

Paryska IPA i SIAL barometrem innowacyjności

ipa world food process exhibition

SIAL 2010
The Global Food Marketplace

Tegoroczne targi IPA (maszyn i urządzeń dla przemysłu spożywczego) oraz targi SIAL (produktów spożywczych) odbyły się 17-21 października br. w Paryżu. Targi te okazały się nie tylko kolejnym wielkim sukcesem organizatorów, ale stanowiły też potwierdzenie dużej dynamiki rozwoju branży spożywczej. W targowej ofercie uwagę zwracała bardzo duża liczba różnego rodzaju innowacji zarówno w sektorze maszyn, jak i produktów spożywczych. Innowacje stały się tym samym jednym z podstawowych czynników zwiększających konkurencyjność firm spożywczych.

Targi IPA odbyły się w tym roku - pierwszy raz po 12 latach - ponownie jako impreza towarzysząca targom SIAL, które uznawane są za jedno z najważniejszych wydarzeń w branży spożywczej na świecie. Połączenie obu imprez wystawienniczych zapewniło ich większą efektywność. Na targach SIAL wystawiało się aż 5700 producentów żywności i surowców do żywności ze 106 krajów, z czego 12 krajów po raz pierwszy. Polska była również obecna na targach - łącznie zaprezentowało się ok. 90 polskich firm i organizacji. Blisko 30 rodzimych firm, m.in. **Sokolów, Amigo, Vinpol, Lactima, Lyovit, PMB**, przedstawiło swoją ofertę na polskim stoisku narodowym Eastern Poland, którego organizatorem było Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Prezentacjom towarzyszyły liczne degustacje i to przy muzyce Chopina. Polskie firmy miały również samodzielne stoiska, m.in. **SM Mlekovita, Mlekoop, OSM Łowicz, Sertop, Średzka Spółdzielnia Mleczarska Jana, PKM Duda, Rzeszowskie Zakłady Drobiarskie Res-Drob, Makarony Polskie oraz Firma Cukiernicza Solidarność**. Targi SIAL odwiedziło ok. 136,5 tys. gości z 200 krajów, z czego 62% przybyło spoza Francji.

CWP-Neptune to ważące i porcjujące urządzenie firmy Bizerba nagrodzone w konkursie „IPA Innovation Competition”



Fot. A. Górecka

Na targach IPA swoją ofertę zaprezentowało ok. 600 firm z 25 krajów, jednak w imprezie tej nie uczestniczyły polskie firmy. Było natomiast wiele firm międzynarodowych dobrze znanych w Polsce, gdzie mają one również swoje oddziały czy przedstawicielstwa. Swoje stoiska wystawowe miały tak znane koncerny jak m.in.: **Urschel, Tetra Pak, Inoxpa, Weber, Kronen, Bizerba, CSB-System, GEA**. Targi odwiedziło ok. 44 tys. profesjonalistów z branży.

IPA: KONKURENCYJNOŚĆ przez innowacje

Dążąc do zwiększenia konkurencyjności swoich maszyn i urządzeń producenci nieustannie wprowadzają ulepszenia. Urządzenia te spełniają coraz wyższe wymagania higieniczne, są coraz bardziej niezawodne, łatwe w obsłudze, zautomatyzowane oraz energooszczędne. Ta tendencja, wyraźnie zaakcentowana na targach IPA, znalazła potwierdzenie w zgłoszonych przez producentów 111 nowych rozwiązaniach.

