انقلابی در صنعت شیرینی و شکلات کشور / حضور قوی زرکام با برندهای نوظهور که بازارهای جهانی را تکان می‌دهد



در حاشیه بیست و یکمین نمایشگاه بین المللی شیرینی و شکلات با حضور در غرفه گروه صنعتی و پژوهشی زر شاهد رونمایی برندهای خاص زرکام بودیم. در این میان مهندس عارف فرجی مدیر و دکتر لیلا کمالی روستا مدیر تحقیق و توسعه توضیحاتی در خصوص اهداف و چشم انداز زرکام ارائه کردند.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی (اگروفودنیوز)، مهندس عارف فرجی مدیر شرکت زرکام گفت: در تمامی محصولات و برندهای این شرکت بحث های مربوط به مسائل بین المللی و داخلی دیده و نقاط ضعف و قوت این صنعت در داخل و خارج مد نظر قرار داده شده است و سعی بر این بوده محصولاتی متفاوت از آنچه تاکنون در داخل کشور وجود داشته به بازار ارائه گردد.



وی با بیان اینکه برای ورود زرکام به صنعت شیرینی و شکلات سه عامل زیر ساخت، تکنولوژی و دانش مورد نظر قرار گرفته است، افزود: در بحث زیرساخت، محصول نهایی درفضای میکروبی و دمای قابل کنترل تولید می شود، در بحث تکنولوژی در دو بخش فراوری و بسته بندی با بکارگیری از آخرین ماشین آلات و تجهیزات پیشرفته تحقیقات زیاد صورت گرفته لذا با استفاده از دستگاههای کانتینوس با سرعت بالا با هر فرمول و مواد اولیه ممتاز محصول مورد نظر تولید و بسته بندی می شود.

فرجی ادامه داد: در خصوص دانش نیز از چهار سال پیش تحقیقات لازم صورت گرفته و در بخش تحقیق و توسعه با شرکتهای پیشرو در جهان در تعامل و رفت و آمد بودیم.

مدیر شرکت زرکام سهم محصولات کانفکشنری در دنیا را در سال ۲۰۲۱ بالغ بر ۱۲۰۰ میلیارد دلار عنوان کرد و گفت: سهم ایران از این بازار تنها ۷۰۰ میلیون دلار بوده که نسبت به سهم جمعیت ۸۰ میلیونی تاکنون نتوانستیم سهم خود را ازبازارهای جهانی بگیریم.

فرجی بیان کرد: زر کام در بسته بندی از قابلیت shelf ready استفاده کرده تا محصول نهایی به بهترین حالت به دست مصرف کننده برسد.



مدیر شرکت زرکام با اشاره به اهمیت ثبات در تامین مواد اولیه خاطر نشان کرد: مواد اولیه اساسی برحسب فرمولاسیون در زنجیره تامین توسط گروه زر تولید می شود و برخی دیگر نیز از مجموعه های داخل کشور تامین می شود، در خصوص روغن نیز با شورتنینگ های مختلف با کارخانجات داخل کشور همکاری داریم.

وی با تاکید به استفاده زرکام از شکلات واقعی تاکید کرد: بحث مهم این صنعت شکلات است که شکلات نیز بحث شکلات واقعی بوده چند برند هم کار کردند، ولی در دنیا پایه اول همان مس کاکائو و کره کاکائو و فراوری آن است که در زرکام به بهترین شکل ممکن صورت می گیرد چراکه این مواد از منبع اصلی یعنی آفریقا (غنا، نیجریه، ساحل عاج)، کشورهای آمریکای لاتین، آسیای جنوب شرقی وارد می شود کاری که برندهای ما نیز با همان کیفیت که نستله و سایر برندهای جهان لینت، مارس و مندلس تهیه می کنند ما هم همینطور و هیچ فرقی بین زرکام با برندهای دنیا نیست به لحاظ دارا بودن مزیت نیروی انسانی حرف های زیادی برای گفتن داریم.

فرجی در ادامه گفت: با ثبات در گروه زر در بحث فراوری مواد اولیه شکلات مثل گلوکز، آرد و شورتنینگ در زنجیره تامین ورود کردیم و در بحث فراوری متناسب با آنچیزی که دنیا می خواهد در اینجا حرف

برای گفتن هم برای داخل و هم برای بازارهای جهانی داریم.

این مدیر گروه صنعتی زر افزود: زرکام فضایی بالغ بر سیصد هزار متر مربع اختصاص دارد و بالای ۴۰۰ محصول در چند کتگوری از جمله ویفرهای خاص، کلاسیک، انواع کیک، خانواده ساندویچ بیسکوئیت، خانواده کراکر، شکلات با تنوع بسیار بالا سال ۱۴۰۱ روانه بازار شده است.

