



«МОГУНЦИЯ-ИНТЕРРУС» ТОРОПИТ ВЕСНУ

Компания провела в Москва семинар «Гриль-2023»

На дворе еще была зима, но компания «Могунция-Интеррус» 16 февраля собрала своих клиентов, чтобы в теплой и дружественной обстановке представить новые разработки для производства полуфабрикатов, готовых блюд и продуктов к сезону пикников.

Около 50 представителей мясоперерабатывающих предприятий получили самую исчерпывающую информацию о добавках, которые в большинстве своем еще не знакомы широкой профессиональной аудитории.



Открывая семинар, генеральный директор компании **Татьяна Старовойт** в своем выступлении акцентировала внимание на том, что компания, несмотря на сложную экономическую ситуацию, не только не сокращает свое присутствие на рынке, но и развивается, увеличивает объем присутствия, географию продаж.

Она представила участникам семинара ведущих специалистов «Могунции-Интеррус», попутно объяснив, за какое направление отвечает каждый член команды. Рассказала о достижениях компании, о капиталовложениях в инфраструктуру и производство.

В 2022 г. было сделано немало: в Подмоскowie введены в строй офисное здание с демонстрационным залом и производственно-складской комплекс. В демонстрационном зале компания может теперь производить продукты со своими добавками в исследовательских целях и показывать клиентам, как работают те или иные добавки на практике.

Все инвестиции сделали очень своевременно, если принять во внимание политические решения стран Ев-

росоюза и властей ЕС после 24 февраля 2022 г., направленные против экономики России.

На семинаре сотрудники компании поочередно представили новые добавки. Содержательная особенность мероприятия состояла в том, что выступавшие специалисты не рекламировали ингредиенты, как таковые, а предлагали производителям мясных продуктов готовые решения, позволяющие удовлетворить производственные потребности выпускать мясные продукты, которые ждет потребитель и которые будут приносить прибыль.

Ничто так не убеждает в правильности слов о продукте, как его дегустация. На дегустацию были представлены продукты нескольких категорий: без индекса E, халяль, постные полуфабрикаты, готовые блюда, мясо в маринадах. В этих изделиях использовались различные виды сырья — говядина, свинина, курица, индейка.

Для сенсорного анализа всем участникам семинара предложили блюда, изготовленные с новыми добавками: — блинчики с мясной начинкой из мяса птицы (куриное) без E-индексов;



- наггетсы по-домашнему;
- чикенбургер из мяса птицы (куриное);
- колбаски гриль из говядины и свинины без оболочки;
- чевапчичи;
- сырно-ветчинная палочка из мяса индейки «Домашняя»;

- палочка из мяса птицы (куриное) Халяль;
- шницель свиной с травами фреш;
- котлеты капустные (постные).

А также готовые блюда:

- филе бедра куриного в соусе;
- филе грудки индейки в соусе;
- мясо птицы (бедро) в маринаде «Модерн»;
- мясо птицы (голень) без Е;
- свиной окорок «Красный чеснок»;
- филе бедра индейки «Пряный чесночный»;
- крыло куриное в маринаде «Вестерн»;
- медовые ребрышки;
- свиной окорок в маринаде, пряный, без Е;
- грудка куриная в маринаде «Флорида»;
- филе бедра индейки «Чили»;
- свинина (окорок) «Ирландская»;



Готовые решения «Могунции» вызвали неподдельный профессиональный интерес участников семинара. Они задавали вопросы об особенностях применения пищевых добавок, о дозировках, о технологии изготовления презентуемых изделий, об увеличении сроков годности. В преддверии весны технологов очень интересовали продукты для пикника.

Свои оценки продуктов участники семинара записали в дегустационные листы, а организаторы вместе с оцен-

ками продегустированных продуктов получили обратную связь от специалистов. Прделанная работа поможет теперь, с одной стороны, лучше учитывать запросы клиентов, с другой, расширить представление о новых продуктах и способах их применения.

Популярное ныне маркетинговое поветрие — продукты с «чистой этикеткой» не осталось незамеченным производителями добавок. «Могунция-Интеррус» предлагает палитру добавок без «Е» и разрабатывает их по запросам клиентов, которые откликнулись на модный среди потребителей тренд.



За 28 лет существования фирмы «Могунция-Интеррус» провела более 150 семинаров и прочих подобных мероприятий. Высокая интенсивность отраслевых коммуникаций компании говорит о нацеленности на потребности клиентов. Плодотворная исследовательская деятельность постоянно дает поводы для содержательных встреч с клиентами и обогащает своими инновациями технологический инструментарий мясоперерабатывающих предприятий.

Такие мероприятия полезны организатору, поскольку они способствуют продвижению продукта. В свою очередь участники получают возможность почерпнуть что-то новое относительно технологии производства продукции, обменяться мнениями в неформальной обстановке, поделиться опытом между собой, наладить деловые отношения.

В завершение семинара всем участникам вручили дипломы. После насыщенной программы семинара его участников ждал банкет.

*Анатолий Кубышко,
специальный корреспондент журнала*

СПРА
ООО
ду. Вх
food g
Прок
и офи
Моско
тов ве
и эксп
Перс
Комп
извод
«Могу
на 300