жира не повлияла: он оказался чистым, характерным для данного вида мороженого.

ПЕТЕРБУРГСКОЕ МОРОЖЕНОЕ БЕЗ ЗАМЕЧАНИЙ

Мороженое — молочный продукт, наименее подверженный фальсификации. Причина проста: его производство более капиталоемкое, чем творога или молока. Помимо специального оборудования необходимы морозильные камеры, особо оборудованные складские помещения, автопарк, оснащенный рефрижераторами, и т. д. Кроме того, мороженое — продукт сезонный. Это не молоко или творог, которые производятся спросом круглый год. Недаром на рынке мороженого нет мелких компаний. С точки зрения заработка для них более привлекательны фасовка сливочного масла, спреда, творога, творожных сырков или сметаны, где производственные и логистические затраты существенно ниже.

Это подтверждает и статистика проверок «Общественного контроля». Так, в 2011 году было выявлено два фальсификата, а в 2012 г. и 2013 г. — по одному. Радует и то, что еще ни разу в фальсификации мороженого не был указан ни один петербургский изготовитель.

Нина ВАШКИРОВА

При реализации проекта «Не покупайся!» используются средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 3 мая 2012 года № 216-рп.



СЛОВО — ЭКСПЕРТУ

Дмитрий ПОЗДНЯКОВ, исполнительный директор Северо-Западной мясной ассоциации:

— Тот факт, что только один образец мороженого оказался фальсифицированным, говорит о достаточно ответственном подходе отечественных хладокмбинатов к составу сырья выпускаемой продукции. Недобросовестные компании, использующие в производстве самые дешевые компоненты, к которым можно отнести растительный жир, поступают весьма опрометчиво. Ведь единожды попробовав такой «псевдопломбир», покупатель больше никогда его не купит. К сожалению, в ближайшее время можно ожидать увеличения

случаев использования растительных жиров в пищевом производстве и прежде всего псевдопальмового масла. Это связано со значительным, почти на четверть, падением цены на это сырье на мировых рынках, а как известно, многие компании стремятся к снижению издержек любыми путями.

В ответ на уловки недобросовестных производителей, старающихся скрыть состав продукта, уменьшая размер текста на этикетке, покупатель должен голосовать кошельком и не приобретать товар, информацию о котором невозможно достоверно прочитать без использования специальных технических средств.

КАК ПРАВИЛЬНО ВЫБИРАТЬ МОРОЖЕНОЕ

Можно ли отличить настоящее мороженое от подделки, не прибегая к экспертизе? Этот вопрос корреспондент «ПК» задает главному технологу одного из петербургских предприятий по производству мороженого Ольге КЛИМОВОЙ.

— На упаковке написано, какой продукт вы покупаете: мороженое молочное, сливочное или пломбир. В составе такого продукта растительных жиров быть не должно. Продукт, содержащий в составе растительный жир, будет называться мороженое с растительным жиром (в случае, если этого жира в нем 50% и меньше), в остальных случаях — это десерт. Конечно, если производитель хочет обмануть потребителя, то может использовать все 90% пальмового масла и только 10% сливок, ведь действенного контроля сегодня на продовольственном рынке нет.

— А можно ли на вкус определить в мороженом растительный жир?

— Современные технологии позволяют производителям достигать молочного вкуса с помощью вкусоароматических добавок и стабилизаторов, скрывая растительный состав продукта. Только экспертиза может выявить

нарушение. Потребителю на вкус его почувствовать сложно. Хотя растительный жир, которого в мороженом слишком много, заметен по ощущениям. Этот жир скатывается на языке, а не тает во рту. Такой продукт получается пустой, без характерного вкуса мороженого.

— Как выбирать качественное мороженое в магазине?

— Деформированное мороженое брать нельзя. Мятая упаковка говорит о том, что продукт разморозивался в процессе доставки и хранения. С производства мороженое уходит при температуре —18 градусов, поэтому оно имеет твердую поверхность. Такой температурный режим необходимо соблюдать на стадиях транспортировки и хранения. Если он нарушается, мороженое испытывает температурный шок. Размораживание и повторное замораживание действует на него губительно: меняется структура мороженого, появляется «песок» и крупитчатость, выделяются кусочки льда — и сливочный «пломбир» по вкусу напоминает молочное мороженое. Кроме того, в растаявшем мороженом может быть нарушена микрофлора, и тогда продукт вообще станет опасным для здоровья.



