

КАБЕЛЬНИЙ СВІТ

ЖУРНАЛ ДЛЯ КЛІЄНТІВ LAPP GROUP В УКРАЇНІ

ВИПУСК 03.2015

ПРОДУКТИ ХАРЧУВАННЯ

ПОГЛЯД У СЕРЕДИНУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

ПОЛЬОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ. Коли молочна промисловість стає науковим об'єктом **СТОР. 6**

ДЕГУСТАТОР. Інтерв'ю з хіміком-харчовиком та автором багатьох книг Удо Польмером **СТОР. 10**

ВІЗИТ ДО ЛАБОРАТОРІЇ. Місце, де продукти Lapp проходять ретельні випробування **СТОР. 14**



Шановні читачі!

Якщо я запитаю у Вас: чим Ви сьогодні снідали? Я впевнений, що Ви без вагань відповісте на це просте питання. Складніше буде, якщо я спитаю: чи знаєте Ви, яким чином були виготовлені продукти, що потрапили зранку до Вашого столу? Зазвичай, ми чудово знаємо, що їмо, але дуже часто й гадки не маємо як обробляються, переробляються, готуються продукти, які ми щодня споживаємо.

Я зараз зовсім не маю на меті розподілити продукти харчування на хороші чи погані, а лише хочу акцентувати увагу на харчових виробничих підприємствах. В наші дні, коли переважна більшість споживчих продуктів виробляється промисловим шляхом, будь-яке виробництво потребує якісних технологій. А якщо мова йде про харчову промисловість, яка є однією з найбільш вибагливих галузей, то обладнання тут має бути не лише найвищої якості, але й відповідати суворим гігієнічним та санітарним нормам, які так само стосуються усіх електротехнічних компонентів, в нашому випадку – кабельно-провідникової продукції.

З 2012 року ми у Lapp Group почали розвивати і вдосконалювати власну лінійку продуктів для харчової промисловості. Тривала співпраця з харчовими підприємствами дала нам можливість розробити широкий асортимент як стандартних, так і індивідуальних рішень, які відповідають найвищим стандартам і вимогам. І тому сьогодні ми маємо що запропонувати нашим клієнтам. Цього року, вперше за всю свою історію, Lapp Group взяла участь у Anuga FoodTec 2015, найбільшій виставці харчових технологій, що проходить один раз на два роки в м. Кельн (Німеччина). Тому, цей випуск нашого корпоративного видання "Кабельний світ" присвячений нашим "харчовим" досягненням як на глобальному, так і на локальному рівнях. Частково, інформація про наші продукти для харчової промисловості вже була представлена в нашому попередньому номері (SKINTOP® HYGIENIC та ін.), але я впевнений, що й на сторінках цього номеру Ви знайдете для себе цікаву та корисну інформацію.

Тож бажаю Вам приємного читання!

Щиро ваш,

Валерій МарДаль

ТЕМА НОМЕРУ



У РУСІ **ГОЛОВНЕ - ГІГІЄНА**

Технологія виробництва продуктів харчування

04



У ФОКУСІ **МОЛОКО МАЙБУТЬОГО**

Візит на факультет харчових та біотехнологій Університету Хоенхайма

06



ДІАЛОГ **ДЕГУСТАТОР**

Інтерв'ю з хіміком-харчовиком Удо Польмером

10

У ЦЕНТРИ УВАГИ



ПОРТРЕТ **НА ВЕРШИНІ ГОРИ**

Менеджери по продукції Корнелія Кунтцер та Андреас Бауер

12



КРУПНИМ ПЛАНОМ **У ЛАБОРАТОРІЇ LAPP**

Тест за зачиненими дверима

14



LAPP KABEL У РОБОТІ **ДИНАМІЧНИЙ РИНОК ІЗ ІННОВАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ**

Використання продукції Lapp на заводі PepsiCo (Миколаївська обл.)

16



ПОДІЇ **БІЛЬШЕ, АНІЖ ПРОСТО ФУТБОЛ**

Чемпіонат SKINTOP® CUP для клієнтів та партнерів Lapp Group в Україні

18



НА КРОК БЛИЖЧЕ **ЮЛІЯ КОБИЛЯКОВА**

Інтерв'ю зі спеціалістом з маркетингу

20



ГОЛОВНЕ - ГІГІЄНА: ІСПИТ ДЛЯ ОБЛАДНАННЯ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

У МОЛОЧНІЙ ГАЛУЗІ "МОЛОКО - ВСЬОМУ ГОЛОВА", АЛЕ ЯКЩО ДИВИТИСЯ ГЛИБШЕ І ВРАХОВУВАТИ ВСІ СКЛАДНІ ВИМОГИ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ, ТО ПРАВИЛЬНІШЕ БУДЕ СКАЗАТИ, ЩО ТУТ "ГІГІЄНА ВСЬОМУ ГОЛОВА". У БУДЬ-ЯКІЙ ІНШІЙ ГАЛУЗІ ГОСПОДАРСТВА СТАНДАРТИ ГІГІЄНИ НЕ Є НАСТІЛЬКИ Ж ВИСОКИМИ, ЯК У ВИРОБНИЦТВІ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ ТА НАПОЇВ. КОЛИ ЙДЕТЬСЯ ПРО ПОСТАЧАННЯ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ ПОСТІЙНО ЗРОСТАЮЧОМУ ТА УРБАНІЗОВАНОМУ НАСЕЛЕННЮ СВІТУ, МИ РОЗУМІЄМО, ЩО НЕ КОЖЕН СПОЖИВАЧ МАЄ МОЖЛИВІСТЬ КУПУВАТИ МОЛОКО БЕЗПОСЕРЕДНЬО НА СЕЛЯНСЬКОМУ ПОДВІР'І АБО ВИРОЩУВАТИ ВЛАСНІ ОВОЧІ ЧИ ЗЕРНОВІ КУЛЬТУРИ. БЕЗПЕКА ТА ЗДОРОВ'Я МІЛЬЙОНІВ СПОЖИВАЧІВ ЗАЛЕЖАТЬ ВІД ЯКОСТІ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ ТА НАПОЇВ, ОСКІЛЬКИ ТУТ СПРАВЕДЛИВО ДІЮТЬ НАЙВИЩІ З УСІХ ВИМОГИ ЩОДО ЯКОСТІ - ЯК ПО ВІДНОШЕННЮ ДО КІНЦЕВИХ ПРОДУКТІВ, ТАК І ВІДНОСНО ТЕХНОЛОГІЙ ВИРОБНИЦТВА ТА ПЕРЕРОБКИ.

