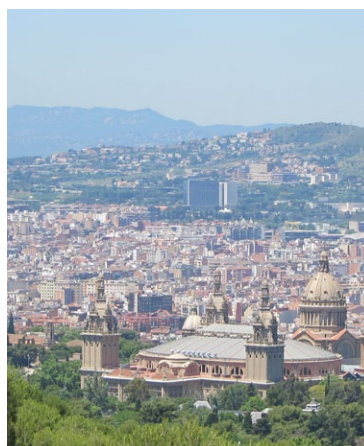




Автор:  
**Ольга Паленова,**  
директор по продажам  
и маркетингу ИД «Сфера»

Компания: **METALQUIMIA, S.A.**  
Sant Ponç de la Barca s/n  
17007 Girona – SPAIN  
тел.: + 34 972 21 46 58  
факс: + 34 972 20 00 11  
e-mail: info@metalquimia.com  
www.metalquimia.com

## Технологический Семинар «Мясоперерабатывающие предприятия СНГ»



С 27 по 29 июня в испанском городе Жирона в офисе компании Metalquimia состоялся 19-ый Технологический Семинар для представителей мясоперерабатывающих предприятий СНГ.

Организаторами мероприятия выступили компании Metalquimia, Группа компаний ПТИ, Purac.

Семинар открыл генеральный директор компании Metalquimia г-н Жорди Серрат. Первый день мероприятия был посвящен презентациям оборудования и технологий компании «Metalquimia», а также ГК ПТИ и Purac. Менеджер технологического отдела компании Metalquimia Марта Шаргайо выступила с докладом «Варенные целномышечные мясопродукты: инъекция – маринование – тендериза-

### \* СПРАВКА:

**CSM Biochemicals** является подразделением CSM и действует на рынке под названием PURAC. Головная компания CSM широко известна как оперирующая на рынке производства, разработки и продажи пищевых ингредиентов, а также кондитерских изделий. CSM внесена в список компаний, представленных на бирже Euronext в Амстердаме. Она занимает лидирующие позиции в мире по ингредиентам для хлебопечения, сахару, молочной кислоте и ее производным, глюконовой кислоте и ее производным.

Компания представлена во всем мире, офисы открыты в Северной Америке, Европе, Латинской Америке, Азии и Японии. Кроме того, действует широкая сеть дистрибьюторов продукции. Производственные мощности расположены в Бразилии, Нидерландах, Испании и Соединенных Штатах.

Компанией CSM введены различные системы учета качества продукции для того, чтобы соответствовать регламентам различных стран и требованиям рынка, такие как ISO, HACCP, GMP Food и GMP Pharma.

ция». Еще один представитель компании, Даниел Санз, представил доклад на тему «Вареные цельномышечные мясопродукты: массаж-набивка-варка линии QDS».

Второй день семинара прошел под эгидой Группы компаний ПТИ и Puras. ГК «ПТИ» на мероприятии представляли: руководитель ЦИР Ирина Подвойская и руководитель технологических проектов дистрибьюторского центра Ксения Быреева. Выступление Ирины Подвойской было посвящено цельномышечным реструктурированным мясным продуктам и современным подходам к технологическому процессу. Ксения Быреева выступила с докладом «Цельномышечные полуфабрикаты и полуфабрикаты из мяса птицы».

Представитель Puras Вера Демиденко рассказала о преимуществах применения лактатов компании и их использовании в производстве мясных полуфабрикатов.

Участниками семинара на опытном заводе компании Metalquimia были произведены выработки цельномышечных мясных продуктов, с использованием высокотехнологичного оборудования. Также гости посетили завод по сборке оборудования компании Metalquimia, мясоперерабатывающий завод «Касадемонт», и смогли продегустировать мясные продукты, приготовленные с применением оборудования и технологий организаторов мероприятия.