НОВЫЕ ДОКУМЕНТЫ

Готовится вступить в силу Технический регламент Таможенного союза «О безопасности мяса и мясной продукции». Защитит ли он потребителей от некачественной колбасы? На этот вопрос редакция «ПК» попросила ответить Татьяну ЗЛОБИНУ, генерального директора мясopеpаbывающей компании «МИТ СТАР».

Добавит ли Техрегламент мяса в колбасу?

— Согласно Техрегламенту производители будут обязаны указывать на упаковке, какой продукт они изготавливают — мясной с содержанием мяса свиньи 60% или мясо-содержащий, где мяса от 5 до 60%. Позволит ли новая маркировка определить, где настоящая колбаса, а где — суррогат?

— Термины «мясной» и «мясо-содержащий» продукт на самом деле ни о чем не говорят. Ведь мясо может быть разным. Приходя в магазин, вы выбираете, что купить, — грудку для щей или более дорогую вырезку на второе. А кому-то нужны дешевые мясные обрезки, чтобы сварить обед собаке. Качество и цена этих продуктов разные. А некоторые производители для удешевления мясной продукции используют еще и мясо механической обвалки — соединительную ткань и кости птицы, пропущенные через сито под высоким давлением. Белка в таком «мясе» очень мало. Поэтому я думаю, что новая маркировка не защитит, а еще больше запугает покупателей. А недобросовестным производителям-однодневкам даст большой простор для наживы.

— Но количество белка и жира в любом случае должно быть указано на упаковке. Внимательный покупатель поймет: если в продукте низкий белок, значит, с мясом что-то не в порядке.

— Конечно, но не все покупатели столь допущены. Обычно обращают внимание на то, что бросается в глаза. И если колбасы с одной и той же маркировкой «мясной продукт» будут стоить по-разному, то человек скорее всего выберет ту, что дешевле. Поэтому нам придется бороться за покупателя. Ведь наши изделия всегда относились к мясной продукции, в которой более 60% мяса, причем качественного. А такие продукты не могут стоить дешево. Конкуренция будет еще сильнее, когда с 2015 г. на российский рынок хлынет продукция западных компаний. Не исключено, что низкосортное сырье пойдет на производство дешевых колбас для России под названием «мясной продукт».

— Петербуржцы хорошо знают марку «Мит Стар» и доверяют вам. Как вы собираетесь работать в новых условиях?

— В любом случае менять своих технологий и разрабатывать мясо субпродуктами мы не собираемся. Ради сиюминутной выгоды мы не будем разочаровывать своих покупателей.

Людмила ДЕМИНА



ЗА РУЛЕМ



Автолюбители постепенно привыкают к новым формам упаковки автохимии и автокосметики. В Санкт-Петербурге производством этой продукции в мягкой упаковке занимается компания «ТЕКОМХИМ», которая единственная в России специализируется на выпуске бытовой химии и автохимии в дой-паках больших объемов. О новинках и тенденциях в области мягкой упаковки корреспондент «ПК» попросила рассказать директора по маркетингу и развитию компании Андрея КРАЮШКИНА.

УПАКОВКА ДЛЯ АВТОХИМИИ И АВТОКОСМЕТИКИ СТАЛА УДОБНЕЕ



— Есть ли у вас хорошие новости для автолюбителей в начале летнего сезона?

— Конечно! Уже поступили в продажу такие летние новинки для автолюбителей, как «Активная пена» и автошампуни в 2-литровых пакетах, которые мы сделали с финской компанией Tasoх под торговой маркой Fin tippa. А для садоводов мы разработали концентрированное санитарное средство Biolux. Уникальность его в том, что мы впервые выпустили на рынок жидкость с универсальной формулой, которая пригодна для верхнего и нижнего бачка биотуалета, т. е. сделали продукт «2 в 1»!

— Были ли сложности с выпуском этих продуктов?

— Сложность заключалась в том, что концентраты имеют ту или иную повышенную щелочность, чтобы соответствовать своему назначению. Поэтому нам пришлось в сотрудничестве с одной немецкой лабораторией провести ряд испытаний по подбору пленок, из которых состоит структура пакетов. Нам удалось подобрать такую композицию пленок, которая обеспечивает сохранение потребительских свойств продукта на протяжении всего срока годности жидкости.