Людам життєво необхідні продукти харчування. З цієї причини виробництво продуктів харчування є найважливішою галуззю промисловості. А також там діє найсуворіший контроль. Не лише через зростаючу кількість свідомих споживачів, які бажають знати, що вони їдять, але й також через суворі стандарти в галузі, яких виробники прагнуть дотримуватися. Оскільки нікому не потрібен скандал пов'язаний з продуктами харчування. Ані промисловцям, ані споживачам.

У наші дні процес переробки молока значною мірою відрізняється від переробки м'яса, а солодощі упаковуються зовсім не так, як напої. Ці умови ставлять перед Lapp Group багатосторонню задачу, яка також передбачає дотримання чисельних вимог. Хоча процеси виробництва такі ж різноманітні, як і смаки, у них існує спільний знаменник - дотримання гігієни в усьому. Високі вимоги щодо чистоти у харчовій промисловості, у свою чергу, були перенесені й на технічні компоненти.

ЩО ПОВИННІ ВМІТИ КОМПОНЕНТИ

Вимоги щодо кабелів та з'єднань для виробництва продуктів харчування та напоїв, а також установок для наповнення чи пакування продукції зростають. Бо у цій сфері необхідні продукти, які виробляються з великої кількості компонентів, але при цьому абсолютно нічого не виділяють у навколишнє середовище - кому потрібні гази, що виділяє пластик та зразки матеріалів у їжі? Вони повинні витримувати хімічні, теплові та механічні навантаження, якщо, наприклад, їх застосування необхідне у морозильних та вологих приміщеннях.

Крім цього, кабелі у харчовій промисловості повинні бути особливо витривалими та ідеально з'єднані. Оскільки вони можуть контактувати з питною або технічною водою, вином чи пивом, рослинними оліями чи тваринними жирами, холодними та гарячими компонен-

тами. Зрозуміло, що технічні компоненти, що працюють за кулісами харчової промисловості, не повинні виділяти такі речовини, як то пластифікатори, і, звісно, у будь-якому випадку не повинні призводити до забруднення продуктів харчування.

В той самий час, з'єднання повинні витримувати легке та часте очищення - під високим тиском або потоком гарячої пари. Окрім цього, проводка та з'єднання в цій галузі повинні протистояти впливу агресивних кислот та лужних промислових очищувачів.

Lapp Group добре розуміє ці потреби, і це розуміння перетворюється у професійні рішення щодо з'єднань для різноманітних застосувань у харчовій промисловості. А завдяки власному лабораторному та тестувальному обладнанню (див. стор. 14-15) ми навіть перевищуємо високі вимоги у даній галузі.

ХАРЧОВА ПРОМИСЛІВІСТЬ = ГІГІЄНА ТА ВИТРИВАЛІСТЬ

Сфера виробництва продуктів харчування вимагає від технічних компонентів не лише витримувати механічні та фізичні навантаження, а також виконувати наступні критерії:

- стійкість до впливу технологічних матеріалів, рідин та сумісність з ними;
- хімічна та біологічна витривалість при регулярному очищенні.

МОЛОКО МАЙБУТНЬОГО

НА ФАКУЛЬТЕТІ ХАРЧОВИХ НАУК ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ УНІВЕРСИТЕТУ ХОЕНХАЙМА СВІТ МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ ПЕРЕВЕРНУЛИ З НИГ НА ГОЛОВУ ТА ПО-НОВОМУ ПЕРЕОСМИСЛИЛИ. НЕ В АКАДЕМІЧНОМУ АБО ТЕОРЕТИЧНОМУ СЕНСІ, А - В ПРАКТИЧНОМУ. В РЕЗУЛЬТАТІ З'ЯВИЛИСЯ ІННОВАЦІЙНІ ПРОДУКТИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ. ВІЗИТ ДО НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНИЦЬКОГО МОЛОЧНОГО ГОСПОДАРСТВА.



Незвичайний університет: дрес-код - білі халати, рулони харчової плівки, і найголовніше - в якому іншому університеті живуть справжні корови? А тут у Хоенхаймі є навіть власне господарство. Під керівництвом д-ра технічних наук професора Йорга Хінріхса було створено один із небагатьох технологічних центрів у сфері молочних технологій у Німеччині. У співпраці з іншими факультетами, зосередженими на питаннях харчових технологій, харчової хімії та дієтології пан Хінріхс та його факультет знаходяться у самісінькому центрі продуктового ланцюга "від ферми до виделки".

Він із гордістю розповідає про колишніх студентів, які закінчили цей заклад та наразі займають високі посади на підприємствах. Усі наукові надбання, над якими вони працювали тут в Хоенхаймі, тепер зможуть потрапити у відкритий світ, зокрема на полицки супермаркетів та холодильників. Адже, головне в дослідницькій діяльності - це можливість практичного застосування. Це особливо демонструють чисельні спільні дослідницькі проекти в молочній промисловості.

МОЛОКО ЯК НАУКОВИЙ ОБ'ЄКТ

З 2001 р. Йорг Хінріхс очолює напрямок "Продукти харчування тваринного походження" (а саме "Молочне господарство та технології"), що включає навчально-дослідницьку роботу у сфері молочного господарства. У цього легендарного спеціаліста молочної галузі "молоко тече по судинам" разом із кров'ю. Його дідусь та батько також керували молочним виробництвом. А зараз пан Хінріхс об'єднав у Хоенхаймі біологію, хімію, фізику, інженерну справу та неприборкану жагу до дослідницької справи. Така комбінація допоможе підприємцям визначити економічну привабливість певних процесів.

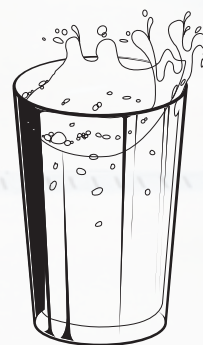
СТОРІНКИ 6 - 7 Професор Йорг Хінріхс проводить дослідження для збільшення ефективності процесів та залучення нових технологій

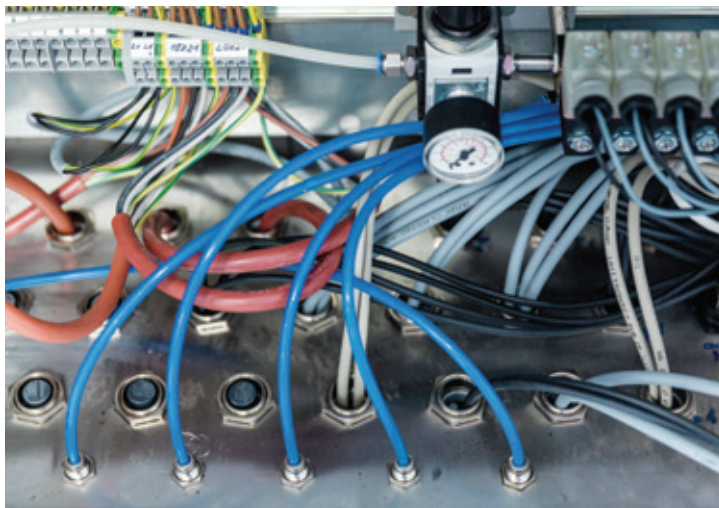




ЕНЕРГЕТИЧНИЙ НАПІЙ

До недавнього часу білий енергетик можна було купити навіть в університетському магазині: енергетичне молоко складається з більше ніж 500 компонентів - частково це - багатофункціональні речовини, що не можуть бути створені синтетично і у більш концентрованій формі використовуються, наприклад, у медицині.