W ramach targów odbył się również konkurs „IPA, Innovation Competition”. Nagrodzono pięć produktów w pięciu kategoriach. Nagrodę w kategorii „Processes and Equipment” zdobyła firma **Clauger** (Francja) za urządzenie wykorzystywane w chłodnictwie do odzysku ciepła wytwarzanego podczas procesu chłodzenia (Combined Cold and Heat Production Skid). To kompaktowe, samodzielne urządzenie umożliwia znacznie większy odzysk energii cieplnej niż tradycyjne urządzenia (można uzyskać wodę o temp. 120°C). Kolejny zwycięzca w kategorii „Research and Technology” to firma **JBT Foodtech** (Belgia), nagrodzona za izolującą powłokę ceramiczną (CCM3 Insulating Ceramic Coating). W porównaniu z konwencjonalnymi izolacjami z wełny mineralnej, CCM3 jest łatwa w zastosowaniu, ponieważ występuje w postaci areozolu. Ponadto jest wodoszczelna, może być myta i spełnia wymagania przeciwpożarowe klasy A. Izolacja znajduje zastosowanie w wielu urządzeniach, m.in. w zbiornikach z gorącą wodą czy pasteryzatorach. W kategorii „Process Management and Control” nagrodzono firmę **Bizerba** (Francja) za CWP-Neptune, urządzenie ważące i porcjujące produkty łatwo psujące się, np. mielone mięso. Urządzenie to spełnia bardzo rygorystyczne wymagania higieniczne, a ze względu na dużą szczelność może być czyszczone wodą pod ciśnieniem. Firma **Montajes Conserveros de Galicia** (Hiszpania) zwyciężyła w kategorii „Packaging”. Została nagrodzona za próżniowe urządzenie do zamykania puszek o nieregularnych kształtach (Vacuum Seamer for Irregular Cans). Zamykanie puszek odbywa się w próżni w warunkach aseptycznych.

Nagrodę specjalną jury zdobyła natomiast firma **Triaproces** za mikser i granulator (Triaxe Mixer, Granulator). Pracę tego miksera można porównać m.in. z ruchami rąk piekarza delikatnie ugniatającego ciasto, przy czym urządzenie zużywa 4-10 razy mniej energii elektrycznej niż tradycyjne miksery.

SIAL: NOWE KIERUNKI w produkcji żywności

Na targach SIAL, podobnie jak na targach IPA, również zwracała uwagę duża liczba prezentowanych innowacji produktowych. Jednocześnie wielu wystawców oferowało wysokiej jakości, tradycyjne produkty, zwłaszcza sery i wędliny dojrzewające, ale nie tylko, wytwarzane wg dawnych receptur i technologii. Innym mającym coraz większe znaczenie kierunkiem rozwoju rynku żywności jest produkcja żywności ekologicznej. Na targach wydzielono specjalny sektor, na którym prezentowane były wyłącznie produkty ekologiczne, ale produkty z certyfikatem wyrobu ekologicznego producenci oferowali również na wielu innych stoiskach. Coraz popularniejsza w Europie staje się żywność etniczna, halal (przygotowana zgodnie z zasadami i prawem Islamu) oraz koszerne, która również była prezentowana na targach. Wartość rynku żywności halal w Europie jest szacowana na 65 mld euro, a rynek żywności koszernej na ok. 5 mld euro.

Według raportu World Innovation Panorama 2010 obecnie obserwuje się piętnaście kierunków rozwoju rynku żywności, które można podzielić na pięć grup: przyjemność, zdrowie, forma fizyczna, wygoda oraz etyka. Spośród zgłoszonych i prezentowanych przez wystawców 985 nowości, 400 wyselekcjonowanych, nowatorskich produktów zaprezentowano w Obserwatorium Tendencji i Innowacji. W tej wydzielonej przestrzeni zaprezentowano produkty spożywcze obrazujące nowe tendencje na światowym rynku żywności, spośród których warto wymienić m.in.:

