

Начиная с 1890 г. многие европейские страны законодательно защищают качественный шоколад, поскольку он становится предметом массовых подделок. Начав с шоколада, правительства наиболее развитых европейских стран впервые начинают принимать меры по обеспечению безопасности и других продуктов питания. С тех пор безопасность питания и качество пищевого сырья в западноевропейских странах стоит на порядок выше, чем в развивающихся странах, в последствии странах социалистического лагеря, которые из-за бесчеловечного коммунистического режима на десятилетия отстали в технологическом развитии и безопасности продуктов питания.

С 1900 г. цены на два основных ингредиента шоколада — какао и сахар — стремительно падают. За последующие годы шоколад стал широко доступным не только представителям среднего класса. Наблюдается рост потребителей шоколада по всему миру.

В 1910 г. из-за возросшего потребления шоколада происходит постепенное удешевление массового производства. Американских плантаций стало не хватать. Производство какао-порошка переносится поближе к Европе — из Центральной Америки в Азию и Африку. В США и Европе начинается широкая индустриализация в производстве шоколада. Бельгия, Франция и Швейцария оказываются на острие инноваций со стремительным развитием производственных технологий.

В мире шоколада появляются большие имена и бренды: бельгийская фирма "Callebaut" и французская фирма "Cacao Barry" стали выпускать фирменный шоколад высшего качества специально для кондитеров. В Швейцарии объединились шоколадные фабрики Кохлера и Кайе, к ним примкнул Петер. Затем все это выкупила семья Нестле и образовался мощный концерн по производству всех типов плиточного шоколада. Еще можно упомянуть другие известные шоколадные фирмы, окрепшие в этот период: "Neuhaus" и "Godiva" в Бельгии, "La Maison du Chocolat" и "Fauchon" во Франции, "Lindt", "Suchard" и "Sprungli" в Швейцарии.

В 1912 г. бельгийский фабрикант Жан Нейхауз, основатель знаменитой торговой марки "Neuhaus", изобретает шоколадный корпус, который он заполняет

пралине, различными кремами и ореховыми пастами. Так появились настоящие "бельгийские" шоколадные конфеты ручного изготовления.

В 1920 г. Жан Нейхауз для своих шоколадных конфет (пралине) разрабатывает соответствующую прямоугольную упаковочную коробку (теперь широко известную как "баллотин").

В 1930 г. бельгийская компания "Callebaut" изобретает способ изготовления кувертюра — шоколадного пластичного покрытия. Этот тип глазури отличается высоким содержанием какао-масла или молочных жиров, поэтому имеет пластичную структуру и предназначен для профессионального использования.

В 1940 г. благодаря дешевеющему сырью и эффективному производственному оборудованию, шоколад становится самым распространенным высококалорийным продуктом питания. Американская армия и некоторые европейские страны начинают использовать шоколад в повседневном рационе своих солдат.

Послевоенный период (начиная с 1950 г.) стал свидетелем невероятного роста потребления шоколада. Начались поставки шоколада из Европы в Азию и Африку. Ранее там шоколад практически не потребляли, но английские солдаты в Африке и американские в Азии щедро делились с местным населением пайковым шоколадом. Естественно, это лакомство, ранее в этих местах неизвестное, очень нравилось не только детям, но и женщинам, которые часто предлагали себя за плитку шоколада.

80-ые годы принесли новую тенденцию в направлении фитнеса и здоровья, что отразилось и на режиме питания. Появились новые сорта диетического шоколада, стали модными различные шоколадные диеты. Врачи обращают пристальное внимание на полезные свойства шоколада.

В 1996 г. произошло стратегическое объединение бельгийской компании "Callebaut" и французской компании "Cacao Barry". В результате мощнейший концерн "Barry Callebaut" стал ведущим изготовителем самого лучшего профессионального шоколада в мире.

В XXI веке шоколад остается продуктом, дарящим удовольствие, радость, хорошие эмоции. Остается первым шоколадным поцелуем... ◀

## ВОПРОС СПЕЦИАЛИСТУ

**Какие тенденции сейчас существуют на рынке шоколадной глазури? Как Вы считаете, в каком направлении будет развиваться данная отрасль?**



**Наталья Федорчук, директор по развитию, «Шоколадная компания «Мир»**

По моим оценкам, в нынешней экономической ситуации производители кондитерских изделий пострадали не так ощутимо, как, например, строители и металлурги. Правда, если сравнивать между шоколадом и кондитерской глазурью, то большим спросом сейчас пользуется именно глазурь.

На примере нашей компании наблюдается значительный рост производства — почти вдвое, по сравнению с прошлым годом. Во избежание дефицита мощности, в текущем году было закуплено оборудование, дающее дополнительно 600 т продукции ежемесячно. Хочу заметить, что удешевление продукта за счет качества — не выход из положения. Рост компании — результат деятельности команды специалистов, которые любят своё дело и профессионализм руководства.

Чтобы получать хороший шоколад и шоколадную глазурь, нужна собственная научно-исследовательская лаборатория, оборудование которой позволило бы добиваться наилучших свойств готовой продукции, разрабатывать новые рецепты. Нужно активно внедрять западные системы управления качеством и системы обслуживания клиентов. Каждый клиент должен иметь возможность с помощью лучших технологов добиться необходимых вкусовых и технологических параметров продукции еще в исследовательской лаборатории, что обеспечит сохранение этих параметров при изготовлении его заказа.