"Тут ми можемо бути корисними з точки зору досягнення бажаних результатів та підвищення ефективності, а також у тому, щоб відкрити двері новим технологіям". Потрібен приклад? Напій на основі молока з лактулозою, отриманою ферментативним шляхом для покращення травлення людей зі спеціальними потребами. Те, що звучить, як назва докторської дисертації, на практиці є продуктом для літніх людей, який покращує травлення.

СКЛАД: РЕЦЕПТ УСПІХУ

Інше питання, яке тут також ретельно вивчається: Що входить до складу продуктів харчування? Однією з рушійних сил на ринку молочних продуктів, окрім смаку та запаху, є склад. Наприклад, продукти з низьким вмістом жиру.

"Якщо продукт не містить жиру, потрібно щось інше, щоб зробити текстуру кремopodobною", - каже Хінрікс. "Звісно, можна зробити знежирений камамбер. Але він буде схожий за смаком на хокейну шайбу". Важливе значення мають характеристики еластичності та текучості.

Крім цього, робоча група Хінрікса займається оптимізацією обладнання та технологій. "Щоб виробляти безпечні продукти харчування, необхідні безпечні технології", - каже він. А для цього потрібні надійні компоненти. І тут до гри вступає Lapp.

МАЛІ КОМПОНЕНТИ, ВЕЛИЧЕЗНІ ВИМОГИ

Як каже професор Хінрікс, найменші компоненти, такі як штекерні з'єднання, наприклад, мають найбільше значення: "Технології з'єднання в таких складних умовах повинні бути максимально надійними. Вони піддаються очищенню як у ході дослідницької діяльності, так і у промисловій практиці. При цьому обладнання також потребує очищення зсередини. Це означає, що воно має бути стійким до впливу кислот та лугів".

До речі, очищення дослідницького молочного господарства відповідно до суворих гігієнічних умов навмисно не віддається на аутсорсинг. Таке делікатне завдання виконується не сторонньою фірмою, а самими науковцями. До процесу очищення застосовуються такі самі високі вимоги, що й до компонентів.



КОРОТКО ПРО МОЛОЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ

Молочна галузь стала традиційною у Хонхаймі. У 1822 р. тут викладалися не тільки оцтове виробництво та процеси дистиляції, але й технології сироваріння. Завдяки будівництву молочного господарства у 1883 р. та заснуванню "Дослідницького інституту вивчення молока та молочних продуктів" було закладено фундамент для досліджень у молочній сфері. З 1967 р. тут готують спеціалістів із харчових технологій.

ДЕГУСТАТОР

ВІН "ДРУКУЄ" ЇЖУ НА 3D-ПРИНТЕРІ. УДО ПОЛЬМЕР ТВОРИТЬ МАЙБУТНЄ ЇЖІ. АВТОР, ХІМІК-ХАРЧОВИК, КЕРІВНИК ЄВРОПЕЙСЬКОГО ІНСТИТУТУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДІЄТОЛОГІЇ РОЗПОВІДАЄ ПРО СИРОЇДСТВО, ПЕРЕРОБКУ ВІДХОДІВ ТА ВСЕЇДНИХ ЛЮДЕЙ.

Вегани, вегетаріанці, сироїди та інші: це непереносимість певних продуктів харчування, новий рівень свідомості споживачів або лише модна тенденція?

Ці дивацтва проникли до суспільства як вірус грипу, але проти них ще не винайшли щеплення. Ті особи, що насправді страждають непереносимістю певних харчових продуктів, не знімають із цього приводу багато галасу, оскільки це для них неприємне питання. Вони знають, як правило, що можуть на будь-якій полиці знайти те, що вони можуть їсти без проблем.

Як здійснюється відповідальне та ефективне використання ресурсів та захист навколишнього середовища при виробництві продуктів харчування?

Шляхом вторинного використання відходів. 10 років тому половину свинної туші спалювали, оскільки певні її частини нікому не були потрібні, а використання їх як корм для тварин було заборонене. Сьогодні завдяки глобалізації виробники вже нічого не викидають, а продають по всьому світу. Те, що нам не потрібно, для інших - справжній делікатес, наприклад, поросячі хвостики. Це діє і у зворотному напрямку: черствий хліб завдяки високій кількості виділення тепла при згоранні використовується у пекарнях для топки печей.

Чи можливо взагалі зробити добру їжу промисловим шляхом?

Так. Ви самістійно готуєте моцарелу, майонез або солите оселедць? Існують високоякісні напівфабрикати глибокої заморозки, що не містять добавок або ж ароматизаторів, органічне пиво без хімічних речовин, або якісний шоколад вищого гатунку.

Харчування потребує досліджень. Сьогодні здійснюється не тільки активний пошук нових смакових характеристик, але й відповідей на питання: що ми будемо їсти у майбутньому?

Те, до чого звикли люди, або те що продиктує політика. З технічної точки зору для сільського господарства не проблема нагодувати ще 10 мільярдів людей, навіть якщо ми не відмовимося від м'яса. За даними Продовольчої та сільськогосподарської організації (FAO) більше 60% доступних сільськогосподарських земель придатні лише для тваринництва. Веганство - це простий шлях до глобального голоду.

Який підхід до харчування ви вважаєте застарілим? Та який сучасним?

Ідея "здорового харчування" вже є застарілою. "Люди занадто різні, щоб слідувати однаковим рекомендаціям щодо поживної цінності продуктів". Ще важливіше усвідомлювати, що людина - це ссавець, а саме всеїдний ссавець, а серед всеїдних вона відноситься до групи "Cocivore" - тобто ссавець, якому необхідна приготовлена їжа. Одного погляду на наші значно слабші ніж у людиноподібних мавп щелепи достатньо, щоб зрозуміти, що наша еволюція продиктована нашим харчуванням.

