

75

СВЛ

® www.fpim-bg.org

**ХРАНИТЕЛНО-
ВКУСОВА
ПРОМИШЛЕНОСТ**

1/2026

Приемственост,
партньорство
и споделена
отговорност



Промени на
потребителския
апетит през
2026г.

Новости

Тенденции при
напитките

Кибератаки –
7 начина за
защита

Храни и наука

Бизнес-
справочник



Приемственост, партньорство и споделена отговорност	6
Новости	11, 16, 20, 23, 28, 43
10 тенденции, които променят потребителския апетит през 2026г.	12
MOSH/MOAH: Невидимата заплаха в храните и опаковките	18
Тенденции при напитките за 2026г.	21
Край на празното пространство в кутиите	24
Кибератаки – 7 начина за защита на хранителната индустрия	26
Отпадъчни продукти... в тенджерата	30
Наблюдател	32
Оптимални екологични, биохимични, технологични и микробиологични показатели на плодови сокове от ябълки и череша от регион Кюстендил, България	34
Бизнесправочник	44



Фирми, представени в броя:

АРСТ
ГОТИ
INTERPACK
Лесафр България
Международен панаир Пловдив
ОРИОН
SGS България
Технокон
ФНТС



Редколегия:

проф. д-р Веселка Дулева дм, доц. Валентина Багдасарян, доц. Георги Джатов, проф. Георги Добрев, Жана Величкова, доц. д.н. инж. Кирил Михалев, д-р инж. Магдалина Гаджева, Петко Делибеев, д-р Светлана Минкова, чл. кор. проф. д.т.н. инж. Стефан Драгоев,

Гл. редактор: Петко Делибеев,

GSM: 088 4646 919; e-mail: info@fpim-bg.org

Маркетинг и реклама: Виолета Георгиева

e-mail: fpim_adv@abv.bg

Дизайн: Зора Янчева, тел.: 02 988 05 89;

GSM: 088 4646 919; e-mail: dizart@abv.bg

Адрес на редакцията:

София 1000, ул. „Раковски“ 108, ет. 6, офис 605;
тел.: 02 988 05 89; GSM: 088 4646 919;

Препечатването е разрешено с позоваване на източника.

Редакцията не носи отговорност за съдържанието на рекламните и PR материали.

Мнението на редакцията не винаги съвпада с мнението на авторите на статиите.

Абониране в редакцията през цялата година !

**Списание ХВП е включено
в Списъка реферирани и
индексирани издания на
НАЦИД**



FOOD PROCESSING INDUSTRY MAGAZINE
ISSN 2815-3723 (Online)

National issue for science and practice

© Publishing house

„Hranitelno-vkucova promishlenost“

With the assistance of University of Food Technology – Plovdiv, Agricultural Academy at the Ministry of Agriculture

Editorial board:

Assoc. prof. George Djatov, prof. George Dobrev, Jana Velichkova, Assoc. prof. Kiril Mihalev, Dipl. eng. Magdalina Gadjeva, Petko Delibeev, Ph.D., Prof. Stefan Dragoev DSc, Corresponding Member of the BAS, Ph.D. Svetlana Minkova, Assoc. Prof. Valentina Bagdasarian, Prof. Veselka Duleva DSc.

Editor-in-Chief: Petko Delibeev, GSM: 088 4646 919;

e-mail: info@fpim-bg.org

Advertisement: Violeta Georgieva

GSM: 088 4646 919; e-mail: fpim_adv@abv.bg

Design: Zora Yancheva,

GSM: 088 4646 919; e-mail: dizart@abv.bg

Address: BULGARIA, 1000 Sofia, 108 Rakovsky Str., fl. 6,

office 605, GSM: +359 88 4646 919;

e-mail: info@fpim-bg.org

Здравейте, уважаеми читателю,

Ето, че първият месец на новата година е в историята. Както си навлязохме в нея с несигурност, търсене на иновации и нови възможности, май така ще си я караме – мита, инфлация, липса на работна ръка, нестабилни пазари и засегнати от климата стоки. И все пак, много често именно несигурността полага основите за напредък. Така че, както казват Илф и Петров, „Спасението на даещите се е в ръцете на самите даещи се“.

Вярвам, че от материалите в броя сами ще се убедите в правотата на горната мъдрост. В обширното интервю с проф. Галин Иванов, ректор на УХТ, ще прочетете за търсенето на всякакви варианти за подобряване на работата на Университета, опирайки се на постигнатото досега. От рубриката „Новости“ ще се уверите, че колегията в света постоянно търси нови пътища и нови ниши в своята област. И материалите, показващи тенденциите в отрасъла по света, също подкрепят тезата, че нещата все пак зависят най-вече от хората, които създават богатата и, че едно е ясно: напредъкът не идва от комфорта. Той идва от любознателността, креативността и сътрудничеството. Затова и сп. ХВП Ви предоставя своите страници – да научим вашето мнение по болните теми, да потърсим отговори на въпросите, да ви популяризираме и заедно да гледаме напред. Не се колебайте и през 2026 г. да се свързвате с нас, да споделяте не само проблемите си, а и успехите, своите новости и търсения в пътя си напред.

Още повече, че вашето списание, както сте видели на корицата, тази година има 75-годишен юбилей. Това оставям без коментар, само ще потвърдя, че въпреки достолепната си възраст, списание „Хранително-вкусова промишленост“ ще се стреми да поддържа своята линия да ви информира за развитието на отрасъла по света, а и у нас, ако вие ни помагате, да осигурява на хората на хранителната наука възможност да показват на хората от производството своите постижения и възможности за създаване на нови и все по-качествени и полезни храни и напитки.

Очакваме и тази година да се срещаме с вас по изложенията за храни и напитки – у нас и по света, благодарение на организациите от Кооперация ХВП пътувания. Да бъдем заедно и в единствения по рода си в България Национален конкурс за най-добра опаковка „Приз Пак“ и съпътстващата го конференция за опаковките. Ще се срещате с нас и чрез месечния е-бюлетин, който има огромна за страната ни аудитория – над 7000 потенциални читатели. Използвайте го, за да се популяризирате...

А сега приятно четене и успешна година!

**За екипа на сп. ХВП
Петко Делибеев,
главен редактор**



Списание ХВП очаква Вашия абонамент.

Изпратете ни e-mail адрес за получаване на списанието, името на получателя и данни за фактура на info@fpim-bg.org.

Цената на годишния абонамент е 40 €.

Content

Year LXXV
Issue 1/2026

Continuity, partnership and shared responsibility	6
News	11, 16, 20, 23, 28, 43
10 trends resetting consumer appetite in 2026	12
MOSH/MOAH: The invisible threat in food and packaging	18
Beverage trends for 2026	21
No more empty space in boxes	24
Cyberattacks – 7 ways to protect the food industry	26
Waste products... in the pot	30
Observer	32
Optimal ecological, biochemical, technological and microbiological indicators of the apple and cherry fruit juices from the region Kyustendil, Bulgaria	34
Businessguide	44



Companies represented in the issue:

ARST
FSEU
GHOTI
International Fair Plovdiv
INTERPACK
Lesaffre Bulgaria
ORION
SGS Bulgaria
Technocon





*За домашен
здравословен хляб!*

НОВО

*Закваска
за хляб*

35 g

Сканирай за
вкусни рецепти:



Приемственост, партньорство и споделена отговорност

Преди две години, първото си интервю за читателите на сп. ХВП проф. Галин Иванов, новият тогава ректор на УХТ, започна с думите: „Убеден съм, че за да има развитие, трябва да има надграждане“. В началото на третата година от мандата се срещнахме отново с проф. Иванов, за да разберем прилага ли се това убеждение и какво ново има в Университета по хранителни технологии:



Преди две години, когато започнахме този мандат, ние ясно си поставихме няколко основни цели и едната беше задължително да продължим заложеното в предходния мандат – отваряне на Университета към външния свят и по-добрата комуникация. Мисля, че за това време успяхме да направим много в тази област.

Да започнем с комуникацията с младото поколение, пред което ние представяме нашия бранш – хранително-вкусовата промишленост като перспективно и важно направление. И мисля, че се справяме успешно. През социалните мрежи, чрез различни мероприятия с външни гост лектори, които каним, като шеф Ради Стамболов, шеф Андре Токев, шеф Силвена Роу и много други, които имат отношение към кулинарията и към хранителната индустрия, считам, че успяхме да повишим интереса на кандидат-студентите. Това ни се отблагодари с по-голям интерес към нашите специалности и за първи път от много години успяхме да изпълним 100 процента приема през последната година. Имаше много голям интерес и мисля, че единият от факторите за този интерес е нашето отваряне, което започна на практика в предходния мандат.

Модернизацията си е постоянна задача за всеки университет, който иска да бъде конкурентен. В днешния свят на дигиталните

технологии задължителна е и дигитализацията. Ние бяхме достигнали до определено ниво, въвеждайки електронна Главна книга, електронна Студентска книжка и сега го надграждаме. Дигитализираме по-голяма част от процесите, свързани със студентския живот, включително кандидатстването за стипендии, класиране, кандидатстването на кандидат-студентите също да може да става дигитално и развиваме този процес. Това облекчава от една страна неблагоприятната административна работа, от друга обаче ни позволява много по-добре да управляваме основните процеси в Университета. Ще дам пример с кандидат-студентската кампания: за първи път през последните две години имаме детайлна статистика за всеки един наш кандидат-студент – от кое училище е дошъл, с какъв профил, с каква оценка, каква специалност е записал. Това ни позволява по-добре да насочим кампанията си и по-ефективно да търсим мотивирани кандидат-студенти за нашите специалности.

Разбира се, дигитализацията е много широкообхватен процес. Навлизането на изкуствения интелект е нещо, с което ние се опитваме да сме в крак и да го вкарваме в учебния процес. Нашите студенти, които сега се обучават, като влязат в бизнеса ще трябва да използват този инструмент за решаване на

казуси за подобряване на производителността на процесите, които управляват. Така че искаме да го интегрираме – в момента подготвяме и сме одобрени като предефиниран партньор в проектите по „Модернизация на висшите училища 2.0“ и заедно с УНСС ще участваме като водещ партньор в областта на хранителните технологии, което ще подобри значително средата в Университета. Това ще спомогне за ефективното внедряване на дигиталните технологии, включително осъществяване на видеоконферентни лекции на гост лектори, записване и предоставяне на дигитално съдържание, подобряване на материалната база, изобщо за всички необходими предпоставки за дигитализацията. По тази процедура, „Модернизация 2,0“, ще бъдем партньори и на Технически университет София в направление „Топлотехника и енергетика“, където е една от интересните специалности за нашите кандидат-студенти. Така че това е другото направление, в което работим и считам, че имаме значително надграждане.

И още нещо, което надграждаме и което също стартирахме в предходния мандат, е отваряне на Университета за чуждестранни студенти. Досега те идваха да изучават една година български и да се обучават после на български. А ние разкрихме първо една, а сега още две специалности с обучение директно на английски език и имаме вече втори випуск студенти от чужбина в специалност „Храна, гастрономия и туризъм“, които се обучават на английски език. Според нас това е много важно за развитието на Университета.

Тази специалност е и точен модел за хибридни специалности, в които правим една интелигентна смес от традицията в храните, която имаме, кулинарията и проследяваме цялата верига по предлагането на кулинарията в туризма, защото бъдещето е на интердисциплинарните науки. Това е първата ни такава специалност, която обхваща хранителната наука, гастрономическата наука и туристическата наука.

Друг пример за интердисциплинарна наука е специалността „Храни, хранене и диететика“,





1619 София, бул. „Цар Борис III“ №370,
+359 2 957 00 35, +359 878 33 22 11,
office@gothi-bg.com, www.gothi-bg.com

ПОДЕМНО-ТРАНСПОРТНА ТЕХНИКА
КОМПЛЕКСНИ ЛОГИСТИЧНИ РЕШЕНИЯ, СКЛАДОВА ТЕХНИКА
ЗА ХРАНИТЕЛНО-ВКУСОВАТА ПРОМИШЛИНОСТ

















Специализирана техника за професионално почистване на индустриални, складови и търговски площи. Иновативни решения, подходящи за хранително-вкусовия бранш.






Готи ПЕТРУНОВ ООД - Официален представител на Jungheinrich и Hubtex за България, Албания и Косово. Официален вносител на марките Genkingen, Carer и Terberg.



към която има голям интерес. Там също започваме с базовите познания за храната, които също са специфични за нашия университет, надграждаме със знания за храненето, където се включват колегите от Пловдивския медицинския университет. Ние пък имаме участие в магистратурата по диететика, която се учи при тях, с участие на наши преподаватели, а колегите ни помагат с експертизата си за нашето преподаване.

В областта на винарството работим с Пловдивския аграрен университет за нашата международна магистратура под егидата на Международната организация по лозата и виното (OIV), която е „Технология на виното и напитките на винена основа“. А в рамките на „Модернизация 2,0“ ще стартираме подобни хибридни специалности и с УНСС, където ще направим преплитане между храни и предприемачество, защото считаме, че нашият бизнес има нужда от това ноу хау, което УНСС може да ни даде.

Продължаваме да развиваме подобни дисциплини и да търсим партньорства не само в България. Наскоро в Съвета на ректорите се проведе българо-унгарски форум и на него подписахме меморандум между нашия университет и два унгарски университета, с които си партнираме и мисля, че имаме какво да вземе от техния опит. Вече имаме меморандум за сътрудничество и с японския университет „Рицумейкан“ в Киото, който е с висока репутация в областта на гастрономическия мениджмънт и в момента подготвяме проект за съвместни дейности.

Преди две години споделихте някои проблеми по отношение привличането на млади хора за преподавателския състав. Справяте ли се с този проблем?

Успяваме дотолкова, доколкото можем да предложим по-добри условия за работа. Първо има над 50% ръст във възнагражденията, резултат и от държавна политика, но и от усилията на ръководството, защото голяма част от това финансиране, което да стимулира младите, се получава благодарение на мениджмънта на Университета. Търсим различни форми за привличане на студенти за научноизследователска дейност – например проектна докторантура, при която имаме назначени докторанти на трудов договор. Има значително увеличение на стипендиите и на

редовните докторанти. Това са мерки, с които искаме да стимулираме младите хора и да върнем интереса към участие в научноизследователската дейност и респективно, които имат нагласа и възможности и към преподавателската дейност.

Много важно за нас е да създадем добра среда за развитие. В това направление е радостно, че се увеличават възможностите за мобилност – младите ни преподаватели да провеждат специализации в чужбина и то не само в Европа, а и в американски университети с Фулбрайтови стипендии. За тях е много ценно да отидат да видят и да почерпят от този опит. Ето и по договора с японския университет има подобна възможност. Това помага младите преподаватели да имат широка перспектива за развитие и това ги мотивира.