**Марта Шаргайо,**  
менеджер технологического  
отдела «Metalquimia»

**– Как часто Вы бываете в России у ваших российских клиентов?**

– Около пяти раз в год. Первый раз я приехала в Россию 20 лет назад с целью посещения мясоперерабатывающего завода. Это было в начале перестройки, сейчас я езжу в Россию минимум 5-6 раз в год.

**– Может быть, Вы вспомните какие-нибудь смешные случаи, произошедшие во время первого визита в Россию?**

– В 1991 году я посетила маленький завод в Москве, и поскольку была перестройка, люди не знали, как мы работаем в условиях рынка. Одна испанская компания хотела купить мясоперерабатывающий завод, поэтому я приехала проверить его оснащение, объем производства. Я спросила, где я могу проверить качество продукции завода. Люди были очень удивлены, никто не знал, что мне ответить, так как они просто получали мясо и перерабатывали его в продукт, который сразу шел на продажу без всякой про-

**\* СПРАВКА:**

Группа компаний «Протеин. Технологии. Ингредиенты» – крупнейший российский производитель и дистрибьютор ингредиентов для пищевой промышленности.

История Группы Компаний ПТИ началась в 1996 г. с открытия офиса в Москве. В 1998 году состоялось открытие первых дистрибьюторских центров в Екатеринбурге, Новосибирске, Самаре. С того времени происходила постоянная региональная экспансия через открытие собственных представительств на территории России и в странах СНГ. В настоящее время в структуру компании входят 20 собственных представительств по всей территории России от Владивостока до Калининграда, а так же семь представительств за пределами страны. Компания самостоятельно, либо через дилерскую сеть ведет свои операции во всех странах СНГ, а так же в странах Ближнего Востока и Северной Африки.

Группа компаний «Протеин Технологии Ингредиенты» получила сертификат страховой компании Coface Rus Services Company Ltd, присвоен финансовый рейтинг BBB, подтверждающий стабильное финансовое состояние, оцененное по международным стандартам финансовой отчетности.





Гости посетили завод по сборке оборудования компании Metalquimia, мясоперерабатывающий завод «Касадемонт», и смогли продегустировать мясные продукты, приготовленные с применением оборудования и технологий организаторов мероприятия.

верки. Я помню, как они отобрали для меня лучшие колбасы и дали их на пробу, но смотрели на меня как на сумасшедшую, так как тогда в России подобный контроль качества ещё был в новинку, цены на мясо были фиксированными и, соответственно, одинаковыми. Россия была первой коммунистической страной, которую я посетила. Однако колбаса была просто превосходна!

**– Как Вы оцениваете изменения на российском рынке технологий за последний 20 лет?**

– Россияне быстро учатся, внедряют новые технологии, поэтому я думаю, что российские стандарты производства сегодня не отличаются от аналогичных в Испании или Италии.

Я думаю, в определённой мере в этом есть наша заслуга, так как мы действительно старались помогать, делились знаниями, особенно сейчас, когда появилась возможность путешествовать, общаться и обмениваться информацией на форумах в интернете. Конечно, для того, чтобы продавать, нам нужно общаться на одном языке, то есть обладать общими знаниями.

**– Что Вы думаете о женщинах-технологах?**

– Если говорить о женщинах – технологах по всему миру, то их не так много, исключение составляет США. В России подавляющее число технологов – женщины и они отличные профессионалы своего дела.

**– Не могли бы вы рассказать о проекте, который планируете сейчас реализовать в Челябинске?**

– Российская фабрика «Калинка», расположенная в Челябинске, выбрала технологии мясопереработки компании «Металкимия» для производства деликатесной продукции. Приобретенная линия включает автоматический узел для приготовления рассолов BRINMIX, инжектор с эффектом спрей MOVISTICK, тендеризатор FILOGRIND, тумблер/массажер THERMOMAT – это названия некоторых машин и оборудования, которые позволили автоматизировать производство и создать новую торговую марку.