Від якої їжі у вас біжать слинки, а від чого зникає апетит?

Апетит виникає, коли чудовий, досвідчений кухар готує неперевершені страви. І він зникає, коли якісь дипломовані так звані дієтологи намагаються скористатися недосвідченістю людей і говорять їм, що ї як їсти.

"ЛЮДИ ЗАНАДТО РІЗНІ, ЩОБ СЛІДУВАТИ ОДНАКОВИМ РЕКОМЕНДАЦІЯМ ЩОДО ПО- ЖИВНОЇ ЦІННОСТІ ПРОДУКТІВ"



ОСОБИСТЕ

Відомий німецький експерт із питань харчування, у 2008 р. журнал "Сісего" вніс його до списку 40 найважливіших дегустаторів країни. Удо Польмер вивчав хімію в Мюнхенському університеті і сьогодні він є науковим керівником Інституту харчових технологій та дієтології ЄС. Зіграв велику роль у створенні Німецького музею харчових добавок у Гамбурзі. Мав власну щоденну рубрику на німецькому радіо "Культура", успішний автор багатьох книжок - нещодавно видавництво "Hirzel" випустило його книжку "Не ставайте вегетаріанцем".

КОЖЕН СИР МАЄ ДОЗРІТИ

Починаючи з 2012 р. у Lapp Group постійно працюють над розвитком і вдосконаленням продукції для харчової галузі. Це - **3 роки** або **1 095 днів** або **26 280 годин**. Приблизно стільки ж потрібно для дозрівання якісного сиру Parmigiano-Reggiano, аби він набув свого специфічного смаку та аромату.

26 280             



НА ВЕРШИНІ ГОРИ

НАПРЯМОК ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ДЛЯ ХАРЧОВОЇ ГАЛУЗІ У LAPP GROUP ХОЧА Й МОЛОДИЙ, АЛЕ УСПІШНИЙ. ВІН І НАДАЛІ БУДЕ УСПІШНИМ ЗАВДЯКИ МЕНЕДЖЕРАМ ПО ПРОДУКЦІЇ КОРНЕЛІЇ КУНТЦЕР ТА АНДРЕАСУ БАУЕРУ.

"Моїх колег", - без вагань відповідає Корнелія Кунтцер на питання, що вона більше всього цінує в Lapp. "А також чудову співпрацю, свободу у процесі прийняття рішень та головне - можливість проникнення до незвіданих сфер". У цьому випадку "незвідана сфера" - це виробництво продуктів для харчової промисловості, що розвивається тут з 2012 р. "Яким чином ми можемо зробити використання наших продуктів більш легким та безпечним для клієнтів? І як ми можемо допомогти нашим клієнтам покращити їх власне обладнання?", - говорить Андреас Бауер - керівник відділу системних рішень - з точки зору його зони відповідальності.

Це сфера, в якій щось настільки невелике, як то кабельні вводи, може бути вирішальним для такого важливого поняття, як безпека. Для цього необхідно було вдосконалити стандартні продукти та розробити нові рішення. Асортимент продукції, що буде десятки років застосовуватися на практиці, необхідно було розробити за три роки. Андреас Бауер називає це спортивним підходом. Але він є реалістичним. Просто необхідно чітко відповісти на питання:

Які потреби кожного конкретного ринку? Які норми існують на ньому? Якою має бути правильна конструкція? Які матеріали ідеально відповідатимуть конкретним сферам застосування? Щоб усі продукти виконували ті обіцянки, які дає їх виробник. "Кожен покупець нашої продукції, перш за все, очікує на якість", - каже Бауер.

ПОШУК РІШЕНЬ

"Певною мірою, вже існували продукти, що в технічному плані задовольняли усі вимоги", - додає Корнелія Кунтцер. Але вони не пройшли спеціальні дослідження в контексті вимогливого використання в харчовій галузі. "Тому нам потрібна була лінійка продуктів, що пройде найважливіші атестації та перевірки". Важливими в цьому сенсі є сертифікація ECOLAB® для визначення стійкості до очищуючих засобів, EHEDG - дослідження конструкції та дозвіл FDA - перевірка матеріалів.

Асортимент став повним після появи у листопаді 2014 р. кабельного вводу SKINTOP® HYGIENIC, що пройшов усі ці три сертифікації. Відтепер він задовольняє усі напрямки харчової галузі.

Він ідеально відповідає філософії Lapp - шукати рішення, а не компоненти. Рішення, в яких кабелі, штекери, а також кабельні вводи чудово пасують один до одного і можуть бути придбані в одного постачальника.

Через 3 роки після запуску цього напрямку Андреас Бауер підсумовує: "Ми досягли вершини гори під назвою "Продукція для харчової промисловості". Наша подорож розпочалася з дослідження ринку, перейшла до перших проектних ескізів і тривала до виробництва готового продукту. Коли ви вже вивели продукт на ринок і стоїте на вершині гори, дивлячись на пройдений шлях, це надихає на нові звершення".

У ЛАБОРАТОРІЇ LAPP

"УВАГА, ПРОВІДИТЬСЯ ДОСЛІД" - ПОПЕРЕДЖАЄ ТАБЛИЧКА, АЛЕ НАМ ВСЕ ОДНО НЕОБХІДНО ТУДИ ЗАЗИРНУТИ. У НЕВІДОМИЙ КОСМІЧНИЙ ПРОСТІР, ЩО РОЗТАШОВАНИЙ МІЖ ПРИСТРОЄМ ДЛЯ РЕНТГЕН-ФЛУОРЕСЦЕНТНОГО АНАЛІЗУ, ПРИСТРОЄМ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗДАТНОСТІ НА ЗНЯТТЯ ІЗОЛЯЦІЇ ТА ХОЛОДИЛЬНИКОМ ДЛЯ ВИПРОБУВАНЬ НА РОЗТРИСКУВАННЯ ПРИ РІЗКОМУ ОХОЛОДЖЕННІ. ВІЗИТ ДО ЛАБОРАТОРІЇ LAPP.

Ліс рубають - щіпки летять. А там, де проводяться дослідження, усе блимає, спалахує та шумить. Тут за зачиненими дверима продукти Lapp перевіряються на практичність у повсякденному застосуванні. При цьому, іноді ця повсякденність може тривати роками. Наприклад, коли досліджується старіння кабелів. Але скажіть, будь ласка, як можна у штучних лабораторних умовах зістарити кабель? Відповідь: у шафі для термічних досліджень, де багато місяців може пройти за декілька днів.