Другото е, че се опитваме да развиваме и нашата база, за да даваме възможности както за по-добро практическо обучение, така и за по-добра научноизследователска работа.

Сега стартираме и работим активно за изграждането на Центъра за компетентност „Агрохранителни системи и биоикономика“. Това е структуроопределящ проект за Университета и е най-големият като финансиране за последните 20 години. Благодарение на него от тази година ще започне изграждането на нова сграда за Центъра, която ще е специално проектирана за научни изследвания със съответното оборудване, на стойност около 1 млн. евро. Това ще позволи на младите специалисти да имат достъп до среда, която да им позволи да се развиват и научно, и практически.

Една добра стратегия, която сте подхванали. В този контекст създаването на институти с приложен характер в Университета, каквато е практиката в големите западни ВУЗ, може ли да допринесе нещо в тази посока? ...

Стартирането на Института за системни иновации в храните и виното беше в предходния мандат като институционална структура към Университета, но активната работа сега започва и мисля, че има голям потенциал. Някои инициативи, които започна този институт – изграждане на нова лаборатория, курсове, които ще бъдат стартирани, ни позволяват да очакваме, че той ще развива не само научноизследователската, но и работата свързана с

провеждане на специализирани курсове.

Накратко разполагате с една много добра база за създаване на кадри. Нека погледнем към бизнеса, който непрекъснато търси кадри. Какво прави той за създаването на тези кадри и как ви помага?

По време на българо-унгарския ректорски семинар, за който стана дума, имаше представители на бизнеса, които подкрепяха форума и реализирахме много добри контакти. Имаше възпитаници и на нашия университет. Мисля, че създадохме ясна концепция, че качествено обучение е съвместна отговорност на университет и бизнес. Без тази споделена отговорност не може и световният опит го е доказал. Научихме и в Унгария как работят, а имаме достатъчно контакти с колеги в света където виждаме, че само когато университетът работи в синхрон с бизнеса се получава качествен образователен продукт. Ролята на университета е да даде основата, научната база, докато ролята на бизнеса е да създаде условия за развитие на различните компетент-

ности на специалистите. Погрешно е разбирането, че университетите са само доставчици, а бизнесът е само ползвател на кадри. Истината е, че само работейки заедно можем да произведем качествено обучени кадри, които да бъдат полезни за бизнеса. Моите впечатления са, че през последните години това нещо вече се разбира от голяма част от бизнеса.

Има криза за кадри, недвусмислено. Статистиките са категорични, че може би по-малко от половината от инженерните кадри, които излизат от пазара на труда, се заменят с нови кадри, произведени в страната. Вече започва да се разбира и на национално ниво, че техническото обучение трябва да бъде стимулирано. Мисля, че има предпоставки да се върне интересът, трябва да се направят някои реформи в образованието, като по-сериозно обучение по математика, защото то е предпоставка да имаме достатъчно кадри. Важно е ние, бизнесът и университетите, като партньори да презентираме тези професии, за да разберат кандидат-студентите, че това са добри професии, които им дават добра




www.arstood.com

НЕРЪЖДАЕМА СТОМАНА
ПРОИЗВОДСТВО И ТЪРГОВИЯ

АРСТ ООД

тел.: 042 601 477; факс: 042 601 471
e-mail: office@arstood.com



перспектива и им позволяват достоен начин на живот и развитие.

Убеден съм, че тепърва предстои ново, по-сериозно развитие. Имаме много добри партньорства с различни бизнеси, но въпросът вече е да минат на друго ниво. Ние имаме практики, при които наши преподаватели и представители на бизнеса посещават гимназии, където представят професионалните възможности и за обучение в университета и за последващо развитие. След това имаме практиката, като дойдат тук студентите да могат още от първи курс, нещо което въведохме при предходния мандат, да имат опознавателна практика – да посещават предприятия, да се запознават с особеностите на бизнеса. В същото време част от фирмите им предлагат стажантски програми, летни стажове и възможности за по-добро практическо обучение и заплащане. Голяма част от

нашите студенти още в трети-четвърти курс имат някаква перспектива и много често като посещавам фирми от отрасъла виждам наши кадри, които се развиват, оценени са и работят добре. Това трябва да се разширява, за да може още от училище да направим тази връзка по веригата, през университета до бизнеса. И ако се върнем на споделяната отговорност не само бизнесът да бъде при студента от първия учебен ден до края, а и университетът да бъде при бизнеса за продължаващото обучение на вече стартиралите в него кадри. Това е успешната концепция, която трябва да се развива за качествено образование.

Как се готвите за кандидатстудентската кампания тази година и как бихте се обърнали към младите хора да станат ваши студенти?

Ние възприехме модела тази кампания при нас никога да не спира. Работим активно в няколко направления. Едното е работата с гимназиите. Изключително бързо се разширява мрежата от училища, с които имаме партньорски договори и в които наши преподаватели отиват, провеждат занятия или правят презентации. Има много случаи, при които паралелки от тези гимназии, и то не само от Пловдив, идват, за да проведат тук практически упражнения в нашите лаборатории и учениците са изключително впечатлени и са много доволни.

Това, което искаме от бизнеса – да е партньор с нас, ние го предлагаме на училищата. Помагаме им по всякакъв начин – с опита който имаме, с базата която имаме, провеждаме различни видове състезания, дни на отворените врати, които предстоят през април. От тази година им предлагаме безплатни пробни матури, които да се правят при нас. Опитваме се да организираме и различни семинари, да каним гост лектори, които да презентират темите за храните, храненето, кулинарията популярно и достъпно, и това да достига до повече млади хора през социалните мрежи и други медийни канали.

Така че моят призив към младите хора е: **Елате при нас, за да изживеете своето приключение, разгадавайки тайните на храната.**



Момент от Дните на отворените врати през април 2025г.

*С проф. Галин Иванов
разговаря Петко Делибеев*



Хлебен концентрат от следващо поколение

Millbio, производител на натурални ingrediente за тестени изделия, представи своя Panvivo GPL1ve Bread Concentrate, разработен в отговор на нарастващите потребителски потребности, свързани със здравословното хранене.

Тази смес от ново поколение, създадена в сътрудничество с водещи университети и изследователски центрове, ще помогне на производителите да се справят с предизвикателствата, възникнали в резултат от растящата популярност на функционалните храни и променящите се хранителни навици.

Според скорошно проучване, поръчано от Millbio, в хода на което са анкетирани повече от хиляда души, 13% от респондентите изцяло са изключили хляба от своя хранителен режим, а други 22% избират пълнозърнести алтернативи, изделия със семена или с високо съдържание на растителни влакна.

Показателно е, че по-голяма вероятност за ограничаване консумацията на хляб се наблюдава при жените, 16% от които твърдят, че са го спрели изцяло, в сравнение с 8% при мъжете. В допълнение набира сила и тенденцията към избор на хляб от сорго, стимулирана от ползите за здравето, предлагани от това решение.

Продуктът Panvivo GPL1ve Bread Concentrate съдържа фибри, по-

кълнали зърна, брашно от варива и източници на протеини, което не просто отговаря на увеличаващите се потребителски предпочитания към ingrediente с чисти етикети, но и се съобразява с научните изследвания, обвързващи подобреното здраве на микробиома с усещането за ситост и нормалното храносмилане.

Алесандро Боджиани, президент на Millbio, подчертава значението на адаптирането към тези променящи се потребителски изисквания: *С промените на масовото отношение към храната и благосъстоянието, следствие от GLP-1, търсенето на по-разумни и по-функционални ingrediente набира скорост. Това генерира подновен интерес към хлябовете, които са естествено богати на растителни влакна и протеин, и разкрива свежи перспективи пред новаторски настроените пекари.*

Партньорство в разработването на текстуриращ грахов протеин

Испанският разработчик на решения за пекарската индустрия Lasenor представи текстуриращ протеин с чист етикет, формулиран за комерсиално приложение в отрасъла в сътрудничество с израелския стартап Meala FoodTech. Lasenor VP-100, протеиново изделие с една съставка, получено от грах, е направено със собствената текстурираща технология на Meala и допълнително оптимизирано от Lasenor за използване при аерирано тесто.

Според производителите решението, разработено за нуждите на пекарството, подобрява аерирането, гарантира по-нежна кора, удължава трайността и запазва свежестта, забавяйки процеса на стареене. От Lasenor са използвали успешно продукта за направата на мъфини с 50% до 100% по-малко яйца, представени на изложението Fi Europe 2025 в Париж, Франция.

В зависимост от конкретната формулировка изделието е спо-



собно да осигури редуция на яйцата от 50% до пълното им отпадане от рецептите. В хода на лабораторните тестове с Lasenor VP-100 са получени мъфини с обем, мекота и влажност, „напълно съпоставими с тези при рецептите с яйца“.

Високата производителност на продукта може да намери приложение в широка гама тестени изделия, включително пандишпани, кексове и бриош. Ингредиентът има неутрален вкус без странични нотки, получен е изцяло на растителна основа, не съдържа алергени и ГМО, което кореспондира с потребителските изисквания за опростени и чисти етикети на влаганите в изделията съставки.

С цел постигане на оптимално функционално представяне, преди интеграцията с останалите ингре-

диенти Lasenor VP-100 преминава през контролирана фаза на хидратация и активиране, което му позволява да развие желиращи, свързващи и задържащи водата характеристики, ключови за формулировките с ограничено влагане на яйца.

След това всички съставки се разбиват заедно в продължение на няколко минути до получаването на аерирано тесто, при което активираният протеин служи за подобряване стабилността на пяната и позволява запазването на въздуха по време на изпичането.

Виктория Кубракова, продуктов мениджър в Lasenor, коментира: *Производителите на храни активно търсят решения, които позволяват частична редуция или пълно премахване на яйцата, особено в светлината на несигурните доставки на яйца и колебанията в цените им. Нашите тестове демонстрират, че VP-100 се интегрира безпроблемно в стандартните рецепти, без да налага промени в методите на производството.*

<https://www.foodbev.com/>

10 водещи тенденции, които пренастройват потребителския апетит през 2026г.

От промените във вкуса, провокирани от GLP-1, през натиска за протеин и реализма в порциите – 2026г. няма да убие удоволствието, а ще изисква от хлебните и снакс продуктите да полагат повече усилия за всяка хапка.

Основни изводи:

- ◆ GLP-1 медикаментите, приоритизирането на протеина и реализмът в порциите променят не само колко ядат потребителите през 2026г., но и как усещат вкуса, удовлетворението и стойността.
- ◆ Хлебните и снакс продуктите се оценяват все по-малко само по удоволствието и все повече по това, което доставят – засищане, функционалност и сетивна отплата от всяка хапка.
- ◆ В по-трудна иновационна среда продуктите, които обещават здраве или функционалност, но се провалят във вкуса, рискуват да бъдат тихо изоставени, вместо активно отхвърлени.

Ако 2024г. беше за ценовия шок, а 2025г. – за умората от реформулации, то 2026г. е за самия апетит. Не точно глада – апетита. Какво искат хората, колко го искат и какво очакват да направи храната, след като са я изяли.

В прогнозите на изследователските компании Trendincite, Puratos, Natural Grocers, Circa и други сигналите се подреждат. Потребителите не са спрели да жадуват за удоволствие, но са много по-малко толерантни към храни, които не им дават нещо – засищане, протеин, функционалност или поне истински удовлетворяващо сетивно усещане. Храната се оценява по резултатите толкова, колкото и по съставките.

GLP-1 медикаментите са в центъра на това пренастройване, но не действат сами. Протеинът навлезе в масовия пазар, контролът на



порциите се премести от диетичната култура към продуктовия дизайн, а функционалните очаквания проникват в ежедневните срещи с хлебни и снакс продукти. Междувременно иновациите се налагат по-трудно. Купувачите пробват по-малко нови продукти, изоставят разочароващите по-бързо и тихо се отказват, когато нещо не отговаря на обещаното.

Това е напрежението, с което се навлиза в 2026г. Хлебните и снакс продуктите все още имат разрешение за удоволствие – но удоволствието вече има правила. То трябва да е вкусно, да прави нещо полезно и да се усеща като оправдано. Пропуснете ли едно от тях потребителите няма да се оплакват. Просто ще подминат и продължат напред.

GLP-1 медикаментите пренастройват вкуса, обонянието и удовлетворението



Според Trendincite, GLP-1 медикаментите променят отношенията на потребителите с храната по начини, които далеч надхвърлят просто по-малко ядене. Компа-



заявяват „производителност“, за да я доставят – необходимо е просто да я подкрепят убедително.

През 2026г. силата и удоволствието не са противоположности. Все по-често се очаква да съществуват едновременно.

Снаксовете с функция заменят празните калории



TNA Solutions описва snack сектора като преминаващ през фундаментална промяна, позовавайки се на доклада State of Snacking 2024 на NIQ, който показва, че сегментите „подобри за теб“ растат с двойно по-висок темп спрямо традиционните категории на чисто удоволствие. Ниското съдържание на захар и функционалните твърдения, включително протеин и фибри, движат най-бързия ръст.

Контекстът е от значение. Повече от 60% от потребителите вече похапват snack вместо основното ядене, което повишава очакванията за хранителна стойност и насищане. Снаксовете вече не са просто допълнение – те са заместител.

За хлебните продукти това размива традиционните категорийни граници и повишава залога по отношение на формулирането и представянето.

Основното здравно мислене прониква в хлебните и сниск продуктите



Тенденциите за 2026г. на Natural Grocers подчертават „петте основни добавки“, което сигнализира за по-широк завой към управляеми, ежедневни здравни практики. Тази логика не остава ограничена само до таблетки и прахове.

Потребителите все по-често търсят храни, които „тихо“ подкрепят доброто здраве, без да изискват промяна в поведението. Хлебните и сниск продуктите, които лесно се вписват в ежедневните ритуали и предлагат по-ясна хранителна стойност, са по-добре позиционирани да се възползват.

Здравето през 2026г. трябва да е практично, а не амбициозно



Навлизането на креатина в масовия пазар вдига летвата за всички.

Natural Grocers също така идентифицира

креатина като излизащ извън тренировъчната култура и навлизащ в ежедневното здраве. Дори за марки, които няма да използват креатин директно, сигналът е важен.

Когато някога нишови съставки за „производителност“ се нормализират, те пренастройват очакванията в цялата хранителна среда. Протеинът, фибрите и функционалните ползи започват да се възприемат като неизбежни, а не като опционални.

Възходът на креатина е по-малко свързан със самата съставка и повече с това какво потребителите вече считат за базова стойност.