- produkty „ultra” - obecnie produkty są pozycjonowane z jednej strony jako luksusowe, wyrafinowane, wysokiej jakości, a z drugiej - produkty dyskontowe i proste. Zmniejsza się natomiast pula produktów pośrednich;
- tworzenie oryginalnych połączeń składników, które do tej pory nie były ze sobą łączone, oraz poszukiwanie egzotycznych surowców, a to wszystko w celu doświadczania nowych wrażeń smakowych;
- naśladowanie szefa kuchni w domu - konsumenci chcą czuć satysfakcję z przygotowanego samodzielnie dania, chcą, aby było ono takie, jakie przygotowują mistrzowie kuchni, a producenci żywności mają im to ułatwić;
- prostota produktów – jego innowacyjność polega na zastosowaniu do produkcji jedynie podstawowych surowców, które niosą ze sobą znane wszystkim korzyści;
- zwiększa się popyt na produkty naturalne, które postrzegane są przez konsumentów jako bezpieczne;
- ze względu na wciąż wzrastającą liczbę alergików, coraz częściej jest poszukiwana żywność niewywołująca alergii;
- konsumenci zaczynają dociekać, z jakich składników jest wyprodukowana żywność, a producenci, aby zwiększyć swoją przewagę nad konkurencją, coraz wyraźniej akcentują fakt, że ich produkty nie zawierają niekorzystnych składników, np. tłuszczu trans, glutamianu sodu;
- konsumenci mają coraz większą wiedzę o korzyściach zdrowotnych wynikających ze spożywania określonej żywności, co skłania producentów do wyraźnego podkreślenia korzyści zdrowotnych swoich produktów. Przykładem tego trendu może być rynkowy sukces superowoców, superwarzyw czy zielonej herbaty;
- klienci chcą wiedzieć także, jak dany produkt oddziałuje na ich zdrowie i świadomie wybierać produkty w zależności od potrzeb;
- coraz więcej konsumentów przejawia postawę proekologiczną, np. istotne jest dla nich używanie biodegradowalnych, kompostowalnych opakowań;

- konsumenci poszukują tzw. produktów etycznych – czyli chcą mieć pewność, że wytworzenie danej żywności nie wiąże się z krzywdzeniem innych; przykładem może być system fair-trade;
- wraz z wiekiem konsumentów zmieniają się ich potrzeby, a producenci powinni to uwzględniać;
- istotna jest oszczędność czasu przeznaczonego na przygotowanie posiłków - konsumenci chcą jedynie czerpać przyjemność z gotowania ograniczając do minimum żmudne i mało kreatywne czynności;



Fot. SIAL

Obserwatorium Tendencji i Innowacji na targach SIAL

- obecnie ponad połowa ludności żyje w miastach i jest to podstawowe miejsce kształtowania się nowych trendów, w tym żywieniowych – zatem producenci powinni uwzględniać miejski styl życia przy kreowaniu produktu;
- konsumenci oczekują natychmiastowej odpowiedzi na swoje pytanie, aby szybciej wybrać produkt i uzyskać informacje o sposobie jego użycia – zatem przyszłością są rozwiązania pozwalające na uzyskanie takich informacji przez telefon komórkowy, np. przez połączenie się z Internetem.

Spośród targowych nowości 15 produktów nagrodzono Grands Prix Tendances & Innovations. Wyróżniono m.in. warzywne (marchewkowo-kminowe lub buraczkowo-cebulkowe) wafle wzbogacone w błonnik (Croc' légumes) francuskiej firmy **Pâtisserie des Flandres**. Zawierają one więcej niż 50% warzyw i mają obniżoną wartość energetyczną. Zostały nagrodzone m.in. ze względu na osiągnięty kompromis między przyjemnością a zdrowiem. Inny nagrodzony za koncepcję produkt to owocowy (truskawkowy, brzoskwinowy lub pomarańczowy) dżem z miodem (Honeyed preserve) hiszpańskiej firmy **Helios**. Jest on otrzymywany wyłącznie z naturalnych produktów.

Nagrodami SIAL d'Or, przyznawanymi przez 30 dziennikarzy prasy fachowej z 30 krajów, wyróżniono natomiast 39 produktów, a wśród nich napój energetyzujący Green-up firmy **Herbapol-Lublin**. Jest on wytwarzany jedynie z naturalnych składników: kofeiny z guarany oraz koncentratów owocowych, niezawierający tauryny i konserwantów.

Targom towarzyszyło ponad 250 konferencji i różnych animacji. *Wyzwania eksportu były głównym tematem rozmów prowadzonych w alejkach targów i debat z udziałem polityków, którzy byli obecni na SIAL-u* – komentuje Valérie Lobry, Dyrektor Generalna SIAL. Następną edycją targów IPA i SIAL odbędzie się 21-25 października 2012 r. ■

Agnieszka Górecka

Obserwatorium Tendencji i Innowacji, gdzie prezentowane są wybrane nowości targów SIAL, odwiedziło aż 75% gości targowych.