Кожен кабель, в залежності від ділянки застосування, проходить до 40 різноманітних тестів. Якщо це - нафтова платформа, тоді його також обробляють буровим відходами зі Скандинавії. "Перед нами постає багато викликів", - розповідає Міхаель Хагенмюллер. Це керівник лабораторії, який разом зі своєю командою проводить детальне тестування SKINTOP® HYGIENIC.

У даному випадку мова йде про контроль конструкції та розмірів, перевірку різьбових з'єднань, тестування захисту від перекручування, перевірку розвантаження натягнення та захист від впливу пилу та води. Продукт тестується 8 годин поспіль при від'ємному тиску із додаванням тальку. У результаті ввід не має пропустити жодної пилки. Лише тоді вважатиметься, що цей тест пройдено.

БЕЗ КОСМІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ? ЯК БИ НЕ ТАК!

На іншій станції досліджується хімічна стійкість кабелів, штекерів та кабельних ввідів. На погляд Лаури Ердманн це зовсім не "космічні технології", але дехто може з нею не погодитися. Оскільки за межами цієї лабораторії Лаура Ердманн вивчає авіаційну та космічну техніку. Вона ретельно проводить дослідження матеріалів. І готується до тривалих фаз тестування. Наприклад, тестування ECOLAB® триває 4 тижні.

ECOLAB® проводиться у сфері промислових очищуючих продуктів для готелів, ресторанів, лікарень та навіть для продуктів харчової галузі. Там, як правило, для очищення машин використовуються певні хімічні речовини. Сертифікація ECOLAB® підтверджує хімічну стійкість продуктів Lapp до цих засобів для очищення та дезинфекції.

"Те, що ми робимо тут, надзвичайно важливе для наших клієнтів. Вони можуть бути певні, що цифри, які ми вказуємо в наших каталогах, були перевірені та підтверджені", - каже Хагенмюллер, який допомагав у створенні лабораторій Lapp у Штутгарті, Сингапурі та інших містах по всьому світу.

Наразі він працює над концепцією, за якою лабораторія Lapp у Штутгарті буде у майбутньому встановлювати галузеві стандарти.





ПРО ТЕСТУВАННЯ ECOLAB®

Для отримання сертифікату ECOLAB® продукти на **28 днів** повністю занурюються у **6 різних дослідницьких розчинів**. Кожні **2 дні** вони проходять візуальне обстеження: щодо виникнення різних зовнішніх дефектів, таких, наприклад, як зміна кольору або поява тріщин. Якщо через **4 тижні** немає видимих змін, і продукти проходять подальші функціональні дослідження, то продукт може вважатися стійким до хімічних навантажень.

ДИНАМІЧНИЙ РИНОК ІЗ ІННОВАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ

МИ СТОЇМО НА ПОРОЗІ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ РЕВОЛЮЦІЇ У ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ. ПОМІТНО ЗРОСТАЮЧА КІЛЬКІСТЬ НАСЕЛЕННЯ ПЛАНЕТИ ПОТРЕБУЄ ВСЕ БІЛЬШЕ І БІЛЬШЕ ЯКІСНИХ ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ. ІСТОТНЕ ЗРОСТАННЯ ПОПИТУ, РАНО ЧИ ПІЗНО, ПРИЗВЕДЕ ДО ВИНАХОДУ КАРДИНАЛЬНО НОВИХ МЕТОДІВ ЕФЕКТИВНОГО ВИРОБНИЦТВА. ПРОДУКЦІЯ LAPP НА ЗАВОДІ PEPSICO.

Ще зовсім недавно збільшення обсягів виробництва продуктів харчування зумовлювало в першу чергу розширення посівних ділянок чи розширення виробничих потужностей. Сучасні удосконалені добрива, автоматизація процесів висадки та збору врожаю, залучення новітньої техніки сприяють більш раціональному використанню сільськогосподарських угідь та ефективному веденню господарської діяльності. Згідно даних KPMG (одна з чотирьох аудиторських компаній "Великої четвірки") інвестиції в модернізацію устаткування та автоматизацію процесів є пріоритетними для підприємств харчової індустрії.

Очевидно, що останні тенденції світової економіки торкнулися не лише виробників продуктів харчування, але й компаній-постачальників обладнання для даного сегменту. Співпрацюючи з багатьма світовими лідерами, такими як Danone, Warsteiner, Coca-Cola, PepsiCo, Lapp Group не залишилась осторонь, наші кабелі та роз'єми є невід'ємною частиною будь-якої виробничої інфраструктури з виробництва продовольчих товарів. У відповідь на потреби своїх клієнтів ми розробили ряд інноваційних продуктів для підприємств харчового сегменту.

КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД

Найрізноманітніші умови експлуатації та технологічні методи, що використовуються нашими клієнтами в харчовій промисловості, вимагають як відповідності стандартам, так і наявності додаткових властивостей.

У Lapp Group будь-яке підприємство харчової направленості ми умовно поділяємо на три зони:

- Гігієнічна зона, що передбачає прямий контакт продуктів переробки з кабельною продукцією.
- Зона бризгів, до якої включаються ділянки, що піддаються опосередкованому впливу продуктів харчування.
- Технічна зона, що ніяким чином не контактує з сировиною.

У той час, коли технічна зона не передбачає особливих вимог до кабелю, зони, де він контактує з продуктами переробки висувають неабиякі вимоги до КПП: мають бути враховані стійкість кабелю до пари та гарячої води, що подається під тиском, стійкість до хімічних розчинів, що використовуються при дезінфекції та чистці. Варто також врахувати гігієнічні норми та стандарти, що виключають будь-які побоювання щодо здоров'я кінцевого споживача.