Захарта не изчезва – тя става по-селективна



Прогнозите, насочени към „осъзнато подслаждане“, показват, че разговорът за захарта се измества от елиминиране към намерение. Съставки като мед се позиционират като по-приемливи източници на сладост, вместо сладостта изобщо да бъде отхвърляна.

Това се превежда в по-стегнати криви на сладост, по-чиста завършеност и избор на съставки, които сигнализират качество. Потребителите все още искат удоволствие – просто искат то да бъде оправдано.

През 2026г. сладостта трябва да заслужи мястото си.

Маскирането на вкуса се превръща в тихото бойно поле

Както обяснява Ohly, функционалното реформулиране често идва с вкусови компромиси. Протеинът може да внесе горчивина, фибрите – сухота, а намаляването на захарта – нежелани остатъчни нотки.

Ohly подчертава, че макар здравните ползи да могат да стимулират първоначалния опит, вкусът определя лоялността. Успешни-



те функционални храни балансират убедителни ползи, ясно етикетирание и силно вкусово представяне – в този ред.

В пренаситен и предпазлив пазар лошият вкус не предизвиква негативна реакция. Той предизвиква тишина.

„Тихото напускане“ се превръща в най-големия риск за иновациите



Докладът Innovation Pacesetters 2025 на Circana предупреждава, че когато продуктите не отговорят на очакванията, потребителите просто спират да ги купуват. Нивата на иновации в Европа вече са на исторически ниски стойности, а инфлацията е направила купувачите по-малко снизходителни.

В силно функционалния пейзаж на 2026г. това създава ясен риск. Продуктите могат да спечелят първоначален интерес на база твърдения, но ще оцелеят само ако изживяването при консумация е добро.

Апетитът се е променил. Гърпението не се е увеличило.

По <https://www.bakeryandsnacks.com/>

Нов сметанов пълнеж

Dawn Foods UK & Ireland анонсира Delicream White Chocolate, последната иновация във фирмената гама готови за употреба премиум сметанови пълнежи Delicream.

Новото изделие White Chocolate, което е присъединява към наличните на пазара продукти Delicream Coconut и Bueno, предлага на пекарите и сладкарите лесен за работа пълнеж с нежна текстура и мек вкус.

Delicream White Chocolate е готов за употреба директно от кофичката и е разработен така, че да позволява безпроблемно използване в разнообразни приложения от сферата на сладкарството. Изделието може да намери място като пълнеж за донъти, или да бъде затоплено за по-фини приложения, например под формата на дип, покритие или крем.



Пълнежът съдържа изцяло натурални вкусове и ненаситени мазнини. Предвид факта, че не съдържа вода, продуктът предлага по-голяма трайност в

сравнение с останалите подобни пълнежи на пазара.

Според Dawn Foods популярността на белия шоколад не се дължи единствено на неговия вкус – той се съчетава отлично с допълващи вкусове, включително тъмен шоколад, ванилия и карамел, но и на факта, че изглежда впечатляващо добре, когато контрастира с други цветове, например червени плодове или шамфъстък.

Новият White Chocolate Delicream е разработен с цел да помогне на пекарите да премиумизират ежедневните тестени изделия и да се възползват от тенденцията към „добавено удоволствие“, характеризираща категорията на десертите в наши дни – обяснява Жаки Пасмор, маркетингов директор в Dawn Foods.

Сладоледен сандвич с бисквити

Ben & Jerry's анонсира последната си продуктова иновация: Cookie Dough Ice Cream Sandwich. Новото изделие идва в отговор на все по-голямото търсене на удобни snack опции, чийто растеж в рамките на предстоящите три години се очаква да достигне 6,7%.

Новото изделие предлага легендарния вкус на бисквитено тесто от Ben & Jerry's, доказало се като най-продавания артикул на бранда, обогатен с нови щрихи за допълнителна наслада. Всеки сандвич се състои от две меки бисквити с нотки на ванилия и какао, които обгръщат щедро количество ванилов сладолед с парченца бисквитено тесто.

Люси МакМанъс, бранд мениджър в Ben & Jerry's, споделя: *Този продукт е разработен за консумация както у дома, така и в движение, и позволява на потребителите да се радват на нашето бисквитено тесто в максимално удобен формат.*

Изделието Cookie Dough Ice Cream Sandwich е произведено от съставки, сертифицирани като Fairtrade, включително захар, ванилия и какао, и съдържа яйца от свободно отглеждани кокошки.

Продуктът ще се предлага в два формата: опаковка от четири броя (4 x 68 милилитра) и единичен сандвич (120 милилитра). Дистрибуцията стартира през януари 2026 г. във водещите браншови търговски вериги.



Млечни сметанки за кафе с четири съставки

Horizon Organic пусна нова линия сметанки за кафе, направени от четири сертифицирани от USDA (министерство на земеделието на САЩ – б.р.) като биологични съставки: мляко, сметана, захарна тръстика и естествени овкусители.

Гамата Horizon Organic Real Dairy Creamers включва три вкуса: Homestyle Vanilla, Chantilly Sweet Cream и Golden Caramel. От компанията твърдят, че изделията са единствените в страната сметанки, които съчетават смели вкусове с истинско биологично мляко и са разработени на база формула само с четири ингредиента.

Сметанките за кафе са най-бързо растящия сегмент в рамките на охладените млечни продукти – за последните четири години техният годишен ръст достига 8,8%. В същото време все по-често кафето се при-



готвя у дома: според Националната асоциация за кафе в САЩ от 63% от чашите кафе през 2024 г., през отминалата година те са вече 71%.

От Horizon Organic разкриват, че новата линия е ориентирана към потребители, търсещи вкусове в стила на заведенията за кафе, постигнати с по-малко съставки – ниша, която според тях остава negliжирана в рамките на категорията.

Маркетинговият директор Ендрю Спрингейт коментира: *В Horizon Organic вярваме, че малките избори могат да допринесат много за хората и за планетата, и именно това наше кредо стои в основата на Real Dairy Creamers. Сега потребителите имат възможност да обогатят своето ежедневно кафе с плътните и успокояващи вкусове на тези нови сметанки, при това без да се притесняват за съставките, които добавят към чашите си.*

<https://www.foodbev.com/>



Когато световната опаковъчна индустрия се събира в Дюселдорф, когато се представят иновации по цялата верига на стойността и се обсъждат най-важните тенденции, тогава е **interpack**.

В центъра на вниманието са опаковъчните материали, опаковъчните машини и свързаната с тях технологична техника за секторите храни, напитки, сладкарски изделия, хлебни изделия, фармацевтика, козметика, нехранителни продукти и промишлени стоки.

interpack е световен двигател за бъдещите теми в бранша. От устойчивостта до дигитализацията: тук днес се представя това, което утре ще бъде реалност. Това прави **interpack** толкова уникален.

Официалното панаирно представителство в България с удоволствие е на Ваше разположение за съдействие.

Кремена Вълчева

Ръководител отдел „Панаири“
Т +359 2 816 30 27 ; М +359 89 4646 714
kremena.valcheva@ahk.bg ;
<https://bulgarien.ahk.de>

Германо-Българска индустриално-търговска камара (ГБИТК)

Интерпред – СТЦ София, сграда А, ет. 3
бул. „Драган Цанков“ 36 ; 1040 София

Актуални теми на interpack 2026

1. ИНТЕЛИГЕНТНО ПРОИЗВОДСТВО – AI СРЕЩА ОПИТА

Интегрираните системи, поддържани от изкуствен интелект, оптимизират процесите, минимизират отпадъците и намаляват енергопотреблението. Роботиката и автоматизацията повишават прецизността и ефективността, докато интелигентното управление максимизира ефективността на ресурсите.

В същото време Value from Data създава нови конкурентни предимства. Интелигентно производство означава: по-интелигентно, по-устойчиво и по-икономично производство.

2. ИНОВАТИВНИ МАТЕРИАЛИ – ФУНКЦИОНАЛНОСТТА СРЕЩА УСТОЙЧИВОСТТА

Новите технологии за материали определят опаковките на бъдещето: високоразвитите пластмаси, материалите на основата на влакна и интелигентните покрития оптимизират трайността и защитата.

Биобазираните решения и дизайнът за рециклиране с мономатериали позволяват оптимизирано рециклиране, докато иновативните концепции за материали намаляват използването на материали и разкриват нови функции.

3. БЪДЕЩИ УМЕНИЯ – ЧОВЕКЪТ СРЕЩА МАШИНАТА

Новите работни места изискват нови умения, а недостигът на квалифицирани кадри засилва конкуренцията. Необходими са иновативни стратегии за набиране и задържане на кадри. Младите таланти търсят смисъл, развитие и модерна работна среда.

Допълнителното обучение и интуитивните интерфейси човек-машина подготвят екипите за бъдещето. Ключово умение: владееене на технологиите.

<https://www.interpack.com/>





MOSH/МОАН: Невидимата заплаха в храните и опаковките

Минералните масла в хранителните продукти са тема, която едва сега навлиза в обществената дискусия, въпреки че присъствието им в ежедневните хранителни продукти е реалност от десетилетия. Зад абривиатурите MOSH и МОАН се крият вещества, които могат да представляват сериозен риск за човешкото здраве – и точно затова Европа въвежда все по-строги регулации за тяхното наличие в хранителната мрежа.

Какво представляват MOSH и МОАН

Минералните масла са сложни смеси от въглеродороди, получени основно от суров нефт. Те се делят на две основни групи: MOSH (наситени въглеводороди на минерални масла) и МОАН (ароматни въглеводороди на минерални масла).

MOSH съдържат линейни, разклонени и пръстенонидни въглеводородни вериги, които не участват в обмяната на веществата в човешкия организъм. Проучванията показват, че те се натрупват в черния дроб, лимфните възли и далака, което при продължителна експозиция може да доведе до увреждане на тъканите.

МОАН, от своя страна, предизвикват още по-голяма тревога. Европейският орган за безопасност на храните посочва, че тези вещества могат да притежават генотоксични и канцерогенни свойства, особено когато съдържат три или повече ароматни пръстена. Макар данните за 1-2 пръстеневите МОАН да са ограничени, експертите настояват, че не могат да бъдат считани за безопасни.

Как минералните масла попадат в храната

Източниците на замърсяване са многобройни и често неочаквани. Минералните масла могат да проникнат в хранителните продукти на всеки етап от производството – от използваните смазочни масла в машините, през обработката на повърхности, до опаковъчните материали.

Рециклираният картон и печатните мастила са сред основните източници на MOSH/МОАН. Когато

хартията съдържа минерални масла от печатарски бои, те могат да преминат в храната, особено ако тя е суха и мазна. Затова категории като зърнени храни, макаронени изделия, ориз, шоколадови изделия, подправки, растителни масла и дори бебешки храни са в рисковата група.

Друг сериозен източник са изгорелите газове и индустриалното замърсяване на въздуха. Тези емисии могат да попаднат в човешкия организъм, навлизайки през дихателните пътища, или да доведат до натрупване на MOSH и МОАН в почвата и водата. Оттам те влизат в хранителната верига и се концентрират в мазнините на животински продукти.

Европа се мобилизира: новите регулации

През 2023 година Европейската комисия предложи изменения в Регламент (ЕС) 2023/915, които въвеждат максимални нива за МОАН в храните. Целта е тези норми да влязат в сила от 2027 година, като предложените граници са базирани на принципа ALARA – нивата да бъдат „толкова ниски, колкото е разумно постижимо».

Предложените максимални нива варират в зависимост от масленото съдържание на продуктите:

- За сухи храни с под 4% мазнини: 0,5 mg/kg МОАН
- За храни с 4-50% мазнини: 1,0 mg/kg МОАН
- За храни с над 50% мазнини: 2,0 mg/kg МОАН

За специфични категории като подправки и сушени билки се предвижда граница от 5,0 mg/kg, а за хранителни добавки – 10,0 mg/kg до 2026 г. и 5,0 mg/kg след 2030 г.

Що се отнася до MOSH, засега няма въведени максимални граници, но се обсъждат индикативни нива, които ще служат не като праг за изтегляне на продукти, а като сигнал за задълбочено проучване на източниците на замърсяване.

Кои индустрии са засегнати

Регулациите засягат широк кръг от сектори:

Хранително-вкусова промишленост – производителите на зърнени храни, тестени изделия, масла и мазнини, сладкарски изделия, подправки, чай и готови храни трябва да гарантират, че техните продукти отговарят на новите стандарти.

Опаковъчна индустрия – производителите на хартиени и картонени опаковки, особено тези от рециклирани материали, са изправени пред необходимостта да променят технологиите си или да въведат бариерни слоеве, които да предотвратят миграцията.

Козметична индустрия – макар фокусът на регулациите да е върху храните, минералните масла в козметиката също са под прицел, особено в продуктите за устни, където веществата могат директно да влязат в храносмилателния тракт.

Бebешки храни – категория с нулева толерантност към риска, където дори минимални количества МОАН предизвикват сериозни опасения сред регулаторите.

Защо тестването е ключово

Анализът на MOSH и МОАН изисква специализирано лабораторно оборудване и експертиза, които позволяват разделяне и количествено определяне на двете групи вещества.

В България вече има лаборатория, която предлага този тип анализи. SGS Bulgaria разполага с пълен капацитет за тестване на MOSH/МОАН в своята лаборатория във Варна, която е оборудвана с най-съвременна апаратура и провежда изпитвания на продукти и суровини от цял свят.

**Можете да се свържете с нас на:
sgs.bulgaria@sgs.com; Varnalab@sgs.com;
Тел.: +359 52 358 090; +359 291015;**

Бъдещето: превенция и контрол

За бизнеса подготовката започва още днес. Компаниите трябва да идентифицират рисковите точки в производствения процес, да тестват суровините и готовите продукти, както и да преразгледат опаковъчните си материали. Смяната на доставчици, инвестициите в нови технологии и обученията на персонала са неизбежна част от адаптацията.

За потребителите новите стандарти означават по-голяма сигурност. Макар минералните масла да са невидими и без вкус, техният потенциал за вреда е реален. Контролът им не е лукс, а необходимост в съвременната хранителна индустрия.

Въвеждането на максимални нива за МОАН е стъпка към прозрачност и отговорност. И докато регулаторната рамка все още се оформя, едно е ясно – ерата на невидимото замърсяване с минерални масла приключва.

<https://www.sgs.com/bg-bg>

Нова гама котидж сирене, ориентирана към младите потребители



Arla Foods навлиза в категорията на котидж сиренето с нова линия продукти в отговор на увеличаващото се търсене на високопротеинови и нискомаслени млечни изделия.

В Обединеното кралство котидж сиренето изживява период на нов възход, стимулиран от нарасналия потребителски интерес към млечните продукти с високо съдържание на протеин, самият той елемент грижите за собственото здраве и прилагането на терапии с GLP-1.