На фабрике «Калинка» недавно была запущена новая линия производства и достигнуты европейские стандарты производства продукции, а также улучшены гигиенические стандарты. Сейчас они разрабатывают новую линию, которая позволяет сделать товар для покупателей дешевле.

**– Какие мясные продукты будут популярны в России через несколько лет, по Вашему мнению?**

– По всему миру и в России в частности предпочтения потребителей относительно выбора мясных изделий сильно не меняются, хотя каждая страна имеет свои предпочтения. Россияне любят деликатесную мясную продукцию, например, бекон, карбонат, шейку и я думаю, их вкусовые пристрастия сохранятся. Сосиски же будут предпочтительны в основном для детей. Изменится упаковка продукции. Так, если 20 лет назад товары продавались в маленьких магазинах без контроля качества, то сейчас открывается всё больше супермаркетов, предлагающих продукцию в нарезке, небольшими упакованными порциями. И хотя такие товары стоят дороже, они всё же будут привлекать покупателей. **MC**



Гость:  
**Джозеп Лагарес,**  
генеральный директор  
компании «Металкимия»



Беседовала:  
**Ольга Паленова,**  
директор по продажам  
и маркетингу ИД «Сфера»

Компания:  
**METALQUIMIA, S.A.**  
Sant Ponç de la Barca s/n  
17007 Girona – SPAIN  
тел.: + 34 972 21 46 58  
факс: + 34 972 20 00 11  
e-mail: info@metalquimia.com  
www.metalquimia.com

# «Креативность» плюс «инновация»

*«Креативация» – это тот секрет, благодаря которому мы остаемся конкурентоспособными в этом безумном мире, признается наш собеседник, генеральный директор компании «Металкимия» Джозеп Лагарес.*

– Джозеп, расскажите об основных этапах развития компании.

– Мой отец Нарцисс основал компанию в 1971 году. Он начал с испанского рынка. В Испании рынок мясоперерабатывающей промышленности развит очень хорошо, и это помогло «Metalquimia» довольно быстро расти. В то время, 40 лет назад, мы снабжали технологиями большинство компаний. Я тогда был ребенком. Мы счастливы, что в этом году у нас 40-летний юбилей.

В 1976 году мы почувствовали необходимость расширять собственные границы, испанский рынок стал слишком маленьким для нас. Мы начали экспортировать нашу продукцию в Португалию, а потом в Латинскую Америку. Вскоре мы наладили связь со всеми латиноамериканскими странами – Аргентиной, Чили, Колумбией, Венесуэлой, Мексикой. А потом, из Латинской Америки внезапно совершили очень важный прыжок – в Соединенные Штаты. Это произошло в середине 1980-х годов. И по сей день серьезную часть дохода компания получает именно в Штатах и Латинской Америке, для нас это два самых больших рынка.

В то же время все европейские рынки начали с нами объединяться – Испания, Франция, Италия. Я помню, как в начале 1980-х мы боролись за то, чтобы попасть на итальянский рынок – это был рынок очень



качественной продукции. Но потом наконец-то наша цель была достигнута: мы вышли на итальянский рынок с нашим оборудованием и технологиями. За ним последовали рынки Германии и Великобритании.

Затем, в начале 1990-х годов, мы начали осваивать Китай, Австралию и Японию. Я даже помню наших японских партнеров – Itonam, Niponham и других. Им «Metalquimia» поставляла оборудование для их производств.

В 1990-х мы также начали вкладывать средства в российский рынок. Первый серьезный проект был реализован в Екатеринбурге. Наивысшего развития на российском рынке мы достигли за последнее десятилетие, во многом благодаря нашему менеджеру Антонио Ариасу и нашему представителю ГК ПТИ. Я считаю серьезным достижением, что теперь наше оборудование используется на основных мясоперерабатывающих заводах и вообще хорошо известно в России. Наши технологи часто приезжают в страну, чтобы предложить технологическую поддержку российским покупателям. Мы уверены в том, что у российского рынка большое будущее.