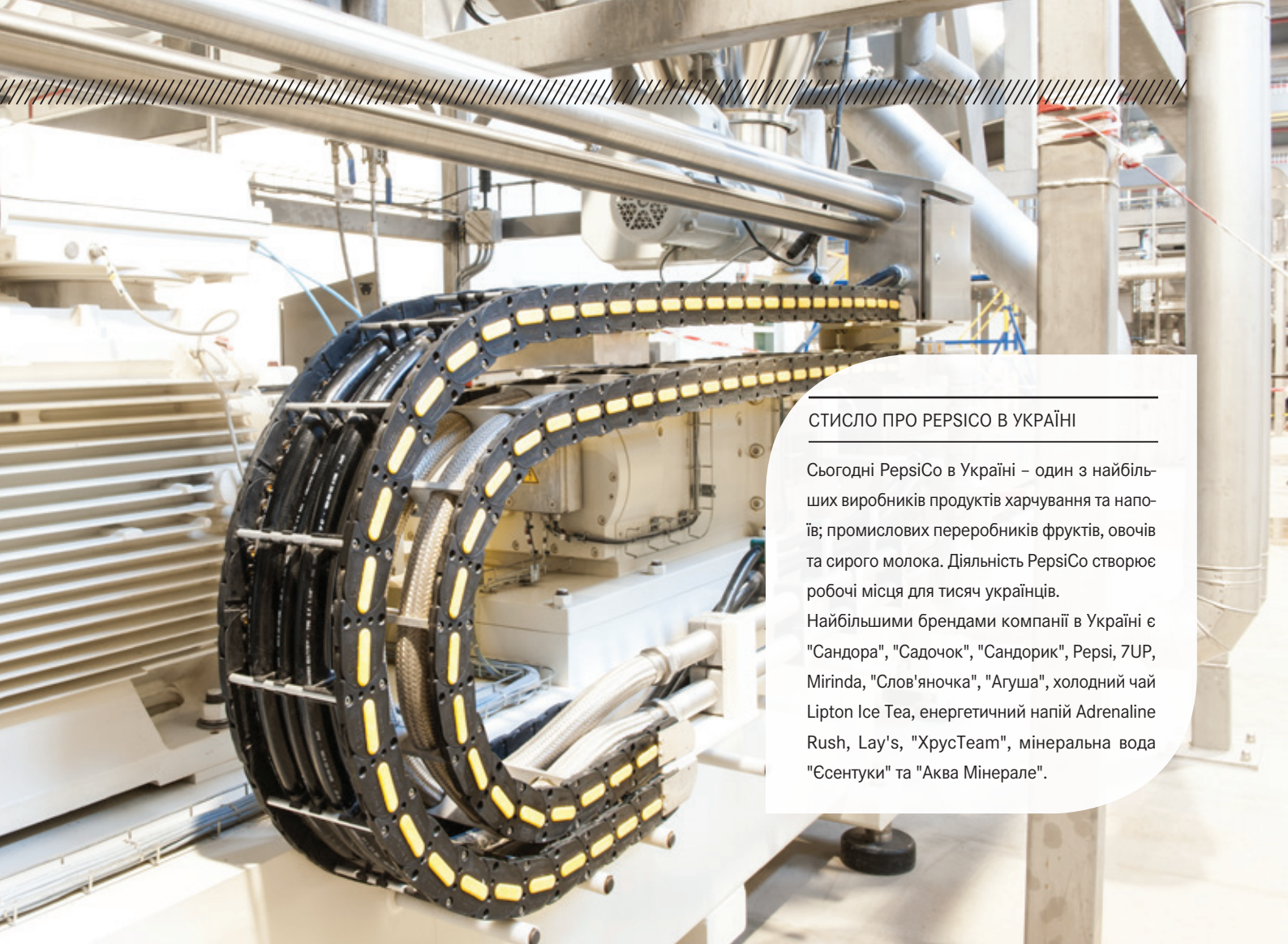
Таким чином, ідеальним рішенням для підприємств харчової спрямованості є кабель у оболонці ROBUST, виконаної із спеціального термопластичного еластомеру чи поліуретану. Чудова стійкість матеріалів до широких температурних діапазонів, біомасел, жирів, воєску, до гарячої та холодної води, а також водорозчинних миючих засобів безпосередньо впливає на надійну роботу обладнання в цілому. ÖLFLEX® ROBUST 200/210 чи його екранована версія – ÖLFLEX® ROBUST 215 C рекомендовані до використання на ділянках чутливих до електромагнітного випромінювання, а кабель UNITRONIC® ROBUST можна назвати його аналогом для ліній передачі даних. Чудовим доповненням лінійки рішень для харчової галузі є аксесуари для підключення кабелю. Корпус із нержавіючої сталі гарантує надійне функціонування у заявлених умовах. Більше того, кабельний ввід SKINTOP® HYGIENIC та фіксатор для кабельних труб SILVYN® HYGIENIC можуть використовуватись у гігієнічній зоні. Детальну інформацію та повний асортимент продукції можна знайти на сторінках брошури "Рішення Lapp Group для харчової промисловості". Для замовлення друкованої версії, надсилайте Ваш запит до відділу маркетингу (marketing@lappukraine.com) чи завантажуйте онлайн версію на нашому сайті.

LAPP У ДІЇ

Компанія PepsiCo – один з найбільших в Україні виробників продуктів харчування і напоїв. 27 мільйонів українців – дві третини населення країни – регулярно споживають продукцію компанії. Компанія є одним з найбільших в Україні переробників сирого молока, сезонних овочів та фруктів. Сьогодні PepsiCo в Україні належать п'ять підприємств, розташованих у різних куточках країни: два заводи з переробки фруктів, овочів і виробництва соків та інших напоїв (Миколаївська обл.), Харківський та Київський молочні комбінати та новітнє високотехнологічне підприємство з виробництва дитячого харчування запущене в 2012 році.

Для задоволення потреб стрімко зростаючого споживчого попиту минулого року був реалізований проект з розширення виробничих потужностей – запуск снекової лінії на базі заводу у селі Миколаївське (Миколаївська обл.). В рамках проекту ЛАПП УКРАЇНА здійснила поставку кабельно-провідникової продукції на підприємство.

У переважній своїй більшості кабель прокладався у технічних зонах, а тому особливо жорстких вимог щодо гігієнічних норм клієнт не



СТИСЛО ПРО PEPSICO В УКРАЇНІ

Сьогодні PepsiCo в Україні – один з найбільших виробників продуктів харчування та напоїв; промислових переробників фруктів, овочів та сирого молока. Діяльність PepsiCo створює робочі місця для тисяч українців.