— А есть какие-нибудь новинки для автолюбителей?

— Действительно, многие транснациональные компании с известными брендами выпускают продукцию специально для женщин. Наша компания пошла чуть-чуть по другому пути. Мы не стали расширять наш ассортимент товарами «специально для женщин!» Но мы учли это обстоятельство и подготовили новинки, в частности, в линейке летних стеклоочистителей. Если летом 2012 года мы вывели на российский рынок летний стеклоочиститель в пакете 5 л, то для этого жаркого лета, как утверждают синоптики, мы подготовили летний стеклоочиститель объемом 3 л в дой-паке с новым ароматом bubble gum с черникой! А наш испанский дизайнер, с которым мы работаем уже второй год, сделал легкий и изящный дизайн, который, как мы рассчитываем, будет приятен нашим автолюбительницам!

— Как вы считаете, влияет ли дизайн на продажи?

— Безусловно! Одним из преимуществ дой-паков является большая площадь

пакета, где в отличие от этикеток, зажатых размерами, можно создавать полномасштабные дизайнерские проекты, свободно передавая настроение и формируя позитивное отношение покупателя к продукту.

Именно поэтому мы пошли поперек основ бытового маркетингового постулата о выстраивании дизайна в соответствии с единой цвето-графической концепцией. Мы делаем разные дизайны в разных странах и с разными дизайнерами. Основной наш принцип — чтобы дизайны были креативными и выделяющимися среди однообразия повторений на полке!

Под каждый продукт разрабатывается специальное задание для дизайнера, которое призвано выделить лучшие потребительские качества продукта. Кроме того, мы экспериментируем с различными видами печати, используем лучшие мировые дизайнерские находки и тенденции. Вы можете найти в нашем ассортименте пакеты из прозрачной пленки, внутри которых можно увидеть цвет жидкости, или пакеты из белой пленки, когда надо выделить или усилить красочность печати.



Мы освоили печать с матовым эффектом, а также научились печатать пакеты с лаковым покрытием, которое выделяет дизайнерские элементы. Сейчас мы работаем над возможностью соединения прозрачной пленки с непрозрачной. Ничего особенного, но нам будет приятно, если мы первыми предложим такую упаковку нашему потребителю.

— А какие сегодня мировые тенденции в области упаковки?

— Мы стараемся отслеживать наиболее интересные инновации в области пакетостроения. Например, можно отметить, что мягкая упаковка постепенно переходит из пищевого сектора в непивцевой. Так, ряд мировых нефтяных компаний, которые владеют такими брендами, как Mobil или Castrol, начали выпускать моторные масла в дой-паках объемом 1 л. Это говорит о том, что еще далеко не все «talанты» дой-пака раскрыты. Возможно, в самое ближайшее время появятся традиционные продукты в нетрадиционной упаковке типа дой-пак!

Алиса САВЕЛЬЕВА



Масло «ЭКОМИЛК» «Сливочное»

- На Руси издавна лучшие сорта коровьего масла получали из свежих сливок, наполненных ароматом заливных лугов. Продолжая традиции отечественного маслоделия, мы тщательно отбираем сырье и строго контролируем каждый этап изготовления Масла Сливочного. Высокое качество нашего продукта подтверждено стандартом ГОСТ.
- Сливочное масло полезно для здоровья. Оно содержит множество необходимых человеку веществ. В их числе витамины А, D, Е, К, а также 20 незаменимых жирных кислот. Названные витамины необходимы человеку для крепости костей, остроты зрения, гладкости кожи и блеска волос.
- Молочный жир содействует усвоению кальция, который в свою очередь отвечает за понижение уровня холестерина в крови. Таким образом, не следует бояться холестерина — масло само «отрегулирует» его уровень.
- Хранить сливочное масло рекомендуется при температуре 10-12° С, в темном месте. В домашних условиях масло следует хранить в холодильнике. Ни в коем случае нельзя хранить сливочное масло в стеклянных масленках — находясь на свету, все витамины в масле теряют свои качества уже в течение первых суток. Чтобы масло не впитывало посторонних запахов, его нужно держать подальше от остро пахнущих предметов и продуктов.