В настоящее время примерно 80–90 % товаров наша компания экспортирует более чем в 70 стран мира. И сейчас мы можем с гордостью сказать, что она, пожалуй, занимает на рынке мясопереработки ведущее место, технику и оборудование, которое мы производим, используют во всем мире. В отличие от других компаний, мы не только поставляем оборудование и технику, но также оказываем технологическую поддержку и производим гарантий-

**«“Креативация” – это “креативность” плюс “инновация”. Наша компания, начиная со своих самых первых дней, использует творческий подход в решении серьезных задач».**

ное обслуживание, потому что очень серьезно относимся к качеству нашей продукции. Поэтому, когда покупатель полагается на компанию «Metalquimia», он понимает, что попал в хорошие руки.

**– Каковы основные причины вашего успеха?**

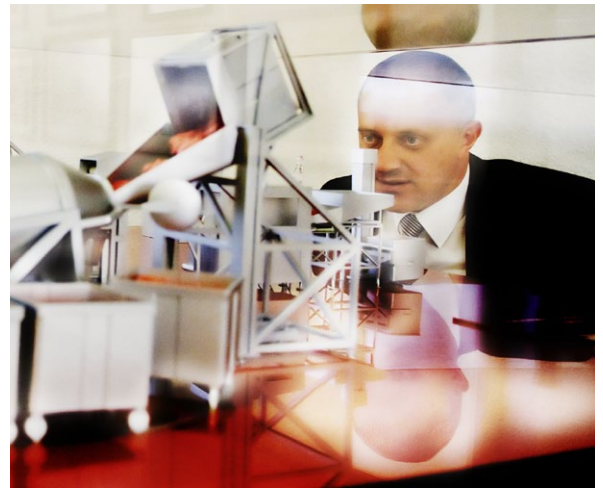
– Что касается причин нашего успеха, я бы сказал, что основных факторов два. Именно они позволили нам выжить, и не только выжить, а получить превосходство на рынке, даже во время глобального экономического кризиса. Прежде всего, это интернационализация, предоставление равных возможностей разным государствам. Я уже упоминал, что мы сейчас работаем более чем в 70-ти странах мира, т.е. изучили более чем 70 рынков. А это значит, что мы способны разобраться и существовать в самых разных ситуациях, на самых разных рынках. Очевидно так-

ваться на том, что я называю «сознательная креативация». Сознательная креативация подразумевает понимание реальных проблем, с которыми сталкиваются наши покупатели, и применение креативного подхода, для того чтобы найти самое лучшее решение этих проблем. Только так можно достичь успеха в современном мире.

Благодаря такой схеме работы «Metalquimia» все время остается молодой компанией. Мы внимательны к идеям наших заказчиков, в хорошие идеи с радостью инвестируем средства. А для того, чтобы всегда быть в курсе, мы сделали то, что называется «форум креативации». У наших сотрудников есть собственные странички в «форуме креативации» типа Facebook, они могут поместить свои идеи на специальную «биржу», давать оценку чужим идеям и совершенствовать свои. Самые лучшие идеи мы реализовываем. Я бы сказал, что «Metalquimia» идет по авангардистскому пути, и именно поэтому я называю ее молодой компанией.

**– Какие результаты принес такой подход?**

– Например, благодаря этому методу работы мы смогли целиком охватить



же, что когда дела на одном рынке идут плохо, в то же время на другом они идут в гору. Это первый фактор нашего успеха.

Второй фактор мы называем «креативация». Что это значит? «Креативация» - это «креативность» плюс «инновация». Наша компания, начиная со своих самых первых дней, использует творческий подход в решении серьезных задач. Этот метод подразумевает генерирование множества идей, из которых мы выбираем самые лучшие. А потом мы запускаем процесс инноваций, за счет чего лучшие идеи обретают рыночную стоимость и, соответственно, ценность для компании.

«Креативация» и есть тот секрет, благодаря которому мы остаемся конкурентоспособными в этом непростом мире.