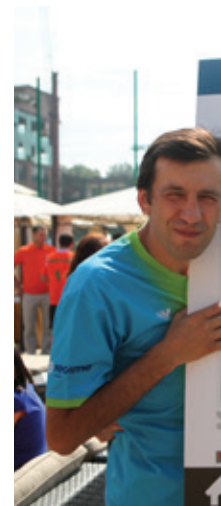
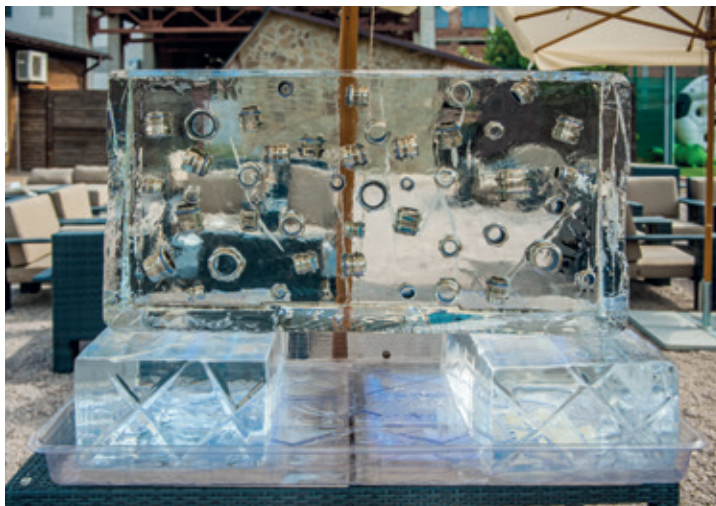
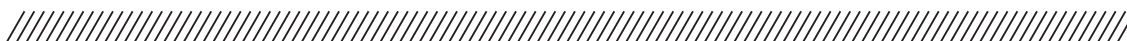
Найбільшими брендами компанії в Україні є "Сандора", "Садочок", "Сандорик", Pepsi, 7UP, Mirinda, "Слов'яночка", "Агуша", холодний чай Lipton Ice Tea, енергетичний напій Adrenaline Rush, Lay's, "ХрусTeam", мінеральна вода "Єсентуки" та "Аква Мінерале".

висував. Як повідомили нам спеціалісти PepsiCo в Україні, лінія на підприємство постачалась вже у частковій збірці – основним завданням інженерів стало під'єднання усіх модулів у єдину систему. У цих цілях найоптимальнішим рішенням став універсальний контрольно-силовий кабель ÖLFLEX® CLASSIC 100/110, що був закуплений у обсязі більше 9 км. Окрім прокладки у силових ланцюгах управління та енергоживлення, основним його призначенням стало під'єднання датчиків та систем автоматизації, а також сигнальної лінії захисту автоматики. Система освітлення цеху з виготовлення снекової продукції також реалізована за допомогою ÖLFLEX® CLASSIC 110. В зонах з електромагнітним випромінюванням була використана його екранована версія ÖLFLEX® CLASSIC 115 CY.

Двигун потужністю 250 кВт, що запускає конвеєрну лінію, під'єднаний кабелем з подвійним екраном - ÖLFLEX® SERVO 2YSLCY-JB. Три жили енергоживлення у комбінації із трьома жилами заземлення, що покриті оболонкою із ПВХ пластику чорного кольору, гарантують оптимальну електросумісність та дозволяють прокласти кабель поза приміщенням.

На ділянках, де кабель потребував додаткового механічного захисту, були використані рукави з оцинкованої сталі у оболонці із ПВХ. SILVYN® EF у комбінації із відповідним фіксатором гарантує герметичне з'єднання із класом захисту IP67. Це означає, що кабель надійно захищений від вологи та пилу, що часто можуть накопичуватись під час виробничого процесу.





БІЛЬШЕ, НІЖ ПРОСТО ФУТБОЛ



Lapp Group – група компаній, в основу якої закладені сімейні цінності. Більше 60 років вона успішно розвивається під керівництвом сім'ї Лапп. Як кожна родина – ми маємо добрі традиції, які шануємо та намагаємося передати послідовникам.

Щороку всіх співробітників Lapp збирає грандіозна подія – чемпіонат із футболу серед чоловічих команд та волейболу – жіночих. "Головне не перемога, а участь", – так коротко можна сказати про змагання, адже основною ціллю заходу є знайомство колективу, неформальне спілкування. Іноді знайомство на чемпіонаті переростає у міцну дружбу. Кожного разу – це нова країна світу, нові враження, нові емоції.

Інша наша цікава традиція – "Lapp Brands Award". Вона являє собою розробку та заявлення на конкурсній основі комплексного рекламного проекту з просування на ринку попередньо оголошеного бренду. У 2015 році таким брендом був обраний SKINTOP® і зовсім не випадково. Приводом стала 35 річниця із дня його патентної реєстрації. Переможці конкурсу, що визначаються членами сім'ї Лапп та Наглядової Ради, отримують грант на втілення проекту. Цього року наша команда вирішила не втрачати шанс. Нашим задумом став локальний чемпіонат із футболу для клієнтів та партнерів ЛАПП УКРАЇНА, але з обов'язковим дотриманням усіх атрибутів та високих стандартів організації глобального чемпіонату Lapp Group. Посівши четверте місце у "Lapp Brands Award", ми отримали можливість запросити партнерів та ключових замовників кабельних введів SKINTOP® наприкінці періоду літніх відпусток до Києва стати учасниками SKINTOP® CUP. Чемпіонат зібрав 15 команд із різних регіонів України. Про серйозність намірів наших, як організаторів, та учасників чемпіонату свідчить вже те, що в цілому за день було проведено 30 ігор. В результаті досить напруженої боротьби перше місце посіла команда із міста Тернопіль – компанія "ЛЕП". Проте ми схильні думати, що для більшості програш не став приводом сумувати. Ми доклали максимум зусиль, щоб відтворити теплу та дружню атмосферу нашого корпоративного чемпіонату та попіклувалися про те, щоб наші гості не сумували. Спортивні активності змінилися гала-вечерею, нагородженням учасників, конкурсною та музичною програмою.



Переможці чемпіонату, команда компанії "ЛЕП"

ЮЛІЯ КОБИЛЯКОВА

СПЕЦІАЛІСТ З МАРКЕТИНГУ, 26 РОКІВ
ПРАЦЮЄ В КОМПАНІЇ З КВІТНЯ 2012 РОКУ

Юля, розкажи нам трішки про себе.

Моє дитинство пройшло у невеликому, проте достатньо відомому містечку Сумської області, Конотоп. Потяг до всього нового та комунікабельність - невід'ємні риси будь-якого Водоля, і я, мабуть, не є виключенням. З раннього дитинства канікули проводила у літньому дитячому таборі, а у навчальний період намагалася поєднати навчання, активну суспільну діяльність з масою захоплень. Закінчивши гімназію з поглибленим вивченням іноземних мов, продовжила навчання у Київському університеті економіки та права "КРОК" за фахом "Аналітик міжнародної інформації". Однієї вищої освіти мені здалося замало, тож другий свій вибір я зупинила на спеціальності "Менеджера з управління програм та проєктів". Спитаєте яким чином я потрапила у сферу маркетингу? У певний період, навчання в університеті мені здалося занадто "теоретичним", у той час мені захотілося отримувати практичні навички та досвід. Тож будучи ще студенткою я розпочала працювати у рекламній агенції. Охарактеризувати себе важко, проте можу сказати, що мої колеги відмічають мою відповідальність та цілеспрямованість, а друзі цінують за готовність завжди прийти на допомогу.