فرجی صنعت شیرینی و شکلات را صنعتی لذیذ دانست و گفت: هنگامی که این محصول را می خورید واقعا باید از آن لذت ببرید کما اینکه به دنبال محصولات سلامت محور هم هستیم .

وی در خصوص فروشگاههای زنجیره ای و همکاری زرکام با آنها گفت: در این بخش کشورمان نسبت به دنیا عقب است، ولی این فروشگاهها در کشور به مرور در حال افزایش است، مزیت آنها کاهش هزینه حمل و نقل نسبت به پخش در خرده فروشی ها است . ما مجموعه ای از سبدمان در فروشگاه ها حضور خواهند داشت. اکنون نیز برخی از برندهای زرکام در فروشگاههای پالادیوم، شهروند و هایپر استار حضور دارند.



فرجی در بخش دیگری از سخنان خود گفت: برندهای مارس و موندلز از آن طرف دنیا وارد منطقه ما شده اند، زرکام نیز به همین ترتیب وارد بازار جهانی می شود و تارگت اولیه کشورهای منطقه است و قطعا

به زودی وارد کشورهای اروپایی نیز خواهیم شد.

مدیر شرکت زرکام در پاسخ به خبرنگار اگروفودنیوز در خصوص چالش قیمت تمام شده با توجه به نوع فرایند تولید و فرمولاسیون محصولات زرکام نسبت به کالاهای داخلی گفت: قیمت محصولات زرکام با توجه به استفاده از محصولات درجه یک و متفاوت با آنچه در شرکت های داخلی است کمی بالاتر است ولی در مقایسه با برندهای مطرح خارجی که از مواد یکسان و با کیفیت مشابه هستند یک سوم قیمت آنها می باشد، به عنوان مثال برند تریپرز از زرکام ۱۶۵۰۰ تومان است کناپرز برای اشتورک آلمان تاریخ دار بین ۳۰۰۰۰ تا ۳۵۰۰۰ تومان است که در آن شکلات و فندق و.. است.

وی افزود: واقعیت این است که این محصولات با توجه به اینکه بدون هیچگونه اسانس استفاده از مواد اولیه درجه یک استفاده شده نسبت به شرکتهای خارجی کاملا به صرفه است و بازار هدف آن کل دنیا می باشد.

فرجی ادامه داد: قیمت بالای ما به خاطر متریال و مواد اولیه است ولی در سایر محصولاتمان که به بازار عرضه می شود قیمت های پایینی خواهند داشت که تعدیل خواهد شد. در مورد محصولات خارجی که در کشورمان است محصولاتی هستند که عمدتا تاریخ مصرف گذشته یا نزدیک به تاریخ مصرف است که فروشگاهها گاها مجبورند با قیمت های پایین تر عرضه کنند.

این مدیر گروه زر خاطر نشان کرد: در مورد ذائقه نیز سعی بر این است که محصولات با ذائقه خاص کشورها تولید و صادر شود. چرا که خط تولید به نحوی است که هر نوع تغییری در فرمولاسیون محصولات امکانپذیر می باشد.

در ادامه مدیر بخش تحقیق و توسعه شرکت زرکام در خصوص محصولات رژیمی گفت: این صنعت، صنعتی برپایه تحقیق و توسعه است و حتما محصول رژیمی و غنی شده برای گروههای خاص از جمله بیماران دیابتی، ورزشکاران و… روانه بازار خواهد شد.



دکتر لیلا کمالی روستا افزود: ماهیت محصولات در صنعت شیرینی و شکلات، کالری محور است و در همه دنیا و در جدول کالری رنگ قرمز دیده می شود ولی برنامه زرکام این است که محصولات خاص و با کالری کمتر نیز برای علاقمندان تولید کند.

وی خاطر نشان کرد: در بحث کیفیت مواد اولیه، شاید در برخی از فرمول ها بالغ بر ۱۵ ماده اولیه استفاده می شود .

کمالی روستا ادامه داد: در خصوص تکنولوژی تهیه خمیر فندق کارهای زیادی صورت گرفته است. در مورد شیرخشک نیز به همین ترتیب عمل شده به طوری که از مبدا در دامداری ها کیفیت شیرخام از هر لحاظ مورد بررسی قرار می گیرد تا محصول نهایی کار را دنبال و به تمام نکات ریز توجه کردیم.

وی در پایان گفت: در چهار و پنج سال گذشته نیروهای ما در بخش تحقیق و توسعه به خیلی از کشورهای دنیا رفته و با همکارانمان در شرکت های برند دنیا تعامل داشته ایم.

وب سایت خبری صنعت غذا و کشاورزی



اگـــــرو فود نیوز