Почему это так важно? Потому что в мире, особенно после мирового экономического кризиса, цунами и прочих катастроф, цена на электроэнергию, зарплаты, сырье и материалы постоянно растет. Вообще, все цены постоянно растут. И вот покупатель в таком мире думает, что он хочет все больше, больше и больше – более качественных товаров, сервиса, больше льгот, больше возможностей... Единственный способ не потерять такого покупателя – это сконцентриро-

вую линию систем впрыска инжекторов. На настоящий момент у нас есть инжекторы с разнообразными функциями, которые повышают эффективность их работы. Мы можем произвести практически любую систему впрыскивания – с одной головкой, с двумя, инжекторы с распределенным или с непосредственным впрыском...

Также у нас есть усовершенствованные автоматические линии для перерабатывающих производств, где все процессы, начиная от инъектирования и до готового продукта, контролирует компьютер. Это самый автоматизированный и современный способ приготовления мясных продуктов, который существует в мире. Можем с гордостью сказать, что уже продали нашим испанским клиентам, компании «El Pozo», линию, на которой можно производить более 210 тонн продукции в день.

Кроме того, мы развиваем линию дефростации мяса. Мы протестировали наше оборудование для дефростации в Испании, и теперь собираемся заниматься их активным продвижением, потому что результаты впечатляют. Мы можем дефростировать любой тип мяса за меньшее время, чем наши конкуренты. Время дефростации – очень важный момент: чем быстрее мясо размораживается, тем больше полезных веществ оно сохраняет и тем меньше размороженный продукт отличается от свежего.

И, пожалуй, самая удивительная технология это то, что мы называем БСН – Быстрая Сухая Нарезка (QDS – Quick Dry Slice). Я уверен, что она изменит мясную отрасль не только в Испании, не только в Европе, не только в России – в мире. Почему?..

После того как мясо произведено, его нужно подвергнуть ферментации, заморозить, и потом нарезать. Идея БСН очень проста.

Представьте себе, начиная с эпохи Древнего Рима, для приготовления вяленого мяса – сосисок, колбас, салями – использовались специальные котлы, которые в последнее время заменили климатические камеры. И мы спросили себя, какой смысл в том, чтобы сушить мясо в течение 2-3 месяцев, терять время, электричество, другие ресурсы, если в конечном итоге мы продаем мясо, порезанное на тонкие ломтики? Конечно, в этом нет смысла. Почему бы тогда не сушить сразу же ломтики мяса? И теперь мы сначала нарезаем, а потом сушим. Таким образом, мы экономим более 30 % электроэнергии и других ресурсов и, главное, экономим время. Продукцию, на изготовление которой раньше уходило 2-3 месяца, теперь мы делаем менее чем за час.

Кроме того, у нас есть возможность совершенствовать мясные продукты, совершенно уникальная! Скажем, при традиционной технологии сушки мяса не обойтись без соли, а если использовать наш метод, то эта необходимость отпадает, потому что все процессы происходят очень быстро. Таким образом, мы можем создавать продукты с небольшим содержанием соли или вообще без нее. Уверен, что они будут пользоваться спросом среди людей, которые по тем или иным причинам не употребляют соль.

БСН – безусловный лидер среди инноваций, своеобразный ускоритель всех процессов: узнать, насколько качественным получился продукт, можно очень быстро, если для его приготовления требуется всего лишь час, а не 2-3 месяца.

**– Расскажите, пожалуйста, про сегодняшний товароборот и размер прибыли компании.**

– Наш бизнес растет естественным образом, благодаря новым технологиям, дефростации и БСН. Товароборот составляет порядка 23 миллиона долларов в год. Прирост, во многом благодаря инвестициям в новые проекты, составляет около 20% ежегодно.

Одна пятая нашей прибыли приходится на Россию. Однако под Россией я подразумеваю всю территорию СНГ – Украину, Белоруссию и другие страны.