От Arla обясняват, че стремежът им е да привлекат по-младите потребители, търсеци високопротеинови изделия, като в същото време осигурят растеж на стойността за търговците. Гамата е разработена по начин, позволяващ широкообхватна ежедневна употреба както в ястия, така и под формата на закуски – например като тост, в тестени изделия и сосове, а също и във вид на високопротеинов топинг.

В контекста на изнесените от Kantar¹ данни, според които едно на всеки четири домакинства в Обединеното кралство купува котидж сирене, в Arla се надяват това предложение да доведе нови и да върне отпаднали клиенти на категорията посредством предлагане на „вкус и надеждно качество“. Според тях изделията съчетават лека, почти течна текстура, с „чист и мек“ вкус, целящ да импонира на младежката аудитория, ангажирана с тенденциите в рецептите от социалните медии, включващи котидж сирене и публикувани на платформи от типа на TikTok.

Стюарт Иберсон, директор за бранда Arla, коментира: *За завръщането на котидж сиренето в обхвата на потребителското внимание има редица причини – например вкуса, широката приложимост и протеините. С Arla Cottage Cheese ние впрягаме позициите и гаранциите, характерни за Arla, в помощ на търговците, стремящи се да се възползват от актуалните тенденции, да привлекат по-млади клиенти и да увеличат оборотите си благодарение на ежедневната употреба на изделията.*

Новата линия се предлага от избрани британски търговски вериги от 5 януари във варианти Natural и Low Fat Natural.

<https://www.foodbev.com/>

¹ Kantar е водеща световна компания за маркетингови данни и анализи.

Тенденции при напитките за 2026г.



Какви са водещите тенденции, които ще определят безалкохолните напитки през идната година и след това?

Потребителските претенции се променят и индустрията за напитки трябва да внедрява иновации с бързи темпове, за да бъде в крак с новите предпочитания и изисквания. И макар някои от тенденциите да звучат познато, тяхното развитие през 2026г. може да доведе до изненадващи обрати.

1) Здраве и благополучие

През 2026г. ще продължи мащабният натиск към по-здравословни напитки. Потребителите отдавна изискват повече предложения с ниско съдържание на захар и без захар, а иновациите в тези области продължават. През 2026г. тази посока се запазва, като се засилва и вниманието към изкуствените съставки и оцветители. И не става дума само за физическо здраве – през последните няколко години потребителите все повече мислят и за психичното благополучие.

Здравето и благополучието станаха много по-масови – казва Ананда Рой, старши вицепрезидент и съветник „Потребителски стоки“ в Cirsana¹. – След пандемията поехме много по-голяма отговорност за собственото си здраве и това в частност означава психично здраве, цялостно укрепване на организация, хидратация, възстановяване, устойчивост и енергия през целия ден.

И нови области като метаболитното здраве започват да стават все по-важни, отбелязва Рави Джала, вицепрезидент „Комерсиализация“ в американския производител на функционални напитки FedUp Foods. Това е сфера, в която фокусът е по-малко върху опростения подход на броене на калории и повече върху начина, по който тялото обработва мазнини и захари, както и върху измерването на показатели като кръвно налягане и холестерол – Разговорът се измести от позициониране тип „диета“ към устойчива, функционална и богата на хранителни вещества подкрепа, казва Джала.

2) Функционалност

От кафето до газирани напитки, функционалността вече навлиза във всяка категория напитки.

¹ Cirsana – компания за предоставяне на технологии, изкуствен интелект и данни на бързоразвиващи се компании за потребителски опаковани стоки, производители на стоки за трайна употреба и търговци на дребно. – б.р.

Потребителите изискват повече от хидратация: те търсят напитки, които доставят енергия, подпомагат когнитивното здраве, предлагат подобрена хидратация или ефекти върху настроението.

Това означава, че иноваторите в сектора на напитки се обръщат към широк спектър от съставки – от ботанически съставки, адаптогени и ноотропици до фибри, протеин и обогатяване.

Но какво е новото при функционалността през 2026г.? Именно това изобилие от избор ще повлияе на начина, по който се развива пазарът.

В едната посока търговските марки се фокусират върху ниши и конкретни нужди за благополучие, като правят функционалността много по-персонална и специфична от всякога. В другата посока обаче марките мислят за т.нар. „функционално наслагване“.

Потребителите искат напитки с множество функции в една – отбелязва Рави Джала. – Някои от най-интересните лансирания комбинират няколко области на ползи в една напитка.

И в двата случая Ананда Рой от Cirsana вижда как потребителите стават много по-информирани и все по-внимателно проверяват марките напитки и техните твърдения – Това, което се промени, особено през 2025г. и което със сигурност ще видим през 2026г., е много по-строгий контрол върху някои от тези ползи и съставки – казва той.

3) Изследване на вкусовете

Компанията за разработване на напитки Flavourman отбелязва, че класически вкусове като лимон-лайм, череша, ягода, ванилия и портокал продължават да намират отклик сред потребителите. Тенденцията към вкусовата носталгия подпомага това, като потребителите търсят по-прости вкусове от детството – като череша и ванилия, ягоди със сметана или портокалов сладолед.

Flavourman обаче очаква и по-уникални вкусове да се появят през 2026г.: Следете за вълнуващи плодове като гуава, боровинки и смрадлика и още много други.

4) Устойчивост

Потребителите говорят за устойчивост и искат да бъдат по-устойчиви. Но устойчивостта е само един от аспектите на избора, който трябва да

- ▷ направят, когато са пред рафта с напитки – инфлацията и разходите за живот също са водещи фактори.

Затова стремежът към устойчивост през 2026г. идва не толкова от потребителите, колкото от търговците на дребно.

Ако търсите ново включване в асортимента на супермаркет или друг търговец, е много, много вероятно да трябва да отговаряте на техните изисквания за устойчивост – казва Ананда Рой. – Те обикновено са свързани с произхода и проследимостта на съставките, но и с опаковките.

Законодателството също играе ключова роля във формирането на очакванията. Регулации като EUDR (Регламент за продукти без обезлесяване) и PPWR (Регламент за опаковките и отпадъците от опаковки) създават рамка за стандарти за устойчивост в цяла Европа.

5) GLP-1 иновации

Около **един на всеки 10 американци** вече приема GLP-1 медикаменти и се очаква този дял да продължи да нараства. Лекарства като Ozempic, Wegovy и Mounjaro трансформират света, като подпомагат контрола на кръвната захар и насърчават загубата на тегло чрез забавяне на храносмилането и намаляване на апетита.

Те действат, като имитират естествения GLP-1 хормон, карайки потребителите да се чувстват сити за по-дълго време. Това е от голямо значение за хранителната индустрия, но при напитките ефектът е по-нюансиран.

Ръстът в употребата на GLP-1 ускори интереса към напитки, които помагат на хората да се чувстват

заситени, подкрепят балансирана кръвна захар и доставят повече хранителни вещества на калория – смята Рави Джала.

6) Възможността при безалкохолните алтернативи

Докато потребителите продължават да ограничават консумацията на алкохол, марките безалкохолни напитки виждат възможност да повишат нивото си и да станат част от вечерните социални събития. В Европа **71% от потребителите** вече казват, че пият по-малко, което показва мащаба на възможността.

Например Dry January (Сух януари) всяка година има официална безалкохолна напитка – през 2025 и 2026 г. това е газираната вода Dash, а през 2024г. беше функционалната напитка Trip. Междувременно Counter Culture е официалната комбуча на Dry January, а Belvoir Farm предлага официалния моктейл² на месеца.

Безалкохолните напитки, които искат да отнемат пазарен дял от алкохола, често го правят, като се насочват към по-изтънчени, „зрели“ вкусови профили, базирани на растителни екстракти и комплексни вкусови нотки, или чрез изследване на функционални съставки, които носят усещане за релаксация или лек „ефект“ като заместител на алкохола.

По <https://www.beveragedaily.com/>

² Моктейл – безалкохолни напитки, създадени като имитация на познатите коктейли, но без съдържание на алкохол в тях – б.р.



ТЕХНОКОН ООД



Ремъци, транспортни ленти, сервиз. Официален представител на фирмите:
"Ammeraal Beltech" - Холандия, "Megadyne" - Италия, "Volta" - Израел, Uni-Chains - Дания и др.

София 1220, бул. "Рожен" №18, Тел.: 02/ 936 03 12; 02/938 29 76; факс: 02/ 938 29 76
GSM: 0878 546 293, email: technocon@abv.bg; office@technocon.biz, www.technocon.biz



SunBuzz навлиза на бързо разрастващия се пазар на алтернативи на алкохола с анонса на своята линия премиум безалкохолни коктейли, готови за сервиране и обогатени с получен от коноп тетрахидро-

Премиум коктейли, готови за сервиране и съдържащи ТНС

канабинол (ТНС), ориентирана към възрастните потребители, търсеци по-полезни напитки, подчинени на умереността, но недопускащи компромис с изискаността.

В контекста на продължаващото въздействие, оказвано върху поведението на купувачите от тенденции като отговорното пиене, участието в инициативата „Сух януари“ (Dry January) и промотирането на живот с по-малко алкохол, напитките с извлечен от коноп ТНС формират все по-разраст-

ваща се категория.

Портфолиото на SunBuzz включва четири вкуса, вдъхновени от популярни коктейли: Espresso Martini, Cosmopolitan, Margarita и Jalapeño Pineapple Margarita. Напитките са в 750-милилитрови бутилки, позволяващи многократно затваряне и предназначени за споделяне и консумация на място. Всяка порция от 5 унции (147.87мл), съдържа 20 калории и 5 милиграма смес от ТНС и CBG (канабигерол – друг канабиноид), целящи да гарантират пълноценно и достъпно изживяване на възрастните потребители.

Консуматорите преосмислят отношението си към алкохола и търсят по-полезни за здравето им алтернативи, които обаче си остават социално ориентирани и изискани – коментира основателят на SunBuzz Лари Трахтенбройт. – SunBuzz предлага безалкохолна алтернатива на коктейлите, способна да замени традиционните алкохолни опции, без да жертва вкуса или самото изживяване.

Изделията на SunBuzz са направени с извлечен от коноп ТНС, като формулите им отговарят на приложимите в момента федерални насоки. Напитките са предназначени за потребители на възраст над 21 години и се предлагат само там, където това е позволено от закона.



Пробив в сегмента на алтернативите без алкохол

Empress 1908 Gin навлиза в бързо разрастващата се категория на алтернативите на спиртни напитки без съдържание на алкохол посредством izdelieto Empress 1908 0.0 Indigo – първото безалкохолно решение от бранда.

Новата напитка, разработена от майстор-дестилатора на Empress 1908 във Victoria Distillers в Британска Колумбия, си поставя за цел да помогне за направата на първокласни безалкохолни коктейли, без да жертва вкуса или презентацията.

Вдъхновена от легендарния Empress 1908 Indigo Gin на бранда и от историческия Empress Hotel във Виктория, Британска Колумбия, напитката Empress 1908 0.0 Indigo предлага билков профил с нотки на цитруси, фини подправки и мек флорален щрих. Рецептата включва хвойна, грейпфрут и цвят от пеперуден грах (син чай), съчетани с изцяло натурални аромати, филтрирана вода и захарна тръстика, и е разработена в съответствие със същите занаятчийски стандарти, прилагани при направата на алкохолната алтернатива.

Фил Лекурс, майстор-дестилатор във Victoria Distillers, коментира: *Ръководейки се от същността на нашия Indigo Gin, ние подбрахме характерните билки, за да създадем изискана спиртна напитка, но без алкохол.*

Дебютът на продукта идва в момент на нарастващ потребителски интерес към умереността и отговорното пиене, проявления на който са инициативите „Сух януари“ (Dry January) и „Трезв октомври“ (Sober October). Цитираните от бранда отраслови данни сочат, че интересът към алтернативите без алкохол бележи значителен ръст през миналата година, а консумацията на безалкохолни коктейли продължава да се увеличава.

<https://www.foodbev.com/>



Край на празното пространство в кутиите

Онлайн дрогерията **Plein.nl** и водещият производител на опаковки **DS Smith** постигнаха значителен напредък само за една година чрез оптимизиране на опаковките и процеса на опаковане. Това се вижда от публикувани резултати в областта на устойчивостта. Чрез инсталирането на две опаковъчни машини и оптимизирането на опаковките търговецът е спестил **20 900 m³ празно пространство годишно при транспортиране**, елиминирал е **9 200 кг пластмасов пълнеж** и е намалил пробивите с **25%**.



Подобрена устойчива опаковка

По време на проекта за опаковане Plein.nl и DS Smith оптимизираха опаковките за машините и внедриха няколко подобрения, свързани с устойчивостта. Например, графичният дизайн беше разработен така, че да се минимизира използването на мастило, е-commerce **опаковките** вече са изработени от 100% рециклиран кафяв велпапе картон, а капакът беше подобрен. Избраният тип картон (R-flute) също спестява 30% пространство при входящите доставки и в склада. Това от своя страна води до по-ниски CO2 емисии, по-малко вътрешни движения с мотокари и по-малко смени на палети при машината.

По време на проекта за опаковане Plein.nl и DS Smith оптимизираха опаковките за машините и внедриха различни подобрения с фокус върху устойчивостта.

По-малък престой на опаковъчните машини

Патрик ван ден Бош, логистичен мениджър в Plein.nl, обяснява: *Опаковъчните машини оказаха изключително положително въздействие върху вътрешния ни логистичен процес. В момента 98% от всички наши поръчки се опаковат автоматично. Картонената опаковка е от решаващо значение в комбинация с тези опаковъчни машини.*

DS Smith ни помогна да приведем опаковките в перфектно съответствие с машините по време на и след внедряването. Дори на пръв поглед незначителни корекции се оказаха с големи последици. Само чрез подобряване на перфорацията в капака значително намалихме престоя на машините, лепилото прилепва по-добре и почти не се налага ръчна намеса.

Хидо ван де Вен, директор „Продажи, маркетинг и иновации“ в DS Smith, също изразява ентузиазъм от сътрудничеството: *Ние в DS Smith сме изключително горди, че успяхме да помогнем на Plein да изведе процеса си на опаковане и самите опаковки на още по-високо ниво. Тези отлични резултати показват, че целенасочените подобрения в устойчивостта могат бързо да имат значителен ефект – както при намаляването на отпадъците, така и при оптимизирането на логистичните процеси и подобряването на потребителското изживяване.*

Премахване на ненужния пластмасов пълнеж

До миналата година Plein.nl се намираше в ситуация, позната на много онлайн магазини. Те работеха с размери на кутиите, определени в миналото, които оставаха непроменени, въпреки че продуктивният асортимент на уеб магазина се е развивал през годините. В резултат качеството на картоната не беше оптимално, често се случваха несъответствия

INTERPACK 2026

Interpack е сред най-важните събития за всички производители на краен продукт – храни, напитки, хлебни и сладкарски изделия, фармацевтика, козметиката, нехранителни и промишлените стоки.

