***Необходимо вернуть доверие потребителя.***

**Уже около 20 лет продолжается сотрудничество «Могунция-Интеррус» и «Мясного Дома Бородина». На выставке ingredients 2013, в котором участвовала «Могунция», мы встретились с ее генеральным директором Вадимом Прянишниковым и президентом «Мясного Дома Бородина» Виталием Геворкяном.**

**Вадим Валентинович! Есть ощущение, что наши СМИ в последнее время ведут целенаправленную атаку на мясопродукты...**

Согласен. В медийном поле идет Настоящая война, где убивают покупательский спрос и доверие к мясным продуктам. Воюют «желтые» газеты, журналы, каналы, ТВ. К счастью, на нашей стороне — профессиональные журналы.

В некоторых публикациях договариваются до того, что мясные продукты вредны. Между тем невозможно недооценивать роль мяса как поставщика полноценного белка, сбалансированного по незаменимым аминокислотами. Нельзя ставить знак равенства между мясом и колбасой. Не может колбаса быть полностью произведена из мяса, получится просто невкусный продукт.

**То есть в арсенале технолога должны быть любые добавки, а его задача — грамотно их использовать?**

Да. Задача мясника — связать воедино мясо, жир и воду. И придать им запах и вкус. Эту задачу решают добавки. В полной мере это относится также к эмульгированным колбасам, так любимым нашими покупателями. В них эмульсия представляет собой матрицу — пространственный нерастворимый каркас, который может быть дополнительно укреплен пищевыми волокнами.

 **«Мясной дом Бородина» — ваш давний партнер...**

Среди сотен наших партнеров особым образом выделяется МДБ. Его технологи и специалисты участвовали во многих наших обучающих семинарах, бывали в научном центре «Аротоп». Продукция МДБ заслуженно пользуется повышенным спросом покупателей, стандарты предприятия МДБ заметно выше требований российских ГОСТов. Специалисты и руководство завода во главе с В.С. Геворкяном поставили задачу производства продуктов без каррагенанов, камедей, сои и усилителя вкуса — глутамата натрия. В частности, предприятие отказалось от закупок комплексных добавок.

**Правильно ли я понял, что такая политика МДБ должна быть не очень выгодна для вас?**

Для нас как поставщиков добавок такая политика усложняет нашу работу. Но мы всегда идем навстречу своим партнерам. Независимо от дискуссий о роли того или другого ингредиента наш партнер получает то, что хочет. Если действительно покупатель конечного продукта в магазине не желает иметь дополнительного глутамата натрия, наша общая с мясопереработчиками забота — дать ему такие продукты и достоверную информацию. «Могунция» производит целую линию таких добавок. Надо иметь в виду, что такие добавки заметно дороже.

**Может быть, всё же дело науки — заниматься исследованиями тех или иных ингредиентов и их роли в питании человека?**

Конечно, именно от отраслевой науки мы вправе ожидать исчерпывающей информации о роли того же глутамата натрия в питании. И другие подобные вопросы должны быть строго научно исследованы. Нужны точные факты. В то же время очень важно дать потребителю выбор и достоверную информацию о выпускаемом продукте. МДБ как раз и делает это.

**Виталий Сергеевич! Ваша позиция по поводу использования добавок широко известна. Но если коротко, только самый необходимый минимум?..**

В России отсутствует внятная система координат, понятная одновременно и производителю, и потребителю. Эта система имитируется ГОСТом, то есть представлением чиновников о том, как питаться людям. Причем в основе этих представлений отнюдь не интересы потребителя — ну или, скажем так, учитываются они не в первую очередь.

Мы исходим из того, что потребитель сам вправе решать, что ему есть, в зависимости от его вкусовых пристрастий и финансовых возможностей. Рынок должен формировать потребитель через запрос на разные продукты. А производители, в зависимости от особенностей бизнеса, от их ценностей и т.п., по-разному должны удовлетворять эти запросы. При этом все продукты, как это делается на Западе, можно поделить на ненатуральные, натуральные и органические. Мы хотим жить в этой системе координат.

Более года назад мы приняли решение перейти в сегмент натуральных продуктов, спрос на которые растет. Для этого мы отказались от использования усилителей вкуса и заменителей мяса. Это не делается в одночасье, росчерком пера. Пришлось провести глобальную реконструкцию завода, переоснащение производства, на что мы инвестировали почти €1О млн. Мы сформировали новую команду, пересмотрели взаимоотношения с Партнерами, в том числе с поставщиками сырья.

**Многие производители сейчас дают гарантии натуральности своих колбас, не так ли?**

Вначале стоит определиться с понятиями — что такое натуральность. Другая проблема — верит ли потребитель этим гарантиям? На Западе эти гарантии подкреплены отлаженной системой контроля рынка продуктов питания. То, что время от времени эта система выявляет какие-то нарушения, как с этой злополучной кониной, говорит лишь о том, что система работает. Мало того, каждый подобный скандал делает контроль надежнее. Неотъемлемая часть этой системы — самоконтроль производителя. В России единственным гарантом деклараций производителя является государство, которому потребитель верит всё меньше.

**Тогда, возможно, есть смысл как-то скооперироваться с европейскими переработчиками?**

Мы реализуем сейчас план вхождения в один из европейских союзов мясопереработчиков, чтобы влиться в их систему контроля. Нам нужен качественный внешний аудит, который подтвердил бы нашу добропорядочность.

**Я слышал, вы хотите создать свою ассоциацию, в которую войдут производители, придерживающиеся таких же взглядов, как и вы...**

Мы, «Мясной Дом Бородина», хотели бы инициировать создание ассоциации производителей натуральных продуктов питания, участники которой работали бы по собственным стандартам. И внутри ассоциации действовали бы собственные инструменты контроля за соблюдением этих стандартов. Основополагающим принципом этой ассоциации нам видится отказ от заменителей натуральных ингредиентов и усилителей вкуса. Ассоциация призвана стать альтернативой существующей системе контроля качества и безопасности, а также стандартизации продуктов питания. Мы выступаем за создание понятных условий игры для всех участников рынка, и потребителей в том числе. Увы, пока непонятно, с кем объединяться.

**Ваши намерения на будущее?**

Следующий этап — это производство традиционных российских колбас и деликатесов по лучшим мировым стандартам ВIO/Organic. Но пока это только мечта.

Материал подготовил Владимир ИЗМАЙЛОВ