

Сыворотка правды

Геннадий Онищенко подозревает производителей молочной продукции в обмане потребителей.

По его мнению, на нашем рынке неправдоподобно мало молочных напитков. Молочники отрицают обвинения. Проверить, кто из них прав, невозможно: одобренной государством методики определения сухого молока в продукте не существует.

Главный санитарный врач России в очередной раз напомнил о ситуации в молочной отрасли: несмотря на производственный техрегламент, упаковка с маркировкой «молоко» может содержать напиток с высоким содержанием сухого молока. «У нас явно мало такой продукции, как молочный напиток», — заявил Геннадий Онищенко на пресс-конференции в четверг. Ни в одном торговом центре Москвы нельзя увидеть такую продукцию, уверяет он.

По техрегламенту, который действует с конца 2008 года, переработчики молока должны разделять натуральное молоко и молочный напиток с содержанием сухого молока более 1% и соответственно указывать это на упаковках. Техрегламент касается и производных молочных продуктов.

Сухое молоко используется в производстве, когда не хватает сырого. Например, осенью и зимой или когда из-за нехватки кормов на забой идет большое поголовье крупного рогатого скота. Поэтому Геннадий Онищенко считает, что было бы логично, если бы в такое время на прилавках появлялось больше продукции, маркированной как молочный напиток, а в северных регионах РФ из-за небольшого поголовья коров вообще должно быть представлено только восстановленное молоко. В реальности же этого не происходит.

Ситуация с молоком после введения техрегламента не только не улучшается, а ухудшается, соглашается с Онищенко Татьяна Рыбалова, руководитель аналитического центра национального союза производителей молока «Союзмолоко». По ее данным, в последнее время увеличился объем фальсифицированного молока, не маркированного молочным напитком.

По данным Института конъюнктуры аграрного рынка (ИКАР), в 2010 году сельскохозяйственные организации отгрузили на переработку 13,17 млн тонн молока, а производство сухого молока и сливок составило 110 тыс. тонн. По разным оценкам, восстановленное молоко составляет 10–30% рынка.

Сами переработчики молока отрицают обман потребителей. «Наша компания работает в 200 странах мира, и в каждой из них мы строго соблюдаем все требования, касающиеся стандартов производства», — говорит Александр Костиков, директор по коммуникациям PepsiCo, которая в прошлом году купила крупнейшего переработчика молока в стране — «Вимм-Билль-Данн». ВБД одним из первых после введения техрегламента начал производить молочный напиток «Милая Мила», однако, по отзывам представителей компании, его продажи невелики. Потребитель хочет покупать натуральное молоко, кроме того, производство молочного напитка невыгодно — стоит дороже, чем обычное. Для небольших переработчиков молока это вообще неподъемно, уверяют в ВБД.

Председатель правления Национального союза производителей молока Андрей Даниленко считает, что переработчики слишком болезненно приняли требования техрегламента и начали защищаться, а вместо этого могли бы продвигать молочный напиток. «Сейчас на полках масса витаминизированных и энергетических напитков. При желании и с грамотным маркетингом молочный напиток можно нормально продвигать, и его будет пить молодежь», — говорит Даниленко.

Эксперт считает, что глава Роспотребнадзора Геннадий Онищенко вновь поднял тему с молочным напитком, потому что в июле текущего года вступили в силу технические поправки в техрегламент и скорее всего переработчикам молока стоит ожидать серьезных проверок. Однако для того, чтобы серьезно проверять переработчиков, должна быть государственная методика определения наличия и доли сухого молока в продукции, напоминает Татьяна Рыбалова из «Союзмолоко». Такой методики нет, и ни один суд не станет штрафовать производителя.

👍 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](#)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24_link_bot](#)

эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24_link_bot](#)

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: [@tomsk24_link_bot](#)

эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: [@babrobot_bot](#)

эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)