Никои друг търговски панаир в света не засяга цялата верига за доставки. И на никои друг опаковъчната индустрия не предоставя на всички производствени сектори персонализирани решения и иновативни дизайни, базирани на огромно разнообразие от материали и технологии.

Водещо световно търговско изложение в опаковъчната индустрия **interpack** е централното място за срещи на всички, които разработват решения за най-належащите предизвикателства, пред които са изправени хранителната и питейна промишленост. Изискванията към опаковките за храни и напитки са високи: максимална защита на продукта при минимално използване на материали, рециклируемост при високи хигиенни претенции, съответствие с регулаторните изисквания и нарастващ натиск върху разходите. Специално в хранителния сектор правилната опаковка определя срока на годност, гарантиране качеството и безопасността на продукта и транспортируемостта му – и допринася решаващо за намаляване на загубите на храна по цялата верига на стойността. В тази среда **interpack** е от особено значение.

Около 2800 изложители ще представят технологии и концепции за материали и опаковане в Дюселдорф от 7 до 13 май 2026г. По отношение на съпътстващата програма три горещи теми ще превземат сцената на търговския панаир: интелигентно производство, иновативни материали и бъдещи умения.

По повод изложението представители на различни медии от Източна Европа се срещнаха в Белград с организаторите. В неформална атмосфера директорът на **interpack**, Томас Дозе, запозна гостите с програмата, очакванията и новостите, които ще видят посетителите на този най-голям форум в опаковъчната индустрия. Специални благодарности и на г-жа Кремена Вълчева представител на Германско-Българската индустриално-търговска камара, по чиято покана и организация бяхме гости на това събитие.

Повече за изложението на <https://www.interpack.com>

между продукта и опаковката и се използваха ненужно големи количества пластмасов пълнеж.

Янеке Бонгартц, маркетинг мениджър в Plein.nl, описва резултата за клиентите: *Въздействието върху клиентското изживяване е огромно. Преди редовно получавахме въпроси относно прекалено големите кутии и използването на пластмасов пълнеж. Използването на пластмасови опаковки в частност се превърна във все по-важна тема, но с този проект успяхме да го намалим драстично.*

По-малко щети, по-висока удовлетвореност на клиентите, акцентира Бонгартц: Ос-

*вен това се сблъскахме с течащи бутилки по време на опаковането. Въпреки че удвоихме продажбите на перилни препарати, успяхме да намалим процента на счупванията с 25% в сравнение с преди една година. Това не само намалява отпадъците, но и спестява огромно количество време на нашия екип за обслужване на клиенти. Така можем все по-добре да отговаряме на техните нужди. А и след този проект ще продължим да проучваме как можем да направим бизнеса си още по-устойчив, за да бъдем **“Prepared for anything”** („Подготвени за всичко“).*

По <https://www.packagingconnections.com/>



Томас Дозе представя богатата програма на interpack 2026

Кибератаки – 7 начина за защита на хранителната индустрия



Киберпрестъпността става неудържима. Какво могат да направят производителите на храни и напитки, за да се защитят?

Киберпрестъпленията нанасят сериозни щети на хранително-вкусовия сектор, разкривайки колко бързо могат да се сринат веригите за доставки. Какво може да направи индустрията, за да се предпази?

Киберсигурност в хранително-вкусовата индустрия – обобщение

- ▶ Кибератаките срещу хранителни компании рязко нараснаха през 2025 г., нарушавайки ключови операции;
- ▶ Групи за рансъмуер атакуваха веригите за доставки, агресивно експлоатирайки нарастващата дигитална зависимост;
- ▶ Големи търговски вериги бяха засегнати от сериозни сривове, довели до празни рафтове и кражба на данни;
- ▶ Уязвимостите в сектора се увеличиха заради остарели системи и несигурен отдалечен достъп;
- ▶ По-строги мерки за киберсигурност вече са жизненоважни за защитата на хранителните вериги за доставки.

Киберпрестъпността не е просто заплаха за хранително-вкусовата индустрия – тя е реална и непосредствена опасност. Компаниите за храни и напитки са все по-привлекателна цел поради комбинацията от остаряла инфраструктура, сложни глобални вериги за доставки и критичната необходимост от непрекъсната работа. Дори кратко прекъсване може да доведе до значителни финансови загуби, рискове за безопасността на храните и увреждане на репутацията.

Според последни доклади, броят на кибератаките срещу производствени предприятия продължава да нараства, като хранително-вкусовият сектор е сред най-засегнатите.

По-специално атаките с рансъмуер нараснаха драстично. Организацията за превенция на киберпрестъпления Food and Ag ISAC отдава тази тенденция на „нарастващата зависимост на сектора от технологиите и необходимостта от операции *just-in-time*“.

Все по-агресивни групи като CL0P, RansomHub и Akira атакуват всички етапи от веригата за доставки – от доставчиците до търговците на дребно. Само между февруари и април 2025 г. Food and Ag ISAC е регистрирала 84 значими атаки с рансъмуер. Това е двойно повече спрямо предходното тримесечие и ясно показва колко бързо киберпрестъпниците ескалират усилията си.

Макар много от тези инциденти да са останали незабелязани от голяма част от индустрията и широката общественост, атаките през април и май срещу британските търговци Marks & Spencer и Co-op извадиха проблема наяве. Мащабът на атаките доведе до празни рафтове, блокирано онлайн пазаруване и кражба на клиентски данни – накратко, истината излезе напълно наяве и секторът беше принуден спешно да търси защита.

Този рязък ръст в честотата и мащаба на атаките подчертава нарастващата уязвимост на сектора и ясно показва, че заплахата не е хипотетична, а се развива в реално време – нарушавайки производството, дестабилизирайки логистиката и застрашавайки доставките на основни хранителни продукти.

7 начина хранително-вкусовата индустрия да се бори с киберпрестъпността



Какво може да направи индустрията, за да се защити?

1. Актуализиране на операционните системи

През 2025г. групите за рансъмуер многократно са експлоатирани неактуализирани услуги за отдалечен достъп и слабости в остарели производствени системи.

В резултат Националният институт по стандарти и технологии (NIST) чрез своята Рамка за киберсигурност (CSF) призовава доставчици, производители и търговци да поддържат сис-

темите си актуални и да модернизират остарялата оперативна технология (OT) като част от непрекъснатото управление на уязвимостите.

2. Подсилване на отдалечения достъп

Много атаки са започнали чрез несигурни конфигурации на виртуални частни мрежи (VPN) и протоколи за отдалечен работен плот (RDP).

NIST подчертава значението на:

- ▶ Многофакторна автентикация (MFA);
- ▶ Деактивиране на неизползвани услуги за отдалечен достъп;
- ▶ Преминаване към принципите на Zero Trust – модел на сигурност, при който нито един потребител или устройство не се счита за надеждно по подразбиране и всяка заявка за достъп подлежи на стриктна проверка, дори вътре в мрежата.

3. Подобряване на сигурността на електронната поща

През 2025 г. нападателите успешно използваха фишинг имейли, маскирани като фактури или техническа документация, за да подмамат служители да стартират злонамерени PowerShell скриптове.

Food and Ag ISAC отбелязва, че фишингът е водещ начален вектор за проникване, а NIST препоръчва многослойна защита на имейлите и целенасочено обучение особено на служители в позиции с висок риск.

4. Сегментиране на IT и OT мрежите

Хранителни и аграрни обекти, атакувани през 2025 г., особено тези със стари оперативни технологии, бяха принудени да спрат работа, когато рансъмуерът премина от IT средата към производствените системи.

NIST определя мрежовото сегментиране като ключово за предотвратяване на страничното разпространение на атаки.

5. Поддържане на офлайн резервни копия

Целостта на резервните копия се оказва решаващ фактор между бързо възстановяване и продължителен престой по време на инцидентите с рансъмуер през 2025 г.

Насоките на Агенцията за киберсигурност и инфраструктурна сигурност (CISA) подчертават значението на офлайн и неизменяеми резервни копия, както и редовното тестване на възстановяването. Това е особено важно за преработвателите с вериги за доставки тип *just-in-time*.

6. Подсилване на киберсигурността на трети страни

Доклад на Food and Ag ISAC подчертава, че дори малки смущения при логистични партньори или софтуерни доставчици могат да предизвикат верижни прекъсвания и да нарушат снабдяването със суровини.

Препоръчват се оценки на доставчиците, базирани на риск, договорни изисквания за уведомяване при пробив и ограничаване на мрежовия достъп на партньорите.

7. Разпределяне на бюджет за киберсигурност, съразмерен с риска

С оглед на това, че инцидентите през 2025 г. доведоха до затваряне на производствени обекти, забавяния в дистрибуцията и – както при Marks & Spencer и Co-op – значителни финансови и репутационни загуби, секторът е насърчаван да възприеме бюджетиране, базирано на риска, което обвързва инвестициите в сигурност с критичните бизнес процеси.

Защита на храните и напитките



Защита на хранително-вкусовата индустрия от киберпрестъпност

В крайна сметка посланието към хранително-вкусовата индустрия е ясно – киберсигурността вече е толкова критична, колкото безопасността на храните и напитките, ефективността на веригите за доставки и качеството на продуктите.

Последните атаки показаха, че дори краткотрайни дигитални прекъсвания могат мигновено да се отразят върху производствени линии, складове, дистрибуторски мрежи и търговски обекти. А с нарастващата сложност и агресивност на групите за рансъмуер, цената на бездействието ще продължи да расте.

Но секторът не е безпомощен. Чрез подобряване на дигиталната хигиена, модернизирани на остарелите системи, налагане на по-високи стандарти към доставчиците и третиране на киберсигурността като основна оперативна инвестиция, а не просто ИТ разход, хранително-вкусовите компании могат значително да намалят своята уязвимост. Инструментите, рамките и насоките съществуват – предизвикателството е тяхното прилагане.

По <https://www.foodnavigator.com>
Снимки: Getty



В стремежа си да се възползва от възможностите на разширяващия се пазар на безалкохолни напитки Anheuser-Busch представи своя най-актуален продукт, Michelob Ultra Zero Lime.

Дебютиралото през януари ново пиво обещава свежа алтернатива за стремящите се към здравословен живот потребители, като предлага 0,0% алкохол и едва 39 калории на порция. От това пиво се очаква да укрепи бързо разрастващото се присъствие на Anheuser-Busch на пазара на безалкохолни бири, регистрирал значителен растеж пред последните години.

През 2025 г. брандът Michelob Ultra се наложи като най-добре продаваната и най-бързо увеличаващата пазарния си дял бира в САЩ, а Michelob

Напитка с 0,0% алкохол и 39 калории

Ultra Zero овладя над 13,5% от пазара на безалкохолна бира.

Най-новото изделие на компанията се вписва в стремежа ѝ да посреща променящите се потребителски предпочитания, ориентирани към по-леки и залагащи на вкуса опции.

Кайл Норингтън, висш търговски директор в Anheuser-Busch, споделя: „Фокусът ни винаги е бил върху нашите клиенти и ние винаги сме се стремили да гарантираме инвестиции и иновации тъкмо в онези сегменти, които съответстват на потребностите на клиентите, които се стремят да поддържат активен стил на живот, без да жертват вкуса..“

В контекста на набиращата сили тенденция към разумна консумация продуктът таргетира потребителските групи на възраст над 21 години, които все по-активно търсят освежаващи напитки без съдържание на алкохол.

<https://www.foodbev.com/>

NATURAL COLORANTS, FLAVORS, EXTRACTS AND RAW MATERIALS FOR THE FOOD INDUSTRY

"ОРИОН - Матеев" ЕООД е създадена 1992г. в гр. Карлово. Повече от двадесет години фирмата е на българския пазар и консултира фирми производители от различни браншове на ХВП.

НАТУРАЛНИ ОЦВЕТТЕЛИ +CLEAN LABEL - РОНА:

ЖЪЛТИ: E100 Куркумин, E101 Рибофлавин, шафран, E161b - Лутеин, E172

ОРАНЖЕВИ: E160a/e Каротеноиди, E160b - Анаго, E160c - Паприка; E160d - Ликопен, Смеси.

ЧЕРВЕНИ: E120 Кармин, E162 Бетанин, E172, Санд. дърво, хибискус

ВИОЛЕТОВО - ЧЕРВЕНИ: E163 - Еноцианини

ЗЕЛЕНИ: E140/E141 - Хлорофили, Спирулин+шафран

КАФЯВ: E150 - Карамели

ЧЕРЕН: E153 - Растителен въглен, E172 - Железен оксид

СИН - Екстракт от Спирулина

БЯЛ: БЕЗОПАСНИ ЗАМЕСТИТЕЛИ НА ТИТАНИЕВ ДИОКСИД E171

Екстракти/Оцветители - натур. и синтет. (вода, масло разтв., диспер.)

Ароматизанти+Естествени (пълна гама - течни, прахообразни)

Подсладители, консерванти, функц. вещества

за ХВП от Европа и Азия.



Contacts:

Krairechna 4 Str.

Karlovo, 4300, Bulgaria

Tel: 359/ 335 / 9 48 96

Fax: 359/ 335 / 9 35 26

e-mail: office@orion-vm.com

www.orion-vm.com

Отпадъчни продукти... В тенджерата



Заслужава си да се опита всяко едно вкусно ястие от отпадъчни продукти със съществена важност за човека.

Верата на нарастване на информацията за екологията и повишаване цените на храните много хора търсят начини за намаляване на техния брак. Кухнята с нулева загуба на отпадъци е не само тенденция, а и стил на готвене. Той позволява да се извършва цялостна употреба на хранителните продукти, да се намалят загубите и да сме доволни от вкуса на ястията приготвени по този начин. Как да използваме при готвенето обелките, листата, зеленчуковите отпадъци и други подобни? Ето няколко идеи, споделени от полските колеги.

Супи и бульони от хранителни отпадъци

Вместо да изхвърляме остърганата кора на морковите, както и остатъците от магданоз, кромид лук и целина, си заслужава да ги слагаме в кутия и да ги съхраняваме в хладилника, докато се събере достатъчно количество за приготвяне на ароматен зеленчуков бульон. Достатъчно е да поставим в тенджера съдържанието от кутията, да добавим праз лук и листа от магданоз или остатъци от зеленчуци, а след това да ги сварим на слаб огън. Както при готвене на традиционен бульон е добре и тук да прибавим черен пипер, бахар и дафинов лист. Бульонът от отпадъците е пълен с ценни хранителни вещества и не съдържа изкуствени добавки. Може да се използва като основа за супи, сосове или ризото.