Ти згадала про захоплення. Давай зупинимось на них більш детально.

Я закінчила музичну школу за класом фортепіано та маю диплом художньої школи. Проте захоплення музикою та малюванням я не можу віднести до розряду хобі, на той час моє ставлення до занять було надто відповідальне і я сприймала їх більше як обов'язок. Приймала активну участь у самодіяльності - танцювала у шкільному гуртку та грала в театрі. У 12 років відкрила для себе великий теніс. З того часу мої смаки не змінилися, і сьогодні не пропускаю нагоди зіграти як тільки трапляється випадок.

Сьогодні, коли на усі захоплення залишається не так багато часу, мені вдається поєднувати здоровий спосіб життя, задоволення та благодійність. Я практикую йогу, а кошти зібрані в рамках занять, перераховуються у притулок для тварин.

Юля, складається враження, що ти перебуваєш у постійному русі. А що для тебе ідеальний відпочинок?

Якщо ви думаєте, що для відпочинку мені потрібно зупинитись, то помиляєтесь. Кожні вихідні намагаюсь як мінімум декілька годин проводити на свіжому повітрі, гуляючи у міських парках чи при нагоді виїхати за місто. Можу сказати, що чим більше різних куточків світу я відвідую, тим більше ціную природу поруч зі мною в Україні.

Якщо ж говорити про час відпусток, то, мабуть, класичний пляжний відпочинок також не для мене, хоча іноді потрібен саме такий. Набагато більше задоволення мені приносить "бродіння" вуличками зовсім незнайомого міста, саме такий відпочинок наповнює новими емоціями, враженнями та розширює світогляд.

А що для тебе є стимулом у кар'єрному розвитку?


Ніколи не мала амбіцій кар'єрного росту у класичному розумінні. Завжди робила ставку на вміння та досвід. Інтернет маркетинг, напрямок, яким я займаюсь у ЛАПП УКРАЇНА, розвивається достатньо динамічно. Тож для того, щоб залишатись як кажуть "у тренді" важливо весь час вчитись чомусь новому. У нашій компанії для цього створені ідеальні умови.

У квітні виповнилося 3 роки як ти працюєш у ЛАПП УКРАЇНА. Що тобі запам'яталось за цей час найбільше?

Можу сказати, що наш колектив вміє і працювати, і відпочивати, тому таких подій було багато та кожна з них була для мене по-своєму яскравою. Це і закордонні подорожі, і щорічні корпоративи з нагоди закінчення фінансового року, і новорічні вечірки, і квести, і чемпіонат з футболу, що відбувся нещодавно.

Юля, і насамкінець, з яким девізом ти рухаєшся по життю?

Можливості не даються про запас. Вони даються після внутрішнього рішення перетнути шлагбаум як умовну перешкоду на шляху до цілі. Заповітні бажання даються нам разом із силами на їх здійснення.



"ЗАПОВІТНІ БАЖАННЯ ДАЮТЬСЯ
НАМ РАЗОМ ІЗ СИЛАМИ НА ЇХ
ЗДІЙСНЕННЯ."

ФАКТИ ПРО ЇЖУ

ЗАРОБИТИ НА ХЛІБ ІЗ МАСЛОМ

У харчовій промисловості Німеччини працює близько **5 млн. осіб**. **717 000** підприємств у цій галузі заробляють біля **7%** валової доданої вартості Німеччини.

СВІДОМІ ПОКУПЦІ

54% звертають увагу на те, щоб продукти харчування вироблялися у їх регіоні. Для **48%** важливими є умови поводження з тваринами. На походження сировини звертають увагу **51%**. На дані на упаковці (наприклад, інгредієнти, термін придатності) звертають увагу принаймні **78%**.

ЗАПРОШУЄМО ДО СТОЛУ

Біля **80%** німецького експорту продуктів харчування потрапляє до ЄС, а найбільші споживачі за межами ЄС - це Швейцарія, США, Росія та Китай. Експортуються м'ясні вироби, солодощі, напої та молочні продукти, такі як сир.



МІЦНИЙ ХЛОПЕЦЬ

Кабель ÖLFLEX® ROBUST з гордістю носить свою назву завдяки здатності контактувати з водою, фруктовими соками, вином, пивом або лимонадами. А при контакті з гарячою парою він демонструє у десять разів більшу зносостійкість, ніж звичайний кабель у гумовій або поліуретановій оболонці.

ХТО НЕ ЛЮБИТЬ ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТІ ПРОДУКТИ?

У загальному об'ємі продуктів харчування в Європі біо-продукти становлять приблизно **2%**. Більш всього грошей витрачають на екологічно вироблені продукти харчування у Швейцарії (**189 €**/рік), Данії (**159 €**), Люксембурзі (**143 €**) та Австрії (**127 €**).

ЯК ПРИБОРКАТИ СВІЙ АПЕТИТ?

Відповідно до даних Всесвітньої продовольчої організації ООН у світі існує приблизно **1400** їстівних комах. В Європі існують екзотичні снеки з комах, але навряд чи їх включають до продовольчого кошика.

ТАНЕ У РОТІ

Кількість хлібин, яку з'їдає німець за своє життя: **5 192**. Середні щорічні витрати на фрукти та овочі: **271 €**.

Кількість осіб, що обирають суботу для закупівель продуктів харчування: **56,4%**.

ВИХІДНІ ДАНІ

Відповідальний:
Д-р Маркус Мюллер
Представник по зв'язках із
пресою U.I. Lapp GmbH
Schulze-Delitzsch-Str. 25
70565 Stuttgart
тел.: 0711 7838-01
факс: 0711 7838-2640
www.lappkabel.de
kabelwelt@lappkabel.de

Авторське право 2014 U.I. Lapp GmbH
Усі права захищені. Друк, відтворення, розповсюдження з вико-
ристанням електронних систем зв'язку, в т.ч. окремих статей та
зображень дозволяється лише з дозволу U.I. Lapp GmbH.

ÖLFLEX®, UNITRONIC®, HITRONIC®, SKINTOP®, SILVYN®,
FLEXIMARK®, EPIC® та ETHERLINE® є зареєстрованими
торговими марками Lapp Group.

ТОВ "ЛАПП УКРАЇНА ТОВ"
Харківське шосе, 201-203
02121, Київ
тел.: 044/495 6000
факс: 044/490 7630
marketing@lappukraine.com
www.lappukraine.com