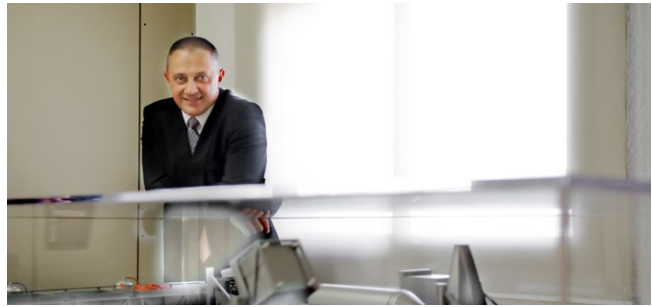
**– Начиная с первой секунды, как я вошла, я почувствовала здесь особую атмосферу, в которой царит дух молодости. В чем секрет?**

– Посмотрите на эту фотографию с парашютистами. Это хорошая иллюстрация для ответа на этот вопрос. Я написал об этом книгу, которая называется «Полет». Это новелла, в которой я рассказываю о том, как сотворить такую атмосферу. Существуют тысячи способов, а мы в количестве 300 человек прыгнули с парашютом с высоты 7000 метров.

**– Там же минус 60 градусов!**

– Нет, всего лишь минус 40. Чтобы достигнуть этого состояния нужно, чтобы 300 человек оказались в воз-

ПРЯМАЯ РЕЧЬ



## Джозеп Лагарес:

*«Вы должны поверить, чтобы увидеть вместо того, чтобы видеть, чтобы поверить».*

*«Лучшие идеи обретают рыночную стоимость и, соответственно, ценность для компании».*

духе одновременно. Кажется, что это невозможно, но мы сделали это реальным, потому что верили, что это возможно. Я часто повторяю своим сотрудникам, что им не нужно видеть, чтобы поверить в реальность, потому что реальность создается их верой. «Вы должны поверить, чтобы увидеть вместо того, чтобы видеть, чтобы поверить». Все возможно. Нет ни одной неразрешимой проблемы. А это значит, что вера прежде реальности, а сознание определяет бытие.

Благодаря эксперименту, который мы провели в Аризоне несколько лет назад, мы поняли, что это самый правильный подход к тимбилдингу. Для того чтобы создать такую атмосферу, как у нас в «Metalquimia», нужно разделить ответственность между людьми. Это означает, что каждый занимается своим делом. Нужно разделить видение, задачу и ответственность. А ответственность – это то, благодаря чему каждый чувствует свой вклад в успешное развитие компании. Также необходимы такие компоненты как коммуникация, менеджмент и стратегический план, в котором есть место для каждого. Итак, если у Вас есть бизнес-план, разделение видения, задач и ответственности, тогда у Вас обязательно получится что-то в этом роде.

Еще один момент, важность которого сложно переоценить – предотвращение конфликтных ситуаций. Идеальное управление коллективом подразумевает, что к людям нужно относиться так, как им бы того хотелось. Так что в конечном итоге все это напоминает духовную коммуникацию. Действительно, «Metalquimia» – это одна большая семья. Все мы братья, все мы работаем ради достижения одних и тех же целей, и когда приходят наши клиенты, они чувствуют эту атмосферу взаимного уважения. В этом и состоит секрет компании, который помогает нам добиваться успехов.

**– Сколько лет у Вас ушло на создание такой структуры управления и понимание законов тимбилдинга?**

– Всего неделя. Мы собрали лучших парашютистов мира из России, Штатов, Италии, Германии, Бразилии, Аргентины, Японии и провели одну неделю в Аризоне, чтобы сделать то, что всем казалось невозможным. Так я и понял, как нужно проводить тимбилдинговые мероприятия для сотрудников «Metalquimia». **ms**

*«“Metalquimia” – это одна большая семья. Все мы братья, все мы работаем ради достижения одних и тех же целей, и когда приходят наши клиенты, они чувствуют эту атмосферу взаимного уважения».*