Закуска от хрупкави обелки

Обелките от сладки картофи, моркови и цвекло могат да се пекат на фурна или да се приготвят в еър фрайър. Просто ги измийте старателно, подсушете ги, полейте ги със зехтин или с олио и ги овкусете с предпочитани от вас подправки като сол, черен пипер, пушен червен пипер или билки от Прованс. След това ги разпръснете равномерно в тава или в кошничка на еър фрайър. Печете ги при температура от около 180 градуса 10 до 15 минути или до хрупкаво. Но, напомняме ви да ги разбърквате от време на време, за да предотвратите загарянето им. Така получаваме здравословна и много вкусна закуска, която напълно заменя хрупкавата купена от магазина и помага за намаляване загубата на храна.

Зеленчукови стъбла и листа – добавки към ястия

Листата от репички, моркови, алабаш и броколи са съкровищница от витамини. Те не трябва да се изхвърлят. Могат да се смесват със зехтин, орехи, чесън и твърдо, отлежало сирене. Ще получим ароматно песто. То върши добра работа като добавка към паста, за намазване на сандвичи или като продукт за салата. Може също да се използва и като дип за зеленчуци. А стъбла от броколи, карфиол и спанак могат да се нарежат и да се добавят към супи, миш-маш или яхнии. Те имат силен вкус и доставят ценни хранителни вещества. Освен това, листата от цвекло са чудесни като основа за салати или добавка към омлети.

Обелки от цитрусови плодове – домашно приготвени подправки



Обелките от лимони, портокали и лайм могат да се изсушат и да се стрият на прах. Ще станат естествена подправка за сладкиши, чайове или коктейли. Важно е да премахнем преди изсушаването белия пласт на кората, или албедото, който може да придаде неприятен горчив вкус. Освен това, цитрусовите кори са чудесни за приготвяне на ароматизиран зехтин или оцет, за да се обогати вкусът на тези продукти с естествен аромат. Също така, могат да бъдат захаросани, а след това добавени към сладкиши, десерти или домашно приготвена гранола.

Отпадъци от хляб – нищо не се губи

Баятият хляб е основа за много ястия. Можем да го използваме за получаване на крутони за супи и за салати, да приготвим у дома от него галета или да направим една класическа италианска панцанела, тоест салата с домати, зехтин, оцет и подправки. Старият хляб е чудесен и за приготвяне на френски препечени франзелки. Достатъчно е да ги накиснем в панировка от прясно мляко и яйца, а след това да ги изпържим в тиган с малко масло. Друг подходящ избор на ястие е сладка касерола, например от стар хляб хала. Слагаме парчетата от хляб в огнеупорна купа. Поливаме ги със сместа от яйца и прясно мляко, като добавим захар и канела. След това ги печем, докато получат златиста кора. Този десерт от хлебни отпадъци е чудесен и вкусен.

Нов живот за отпадъците в кухнята

Отпадъците от смляното на прах кафе се употребяват за пилинг и подхранване на кожата, като съставка на домашно приготвяни маски за лице и като тор за растения. А вече сварените листа от чай, особено зелен, може да се използват за освежаване на хладилника. Те неутрализират неприятните миризми. Утайката

от чай също е чудесна добавка към торове, тъй като обогатява почвата с хранителни вещества. Подобен ефект имат и черупките от яйца. След старателното им измиване и подсушаване се смилат и се използват като добавка към торовете за зеленчуци в градината. Те са естествен източник на калций.

Нулеви загуби при готвенето – полза за нас и за планетата

Готвенето в духа на нулевите загуби е не само спестяване на пари, но е и стъпка към устойчив начин на живот. Подходящото съхранение, креативният подход към хранителните отпадъци и пълната употреба на хранителните продукти означава, че не само можем да се радваме на вкусни ястия, но така се грижим и за опазване на околната среда. Струва си да започнем с малки положителни промени, да добием навици и постепенно да ги въведем в нашето ежедневие готвене.

Статията се превежда и публикува с любезното съдействие на Полското посолство в София.

Мая Гелева

По сн. „Polish Food“/ пролет 2025

ФНТС ВИ ПРЕДЛАГА КОМПЛЕКСНИ УСЛУГИ:

Специалисти-консултанти за разработване на проекти, свързани с технологични иновации, финансова политика, патентна защита и др.

Федерацията на научно-техническите съюзи ще ви осигури конферентни и изложбени зали, симултанна техника и мултимедия, отлични възможности за провеждане на вашите събития, промоции, коктейли.

Спестете време, средства и енергия като се възползвате от комплексните услуги на Федерацията и удобните зали от 14 до 220 места, в центъра на София.

ЗАПОВЯДАЙТЕ ПРИ НАС!



Зала №4

Зала брой места	Делнични дни				Почивни и празнични дни		
	до 2 часа	до 4 часа	от 4 до 8 часа	от 8 до 12 часа	до 4 часа	от 4 до 8 часа	от 8 до 12 часа
Зала №1 (45 кв. м)	200 лв.	400 лв.	600 лв.	800 лв.	600 лв.	800 лв.	1100 лв.
Зала №2 (40 места)	200 лв.	400 лв.	600 лв.	800 лв.	600 лв.	800 лв.	1100 лв.
Зала №3 (90 места)	300 лв.	500 лв.	800 лв.	1100 лв.	750 лв.	1000 лв.	1200 лв.
Зала №4 (220 места)		800 лв.	1200 лв.	1500 лв.	1000 лв.	1500 лв.	2000 лв.
Зала №105 А (54 места)	200 лв.	300 лв.	500 лв.	800 лв.	550 лв.	800 лв.	1100 лв.
Зала №109 (27 места)	150 лв.	250 лв.	400 лв.	500 лв.	500 лв.	600 лв.	800 лв.
Зала №302 (14 места)	100 лв.	150 лв.	250 лв.	400 лв.	250 лв.	400 лв.	500 лв.
Зала №312 (25 места)	150 лв.	250 лв.	400 лв.	500 лв.	500 лв.	600 лв.	800 лв.
Зала №507 (20 места)	100 лв.	150 лв.	250 лв.	400 лв.	250 лв.	400 лв.	500 лв.



Зала №3

Цените са без ДДС и са в сила от 01. 01. 2025 г.

**София, 1000, ул. „Г. С. Раковски“ №108; www.fnts.bg
Национален дом на науката и техниката
тел: +359 2 987 72 30, e-mail: info@fnts.bg**

ЕК стартира консултация за Директивата за нелоялните търговски практики

През декември 2025 г. Европейската Комисия (ЕК) стартира публична консултация за предоставяне на данни за извършване на оценка на въздействието на Директива (ЕС)2019/633 относно нелоялните търговски практики във веригата за доставки на селскостопански и хранителни продукти. Тя има за цел да защити малките доставчици, когато работят със значително по-големи купувачи и с нея

се забраняват 16 нелоялни търговски практики.

Целта на консултацията е да се съберат мнения, които да послужат на ЕК при изготвяне на оценка на въздействието на Директивата и подготовка на предложение за нейното изменение. Такова предложение се очаква да бъде направено до края на 2026 г.

Оценката е част от набор от мерки, предприети от Комисията

в отговор на опасенията на земеделските стопани относно прилагането на Общата селскостопанска политика, включително преразглеждането на Регламента за общата организация на пазара, стартирането на Обсерваторията на ЕС за селскостопанската и хранителната верига и проучване на механизмите за осигуряване на справедливо възнаграждение за земеделските стопани.

Публичната консултация е със срок до 27 февруари 2026 г. Достъпът до консултацията, както и информацията относно предстоящите дейности по нея могат да бъдат намерени на страницата на Европейската комисия: <https://ec.europa.eu/>

Историческа промяна в хранителната политика на САЩ

На 7 януари министърът на здравеопазването и социалните услуги на САЩ Робърт Ф. Кенеди-младши и министърът на земеделието на САЩ Брук Ролинс представиха новите „Диетични насоки за американците 2025–2030“, които бележат най-голямата промяна във федералната политика по хранене от десетилетия насам.

Съединените щати са изправени пред национална здравна криза. Близко 90% от разходите за здравеопазване се изразходват за лечение на хронични заболявания, голяма част от които са свързани с храненето и начина на живот. Над 70% от възрастните американци са с наднормено тегло или затлъстяване, а почти всеки трети тийнейджър има преддиабет. Хроничните заболявания, обусловени от храненето, вече лишават много млади американци от възможността да служат в армията, което застрашава националната сигурност и ограничава възможностите им за развитие.

Тези насоки ни връщат към основните – заяви министър Кенеди. – Американските домакинства трябва да поставят на първо място пълноценните, богати на хранителни вещества храни – протеини, млечни продукти, зеленчуци, плодове, здравословни мазнини и пълнозърнести храни и драстично да намалят сил-

но преработените храни. Така ще направим Америка отново здрава.

Най-сетне привеждаме хранителната си система в съответствие с подкрепата за американските фермери, животновъди и компании, които произвеждат истинска храна. Фермерите и животновъдите са в основата на решението, а това означава повече протеини, млечни продукти, зеленчуци, плодове, здравословни мазнини и пълнозърнести храни на американската трапеза. – казва министър Ролинс.

Насоките акцентират върху прости и гъвкави препоръки, основани на съвременната наука за храненето:

◆ Поставяйте протеина в центъра на всяко хранене

◆ Консумирайте пълномаслени млечни продукти без добавена захар

◆ Яжте зеленчуци и плодове през целия ден, като се фокусирате върху цели, непреработени форми

◆ Включвайте здравословни мазнини от цели храни като месо, морски дарове, яйца, ядки, семена, маслини и авокадо

◆ Фокусирайте се върху пълнозърнените храни и рязко намалете

The New Pyramid



рафинираните въглехидрати

Ограничете силно преработените храни, добавените захари и изкуствените добавки

◆ Приемайте количествата, подходящи за вас, според възраст, пол, телосложение и ниво на активност

◆ Избирайте вода и неподсладени напитки за по-добра хидратация

◆ Ограничете консумацията на алкохол за по-добро общо здраве

Насоките включват и специално адаптирани препоръки за кърмачета и деца, юноши, бременни и кърмещи жени, възрастни хора, хора с хронични заболявания, както и за вегетарианци и вегани, като по този начин се гарантира хранителна адекватност във всеки етап от живота.

Прочетете повече на <https://realfood.gov>

По <https://www.usda.gov/>

Отворено писмо до медиите

След внесено в Народното събрание на 22 януари 2026 г. от народните представители от БСП – Обединена левица Биляна Иванова и Драгомир Стойнев, по инициатива на министъра на околната среда и водите в оставка Манол Генев, предложение за изменение и допълнение на Закона за управление на отпадъците (ЗУО), според което в страната трябва да се въведе държавна депозитна система за опаковки от напитки, до медиите бе отправен Отворено писмо от няколко браншови организации, в което се казва: Съюзът на пивоварите в България, Асоциацията на производителите на безалкохолни напитки в България и Сдружението за модерна търговия изразяваме категоричната си позиция срещу законопроекта и начина, по който е внесен. Недопустимо е национално значим и мащабен проект, който засяга хиляди бизнес оператори и всички потребители, да се прокарва в условията на политическа криза и без абсолютно никаква обосновааност, диалогичност със задължената индус-

трия, заинтересованите страни и широката общественост. Самият факт, че подобно скандално предложение се подава в последния момент, без прозрачност, без оценка на въздействие и без публични консултации поражда основателни съмнения за нелоялни и корупционни практики...

Законопроектът предвижда бизнесът и гражданите да платят за изграждането и поддържането на депозитна система, която да бъде национализирана, поставяйки държавата в удобната позиция да се разпорежда с всички финансови и материални потоци и да контролира сама себе си. Тази конструкция нарушава европейския Регламент ЕС 2025/40 за опаковките и отпадъците от опаковки – законодателство с директно приложение в страните-членки на ЕС, което изисква системата да се управлява от независимо юридическо лице. Нещо повече, заложено е дори одържавяване (експроприация) на частни активи – стъклените бутилки за многократна употреба, които са активи на производители-



те на напитки и възлизат на милиони евро, ще станат собственост на държавния депозитен оператор... Ето защо нашият апел към депутатите от 51-то Народно събрание, парламентарната

Комисия по околната среда и водите, Комисията по европейските въпроси и контрол на европейските фондове, Комисията по икономическа политика и иновации, Комисията по регионална политика, благоустройство и местно управление, Комисията по земеделието, храните и горите, ръководството на МОСВ и всички други компетентни институции, е законопроектът за ЗИД на ЗУО №51-654-01-8/21.01.26 категорично да бъде отхвърлен незабавно и в цялост – призовават браншовите организации.

Пълният текст може да прочетете на <https://www.bsda-bg.org/otvoreno-pismo>



За четвърта поредна година Кока-Кола ХБК в България получи международното признание Top Employer от глобалния авторитет в HR сертификацията - Top Employers Institute. Отличieto потвърждава стремежа на компанията за осигуряване на устойчиво и високоефективно работно място.

„Да бъдем отличени като Top Employer за четвърта поредна година е значимо признание за последователните ни усилия да изграждаме култура, в която хората се чувстват ценени, подкрепени и мотивирани да растат. Статутът на Top Работодател за 2026 г. отразява ангажимента ни в Кока-Кола ХБК България към изграждане на изключителна работна среда и силно съответствие между стратегията за хората и бизнес целите“, сподели Мая Цанкова, директор „Хора и култура“ в компанията.

Международната независима организация Top

Кока-Кола ХБК е сред най-добрите работодатели у нас

Employers Institute е специализирана в проверката, оценката и сертифицирането на компании с отлични работодателски практики. До момента институтът е сертифицирал над 2 500 компании в 131 държави и региони.

Кока-Кола ХБК последователно инвестира в развитието както на своите служители, така и на младите хора, като ги подкрепя в подготовката им за устойчив и успешен кариерен път. Чрез програмата #YouthEmpowered компанията осигурява достъп до обучения, практически предизвикателства и менторска подкрепа, като от 2017 г. досега в България са се възползвали близо 36 000 младежи. Програмата достига до ученици, студенти и млади професионалисти от цялата страна, а чрез партньорства с университети и образователни организации екипът на Кока-Кола ХБК в България разширява нейния обхват и устойчиво въздействие.

С поредното признание Top Employer Кока-Кола ХБК затвърждава позицията си на отговорен и предпочитан работодател, който поставя хората в центъра на своята стратегия, стреми се да изгражда устойчива, мотивирана и конкурентоспособна работна среда с дългосрочна стойност.

Оптимални екологични, биохимични, технологични и микробиологични показатели на плодови сокове от ябълки и череши от регион Кюстендил, България

д-р Антон Сотиров, д-р Светослав Йорданов

Резюме

Това изследване разглежда екологичните, биохимичните, технологичните и микробиологичните показатели на плодови сокове от ябълки и череши, произведени в две малки предприятия в региона Кюстендил, България, който е традиционен регион за овощно отглеждане със стратегическо значение за местната хранителна индустрия. Използвайки различни дигитални инструментални методи, изследването анализира хранителната стойност, сензорните качества и стандартите за безопасност на студено пресовани, пастьоризирани сокове от различни сортове ябълка и череша. Резултатите потвърждават, че висококачественият сок трябва да поддържа оптимални съотношения между захари и киселини (Brix/pH), съдържание на минерални соли и електрическа проводимост, като същевременно е свободен от замърсители като тежки метали, радиация, нитрати, нитрити и микробни патогени. Предлагат се оптимални технологични условия за производствени линии за сок и за двата плода. Освен това резултатите показват, че първоначалното микробно замърсяване обикновено се причинява от обработка след прибиране на реколтата, което подчертава значението на хигиената в преработвателната среда. Изследването предоставя полезни критерии и показатели за качество за подобряване на производството на сокове по отношение на потребителската безопасност, сензорното възприемане и рентабилността.

Ключови думи: сокове, екология, технология, биохимия, микробиология

Optimal ecological, biochemical, technological and microbiological indicators of the apple and cherry fruit juices from the region Kyustendil, Bulgaria

Dr. Anton Sotirov – Chief Assistant
Institute of Agriculture-Kyustendil, Agricultural Academy, 2500 Kyustendil, Str. "Sofiysko Shosse", Department of "Agrotechnics, Plant Protection and Economics of Cultivated Plants", tel.: (078) 522612/243, e-mail: a_sotir@iz-kyustendil.org

Dr. Svetoslav Yordanov – Specialist
National Centre of Infectious and Parasitic Diseases (NCIPD), 1000 Sofia, Blvd. "Yanko Sakazov" №26

Summary

This study examined the ecological, biochemical, technological, and microbiological indices of apple and cherry juices produced in two small enterprises at the Kyustendil region of Bulgaria, which a traditional fruit growing region of strategic importance for the local food industry. Using a range of digital instrumental methods, the study analysed the nutritional value, sensory qualities and safety standards of cold-pressed, pasteurized juices from apple and cherry varieties. The results confirm that high-quality juice must maintain optimal ratios between sugars and acids (Brix/pH), mineral salt content and electrical conductivity, while being free of contaminants such as heavy metals, radiations, nitrates, nitrites and microbial pathogens. Optimal technological settings for juice production lines are proposed for both fruits. In addition, the findings indicate that initial microbial contamination is usually caused by post-harvest processing, highlighting the importance of hygiene in the processing environment. The study provides useful benchmarks and quality benchmarks to improve juice production in terms of consumer safety, sensory reception and cost-effectiveness.

Keywords: juices, ecology, technology, biochemistry, microbiology

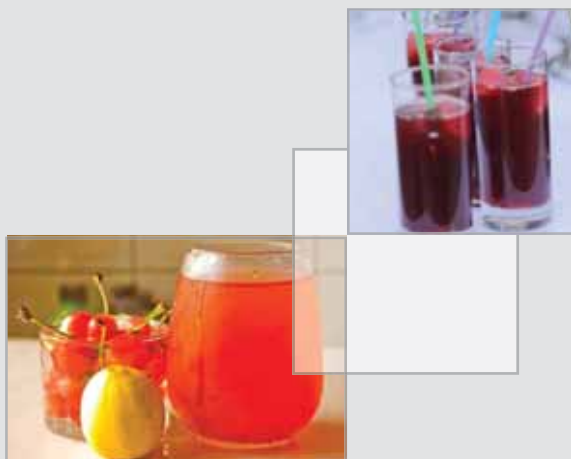


Таблица 9. Някои екологични показатели на сок от ябълки.

Table 9. Some ecological indicators of the apple juice.

Radioactivity apples, $\mu\text{Sv/h}$	Radioactivity apple juice, $\mu\text{Sv/h}$	Common radiation background, $\mu\text{Sv/h}$	Nitrate, (NO_3^-), mg/l	Nitrite, (NO_2^-), mg/l	Manganese, Mn, mg/l	Zink, Zn, mg/l	Lead, Pb, mg/l	Arsenic, As, mg/l	Iron, Fe, mg/l	Total, Cu, mg/l
0.13	0.12	0.14	0.00	0.00	2.00	1.00	0.00	0.00	<1.00	<0.05

Източник: собствени данни

Таблица 10. Някои екологични показатели на сок от череши.

Table 10. Some ecological indicators of the cherry juice.

Radioactivity cherries, $\mu\text{Sv/h}$	Radioactivity cherry juice, $\mu\text{Sv/h}$	Common radiation background, $\mu\text{Sv/h}$	Nitrate, (NO_3^-), mg/l	Nitrite, (NO_2^-), mg/l	Manganese, Mn, mg/l	Zink, Zn, mg/l	Lead, Pb, mg/l	Arsenic, As, mg/l	Iron, Fe, mg/l	Total, Cu, mg/l
0.14	0.14	0.16	0.00	0.00	0.00	2.00	0.00	0.00	<1.00	<0.05

Източник: собствени данни

доза за възрастен.

Сокът и на двата вида плодове трябва да е екологично чист. Измерват се колкото се може повече екологични показатели. Това са тежки метали като олово, токсични елементи като арсен, нежелани вещества или забранени от регулаторни документи като нитрати и нитрити, радиоактивност на плодове и горски плодове. Някои метали като цинк или алуминий, желязо и мед също се измерват, поради металната опаковка, която понякога се използва в консервната индустрия. Сокът трябва да съдържа тези метали в количества, определени от референтни данни като нормални за съответния плод, и те не надвишават дневната човешка доза.

Заклучение

Това изследване предоставя научнообосновани препоръки и критерии, които могат да подкрепят предприятията в преработвателната индустрия в оптимизирането на технологичните процеси и постигането на устойчиво производство на висококачествени плодови сокове.

Въз основа на проведените изследвания могат да се направят следните изводи и заключения:

1. Качествените сокове от ябълки и череши трябва да отговарят на определени екологични, технологични, биохимични и микробиологични показатели, гарантирайки тяхната дълготрайност, безопасност, хранителна стойност и органолептични качества.

2. Оптималните съотношения между захарите и киселинността са критични за вкуса и приемането от потребителите. За ябълков сок най-доброто съотношение е $\text{Brix/pH} = 4\text{--}4.5$, а за черешов сок $\text{Brix/pH} = 4.0\text{--}5.5$.

3. Измерената електрическа проводимост (ЕС), общите разтворени твърди вещества (TDS) и съдържанието на сол (Salt), показват стабилни връзки и са важни за възприятието на вкуса и качеството на сока. Оптималното съдържание на сол не трябва да надвишава 0.1%.

4. Микробиологичните изследвания показват, че

първичното замърсяване на плодовете е минимално и обикновено се дължи на човешка намеса при бране, транспорт и обработка. Затова стриктното спазване на санитарните и хигиенните изисквания през цялата верига на обработка е от съществено значение.

5. Изследването потвърждава, че добрите технологични параметри за производство включват студено пресоване, пастьоризация при $85\text{--}90^\circ\text{C}$ за 90 секунди, оптимална скорост и налягане на машините, както и хомогенизация, което допринася за запазването на хранителната стойност и качествата на сока.

6. Соковете са определени като екологично безопасни, тъй като не съдържат радиация, тежки метали, нитрати и нитрити в количества над допустимите норми. Параметри като арсен, олово, манган, цинк и други са в приемливи граници или отсъстват.

7. Добавянето на L-аскорбинова киселина (витамин С) подобрява антиоксидантните свойства на сока и помага за намаляване на образуването на пикочна киселина.

За контакт с авторите:

Д-р Антон Сотиров, главен асистент; Институт по земеделие-Кюстендил, Селскостопанска академия, 2500 Кюстендил, ул. „Софийско шосе“, Отдел „Агротехника, растителна защита и икономика на културните растения“, тел.: 078 522612/243, e-mail: a_sotir@iz-kyustendil.org

Д-р Светослав Йорданов, специалист

Национален център за инфекциозни и паразитни болести (НКИПД), 1000 София, бул. „Янко Сакъзов“ №26

ЛИТЕРАТУРА

1. Aleksandrova, D., G. Zsivanovits, Z. Rankova, S. Malchev, S. Gandev (2019) Effect of chitosan edible coating on sweet cherry post-harvest storage pathogens. 3rd Biosystem and Food Engineering conference, BiosysFoodEng 2019, Proceedings, ISBN 978-963-269-878-6.

2. 17) Vitamin C supplementation and serum uric acid: A reaction to hyperuricemia and gout disease. PharmaNutrition, 5 (2), 47-51.

3. Borisova-Krumova, A., A. Zdravkova, V. Petrova, D. Todorova, D. Sotirov, I. Krishkova, S. Krumov, S. Dimitrova. 2021. International year of fruits and vegetables. Our accent

- ⇒ on cherry and sour cherry. *Nauka*, 5, 68-72.
4. Campeanu, G., G. Neata, G. Darjanschi (2009) Chemical Composition of the Fruits of Several Apple Varieties Growth as Biological Crop, *Notulae Botanicae Horti Agrobotanici Cluj-Napoca*, 37 (2), 161-164.
 5. Celik, F., M. Gundogdu, S. Alp, F. Muradoglu, S. Ercişli, M. Gecer, I. Canan (2017) Determination of Phenolic Compounds, Antioxidant Capacity and Organic Acids Contents of *Prunus domestica* L., *Prunus cerasifera* Ehrh. and *Prunus spinosa* L. Fruits by HPLC, *Acta Chromatographica*, 29 (4), 1-4.
 6. Christov, D. Serbezova, A. Stoeva (2018) Bulgarian old local sweet cherry varieties. III International Symposium on Horticultural Grop Wild Relatives 15-17 October, 2018, Plovdiv, Bulgaria. *ActaHortic.* 1259.13 71-76).
 7. Council Directive 2001/112/EC on fruit juices and certain similar products, intended for human Consumption, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/ALL/?uri=CELEX%3A32001L0112>
 8. Domozetova, D. D., I. S. Radomirska (2017) Growth and reproductive behavior of nine sweet cherry cultivars grafted on two vegetative rootstocks. *Acta Hortic.*, 1161, 293-298.
 9. Dushkova, M., K. Mihalev, A. Dinchev, K. Vasilev, D. Georgiev, M. Terziyska. (2022) Concentration of Polyphenolic Antioxidants in Apple Juice and Extract Using Ultrafiltration. *Membranes*, 12, 1032. <https://doi.org/10.3390/membranes12111032>.
 10. Eiselea, T., S. Drakeb (2005) The partial compositional characteristics of apple juice from 175 apple varieties. *Elsevier, Journal of Food Composition and Analysis*, (18) 213–221.
 11. Ercolescu, M. (2023) Evaluation of some apple varieties from the national collection from rsgf Voinești. *Fruit Growing Research*, 39, 29-33.
 12. Gandev, S., D. Serbezova (2019) Performance of the Apple Cultivars 'Braeburn' and 'Granny Smith' on M9 Rootstock, Trained to the Systems Slender Spindle, Solen and Vertical Axis, ATINER's Conference Paper Proceedings Series AGR2017-0128 Athens, 18 January 2019 ISSN: 2529-167X.
 13. Georgiev, V. M. Borovinova, A. Koleva (2015) Sweet Cherry, *Eds. Sofia-Zemizdat*, 352 pp.
 14. Gheorghie, C., N. Gabriela, D. Gina (2009) Chemical Composition of the Fruits of Several Apple Cultivars Growth as Biological Crop, *Not. Bot. Hort. Agrobot. Cluj* 37 (2), 161-164.
 15. Guyslain, M. N., L.N. Oscar (2020) Quality Control of Juices Produced in Democratic Republic of Congo and Marketed in Lubumbashi. *Food and Nutrition Sciences*, 11, 255-261.
 16. Hagee, H., B. Benedict, K. Simpkins, D. Anderson, N. Sink (2015) Apple juice portfolio. South West Virginia Governor's School, 13 pp.
 17. Hermann, K., U. Bordewick-Dell (2017) Fructose in different apple. Implications for apple consumption in persons affected by fructose intolerance, *Science & Research, Ernährungs Umschau*, 65 (3), 48–52.
 18. Iurea, E., S. Sîrbu, M. Corneanu, I.E. Golache, I. Mineață, I. Ungureanu, (2022) Assessment of sweet cherry cultivars obtained at research station for fruit growing iasi, Romania. *Fruit Growing Research*, 38, 2022, 45-49.
 19. Jiaxiu Li, Chunling Zhang, Hui Liu, Jiechao Liu, Zhonggao Jiao (2020) Profiles of Sugar and Organic Acid of Fruit Juices: A Comparative Study and Implication for Authentication. *Hindawi Journal of Food Quality*, Article ID 7236534, 11 pp., <https://doi.org/10.1155/2020/7236534>.
 20. Kabadzhova, M., I. **Krishkova** (2022) Evolution of apple production in the post-macrosocial transformation period. In: *Innovative development of agricultural business and rural areas*, Publishing Complex-UNWE, Sofia, 234-242 (2022).
 21. Kabadzhova, M., N. Dimitrov (2024) The effect of the drying method on quality features of three apple cultivars. *Journal of Mountain Agriculture on the Balkans*, 27(2), 275-295.
 22. Khan, S., Z. Iqbal, Ubairah, A. Khan, F. Shah, S. Abid (2017) Nutritional and Microbial Evaluation of Commercial Apple Juices Available in Market of Peshawar City, *Global Journal of Medical Research: L Nutrition & Food Science*, 17 (1), 16-20 (2017).
 23. Massaguer, P., A. Silva, R. Chaves, I. Jr. (2014) Gressoni, Fruits and Vegetables/Fruit and Vegetable Juices, *Encyclopedia of Food Microbiology (Second Edition)*, 992-999.
 24. Militaru, M., E. Mareși, M. Paraschiv (2023) Evaluation of cider apple cultivars grown in fruit growing ecosystem mărcăneni. *Fruit Growing Research*, 39, 34-41.
 25. Onivogui, G., H. Zhang, E. Mlyuka, M. Diaby, Y. Song (2014) Chemical Composition, Nutritional Properties and Antioxidant Activity of Monkey Apple (*Anisophyllea laurina* R. Br. ex *Sabine*), *Journal of Food and Nutrition Research*, 2 (6), 281-287.
 26. Pearlmutter, D. (2024) *Drop Acid*. Little Brown and Company, New York, USA, 285 p. (2024).
 27. Persic, M., M. Mikulic-Petkovsek, A. Slatnar, R. Veberic (2017) Chemical composition of apple fruit, juice and pomace and the correlation between phenolic content, enzymatic activity and browning, *Elsevier, LWT - Food Science and Technology*, 82, 23-31.
 28. Radomirska, I. S., D. D. Domozetova (2017) Influence of heading heights of the tree leader on growth and fruiting of sweet cherry. *Acta Hortic.* 1161.
 29. Russo, E., G. Leoncini, P. Esposito, G. Garibotto, R. Pontremoli, F. Viazzi (2020) Fructose and uric acid: Major mediators of cardiovascular disease risk starting at pediatric age. *International Journal of Molecular Sciences*, 21(12), 4479.
 30. Ryan, R. (2014) Safety of Food and Beverages: Soft Drinks and Fruit Juices, *Encyclopedia of Analytical Science (2nd edition) Encyclopedia of food safety*, 360-363.
 31. Sadecka, J. Polonsky (2005) Food and Nutritional Analysis/Soft Drinks, *Encyclopedia of Analytical Science (2nd edition)*, 272-279.
 32. Silva, V., S. Pereira, S. Vilela, E. Bacelar, F. Guedes, C. Ribeiro, A. Silva, B. Gonçalves (2021) Preliminary Insights in Sensory Profile of Sweet Cherries. *Foods*, 10 (3), 612.
 33. Sorică, C., V. Vlăduț, M. Vintilă, E. Sorică, M. Cristea, L. Vlăduțoiu, A. Pruteanu (2022) Aspects regarding the preservation of liquid food products using the sterilization process based on direct heating steam infusion. *Fruit Growing Research*, 38, 221-226.
 34. Sotirov, A. (2024) Statistical Approach in Juice Technology. *International Journal of Scientific Development and Research (IJS DR)*, 9 (2): 761-770, ISSN: 2455-2.
 35. Sotirov, A., N., Glavev, D. Sotirov, S. Dimitrova, N. Pistalov, V., Sotirov, K. Sotirov (2021) Agro-ecological and technological quality of some apples. *Journal WSEAS Transactions on Environment and Development* 17, 56-65.
 36. Stan, A., E. Mareși, M. Chivu, B. Mădălina, (2023) Fruits Quality of Some Sweet Cherry Cultivars in Correlation With Consumer Preferences. *Fruit Growing Research*, 39, 54-61.
 37. Szpadzik, E., T. Krupa, K. Molska-Kawulok, S. Przybyłko, Fruit Quality and Contents of Some Bioactive Compounds in Selected Czech Sweet Cherry (*Prunus avium* L.) Cultivars under Conditions of Central Poland. *Agriculture* 12(11): 1859 (2022).
 38. Toselli, M., R. L. Perry, J. A. Flore (2011) Evaluation of nitrate-N leaching from lysimeter-grown bearing apple trees. *Soil science*, 176, 280-287.
 39. Toselli, M., M. Thalheimer, M. Tagliavini (2004) Leaf uptake and subsequent partitioning of urea-N as affected by the concentration and volume of sprqy solution abd by the shoot leaf position in apple (*Malus domestica*) trees. *Journal of Horticultural Sscience and Biotechnology*, 79 (1), 97 – 100.
 40. Vavoura, M. V., A. V. Badeka, S. Kontakos, M. G. Kontominas (2015) Characterization of four popular sweet cherry cultivars grown in Greece by volatile compound and physicochemical data analysis and sensory evaluation. *Molecules*, 20 (2), 1922-40.
 41. Włodarska, K., K. Pawlak-Lemańska, T. Górecki, E. Sikorska (2017) Classification of commercial apple juices based on multivariate analysis of their chemical profiles, *International Journal of Food Properties*, 20 (8), 1773–1785.
 42. Yinrong, L., F. Yeap (1998) Constitution of some chemical components of apple seed. *Food Chemistry, Elsevier*, 61 (1/2), 29-33.



Заместител на плодовите конфитюри

През януари британският стартап Messyface представя своята гама полезни конфитюри, с която се надява да превземе щандовете за сладка в страната.

Брандът предлага свеж поглед към Тахан Пекмез (Tahin Pekmez), традиционен турски конфитюр, направен от гроздова меласа и тахан на сусамова основа. Това сладко може да се превърне в алтернатива както на конфитюра, така и на фъстъченото масло, тъй като е подходящо за редица приложения за закуска и приготвяне на тестени изделия, включително за намазване на хляб.

Според представители на бранда текстурата на изделието наподобява карамел, а опиталите го „не могат да повярват“, че е произведено единствено от грозде и сусамово семе.

Когато Алекс Ъпстийн, основател на Messyface, открива Тахан Пекмез в малко турско магазинче в Нидерландия, той веднага решава да намери начин да популяризира тази смес от семена и плод сред широката аудитория.

Останах възхитен от простотата на рецептата, от факта, че това беше един богат на фибри продукт, носител на автентичното наследство на световната кухня, предлагащ естествена плодова сладост, без да разчита на каквито и да било рафинирани захари, палмови масла или синтетични стабилизатори, подсладители и сгъстители – споделя той. – Моята идея беше да промотирам 'удоволствието от тахана', като го позиционирам в една по-масова форма, позволяваща използването му върху хляб, в овесена каша, в смутита и всякакви домашни печива.

Продуктът дебютира в три варианта: оригинален, направен единствено от меласа и тахан; лешник, в който са добавени печени лешници; и лешник какао, допълващ варианта лешник със 100% какао на прах.

Освен че са веган и безглутенови, конфитюрите се вписват в две от най-актуалните в наши дни тенденции при храните: богати на фибри продукти и естествено подсладени опции, които не съдържат рафинирани захари, всичко това на фона на масовия отказ на потребителите от свръхпреработените храни.

Нова гама костни бульони за готвене

Играчът на британския пазар на костни бульони Freja анонсира нова линия Cooking Bone Broth, разработена специално за кулинарни приложения. Продуктовата гама идва в отговор на проучвания на потребителските нагласи, показващи засилено търсене на силни и ароматни бульони, подходящи за ежедневното готвене и разкриващи нови възможности пред любителите-готвачи.

Бульонът, предлаган в два варианта: Rich Chicken и Rich Beef, бележи първия опит на Freja да лансира продукт, специално създаден за кулинарна употреба, а не за пряка консумация.

Нашата мисия е да помогнем на колкото е възможно повече хора да се насладят на ползите от костния бульон в своето ежедневие – коментира Джесика Ледър, основателка на Freja. – Гама Cooking Bone Broth позволява на потребителите да включват по-често костния бульон във всекидневните си ястия, докато старите костни бульони остават на разположение на онези, които обичат да ги пият.



Основните характеристики на Cooking Bone Broth включват:

- ◆ Разработен специално за готвене: Формулата е направена така, че да осигурява по-богат и силен ароматен профил, което прави изделието идеално за супи, яхнии и сосове.

- ◆ Традиционни съставки: Направен от истински кости, месо, зеленчуци, билки и подправки, бульонът не допуска компромиси с качество то и хранителната стойност.

- ◆ Хранителни ползи: Всяка 350-милилитрова торбичка съдържа 8-10 грама протеин и 3-5 грама колаген, с което добавя хранителна полезност към вкуса и аромата.

- ◆ Достъпност: Предлаганият на цена от 3,50 паунда Cooking Bone Broth е позициониран като достъпен ингредиент за ежедневно готвене.

Бульоните Rich Chicken и Rich Beef са направени от месо съответно от свободно отглеждани пилета и пасищно отглеждани говеда, което подчертава ангажимента на бранда към поддържането на качеството и гарантирането на устойчивостта.

<https://www.foodbev.com/>



НБСХС
НАЦИОНАЛЕН БРАНШОВИ СЪЮЗ
НА ХЛЕВАРИТЕ И СЛАДКАРИТЕ

София,
ул. "Бачо Киро" 5 вх. А,
ет. 6, ап. 25
тел: +359 888 398799,
ел: +359 889 494040
e-mail: office@nbabc.bg
<https://nbabc.bg/bg>



Lactina
ОРИГИНАЛНИ
БЪЛГАРСКИ ЗАКВАСКИ
И ПРОБИОТИЦИ

www.lactina-ltd.com

Милмекс ООД

Производство
на захарни
и шоколадови
изделия,
диетични
и диабетични
продукти



2227 Божурище
бул. Европа 156
тел.: 02 993 2900
факс: 02 993 3225
e-mail: milmex@mail.bg; info@milmix.eu
www.milmex.eu

ОЦВЕТИТЕЛИ
Натурални / Синтетични (Водо / Масло
разтворими) - (Роха - Испания).

АРОМАТИ
Емулсии / Базис (Пълна гама).

ФУНКЦИОНАЛНИ СЪСТАВКИ:
Специални соли, Киселини, Цитрати, др.
(Jungbunzlauer - Австрия).

Консерванти, Подсладители,
Витамины, Масла др.

office@orion-vm.com
www.orion-vm.com
тел.: 0335 948 96
ул. Крайречна №4
Карлово 4300




Сдружение на
производителите на
растителни масла и
преработватели на
маслодайни култури в
България

София, бул. Витоша № 47, ет. 2, ап. 7
Телефон: 02/ 989 24 08
E-mail: sunoil@sunoil-bg.org
<https://sunoil-bg.org/>



**Адвокатската кантора
по храните**

- Текущо правно обслужване на хранителни фирми
- Консултации за съответствие с хранителното законодателство
- Договори. Етикетирание. Хранителни добавки
- Представителство пред БАБХ, КЗП и др.
- Съдебни спорове

Тел. 0988 344 360
Viber: 0988 344 360
E-mail: info@foodlawfirm.bg



**Съюз на
пивоварите
в България**
(СПБ) е представителната
организация на
производителите на бира,
малц и хмел в страната и
доставчици на суровини,
материали и оборудване.

<https://pivovari.com/>

aromsa

ЕООД „Д-р Грозева - АРОМСА“

Предлага
аромати - овкусителители за:
млечна промишленост;
сладкарски изделия;
консервирани храни;
производство на snacks и чипс.

Пловдив, ул. „Младежка“ 40
тел./факс: 032/ 64 62 85;
032/ 64 62 86
GSM: 088/ 762 94 11
e-mail: boiang@abv.bg
www.aromsa.net




АСОЦИАЦИЯ НА
ПРОИЗВОДИТЕЛИТЕ
НА БЕЗАЛКОХОЛНИ
НАПИТКИ В БЪЛГАРИЯ

1202, София
ул. „Цар Симеон“ 82, вх. В
Тел.: 02 983 24 22, 02 983 26 87
E-mail: bsda@techno-link.com
<http://www.bsda-bg.org>



“Храни и напитки
България”

Сдружение
на производители на
храни и напитки
в България

www.fooddrink.bg/bg



Coca-Cola
НВС

www.coca-cola.com/bg



**Университет
по хранителни
технологии**

Основен център за обучение в областта на хранителната наука и технологиите, единствен по рода си на Балканския полуостров.

- Технологичен факултет
- Технически факултет
- Стопански факултет
- Департамент по езиково обучение, физическо възпитание и спорт

4002 Пловдив, бул. Марица 26
<https://uft-plovdiv.bg/>



Кулинарно Майсторство
ОТ 1991

Централен офис:
6300 Хасково, бул. "Съединение" 86
Тел.: 038 66 11 67 ; 038 66 11 68 ; Факс: 038 536 901
✉ deroni@deroni.com www.deroni.com



Производство на висококачествени месни продукти и деликатеси – филе, колбаси, сушени деликатеси, шунка, кренвирши, бекон и др.

www.tandem.bg



Професионална гимназия по хранителни технологии и техника

Подготовка на кадри за хранително-вкусовата промишленост, фармацевтията и козметичната индустрия

Пловдив, бул. „Васил Априлов“ №156
Директор – 032/ 95 28 38
Зам.-директори – 032/ 39 83 98
Техн. секретар – 032/ 95 50 18
pghtt_plov@pghtt.net, info-1690472@edu.mon.bg
<https://www.pghtt.net/>



Хлебопроизводство и сладкарство ЕООД - Троян

Производство на хляб и хлебни изделия, козунаци, погачи, гюнерпитки

гр. Троян, п.к.5600
ул. Ген. Карюв №387
факс: 0670 62518
e-mail: troyahleb@abv.bg
тел. за заявки: 0670 62762
моб. тел.: 0884 851 478



Производство на месни кулинарни заготовки – порционирани, замразени, готови за директно влагане, с насоченост конвектомати, скари и фритюри в търговски вериги. ISO 9001:2008.

Варна, ул. „Лиляна Ставрева“ 8,
Произв. база: бул. „Хр. Смирненски“ № 33,
тел.: 052/511 479; 511 480;
тел/факс:052/511 437



Институт по консервиране и качество на храните - Пловдив

Приложни изследвания, консултации и обучения, свързани с дейността на ХВП

4003 Пловдив
бул.Васил Априлов 154
+359 32 94 21 09
<http://www.canri.org>



Мелифера АД

Медът е една от най-старите суперхрани, всички наши оригинални продукти са базирани на него

София бул. Шипченски проход 6,
E-mail: shop@melligel.com
Тел.: +359 2 971 2042
www.melligel.bg

„ЗЕНА“ ООД

Пълна гама санитарни помпи от неръждаема стомана, устройства за обливане и миене, бъркалки. Пълна гама арматура и принадлежности от неръждаема стомана. Пластмасови блок форми за сирене. Хомогенизатори и сепаратори.



6300 Хасково,
пл. Общински 5
тел./факс: 038/ 626 042
склад тел.: 038/ 620 256
e-mail: zena@zena-bg.com; www.zena-bg.com



Булгар Лук ООД

сушени зеленчуци и подправки

www.bulgarluk.com

Кремио ЕАД



Производство на мляко и млечни продукти

www.myday.bg



Производство на медени сладки, бисквити, курабии и други

e-mail: medovina_ltd@abv.bg
www.medovina.bg



ГАБРОВСКИ ПЕСТИЛ
ОТ СИНИ СЛЪЗВИ

СЪЗДАВАМЕ ЕМОЦИЯ!

Марино България ЕООД
гр. Габрово, ул. Батак 31
0887 395 208 • info@gabrovskipestil.com
gabrovskipestil.com



FOODTECH

17-21 ФЕВРУАРИ | 2026

МЕЖДУНАРОДНА ИЗЛОЖБА ЗА ХРАНИ И НАПИТКИ,
ОПАКОВКИ, МАШИНИ И ТЕХНОЛОГИИ

