

Новости

Топ 5 тенденции
в сладкарството –
есен/зима



Хранителните
компани –
структура и
оцеляване

Малкият бизнес
и борбата с
хранителните
измами

Опаковки за
поколение Z

Българският
пчелен мед на
световната карта

Храни и наука



Съдържание

Година LXXIV
Брой 6/2025

Интелигентни технологии за обществено здраве – нови хоризонти в безопасността на храните	6
Новости	11, 14, 19, 21, 24, 25, 28, 30
Топ 5 тенденции в сладкарството за есен/зима 2025	12
Хранителните компании – структура и оцеляване	15
Инвестират \$1,9 млн. в бяла риба на растителна основа	16
Малкият бизнес и борбата с хранителните измами	17
Пребиотични фибри за стомашно-чревно здраве	20
Опаковки за поколение Z	22
Стимулиране на иновациите в технологии за ферментация	26
Проект за действие за конкурентни и устойчиви хранителни системи	27
Българският пчелен мед на световната карта	29
„Магия ли е българската храна“	31
УХТ ще обучава студенти на ново международно ниво	32
Бисфенол А и бисфенолни производни – забрана, дерогация и преходни периоди	34
За един весел Хелоуин!	40
Бизнессправочник	41



*Фирми, представени
в броя:*

АРСТ

Готи

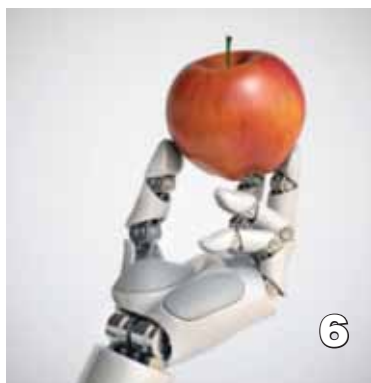
Грант Аксес

interpack

Интер Експо Център

КООП ХВП

ФНТС



6



12



17

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**

ХВП®

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 Technologi -
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,**

Едва ли в човешката история е имало време като днешното – една силно развита технологично цивилизация и един първично, да не кажа примитивно мислещ политически елит в световен план, убеден, че въпросите трябва да се решават със сила. Е, тук там има някои изключения... А трябва да прибавим и климатичните промени, независимо от какво са предизвикани.

Но въпреки това непредсказуемо бъдеще, има един отрасъл в света, който задължително трябва да работи. Защото без него нито политици, нито IT гении могат да съществуват – хранителната и питейна индустрия. И в този объркан свят ХВП трябва активно да се приспособява към всичко това, защото все пак на масата трябва да има нещо за хапване и пийване.

Започвам с тези мисли, за да Ви подсказва, че в този брой ще намерите доста материали, посветени именно на необходимостта от бърза и адекватна реакция от страна на фирмите на динамично променящите се условия и претенции на глобалния хранителен пазар.

Разбира се, предлагаме и много страници с новости от света на нашата индустрия, малко наука с практическа насоченост и подсещане, че е време за Националния конкурс за най-добра опаковка „Приз Пак 2025“ и съпътстващата го научно-практическа конференция, посветена на опаковките. Очакваме вашите заявки за участие в Конкурса и за посещение на Конференцията, която ще е на 30 октомври. Повече ще научите в броя и на сайта ни – www.fpim-bg.org.

С информацията, че абонаментната ни кампания е открита, при същата **цена, както миналата година!** и пожелание за приятно четене и по-активно партньорство със списание ХВП, нашият екип Ви пожелава добро здраве и успешен бизнес!

Петко Делибеев
гл. 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 79,00 лв. (40 €)

Content

Year LXXIV
Issue 6/2025

Smart technologies for public health – new horizons in food safety	6
News	11, 14, 19, 21, 24, 25, 28, 30
Top 5 confectionery trends for fall /winter 2025	12
Food companies – structure and survival	15
Investing \$1.9 million in plant-based white fish	16
Small business and the fight against food fraud	17
Prebiotic fiber for gastrointestinal health	20
Packaging for Generation Z	22
Stimulating innovation in fermentation technologies	26
Action Project for Competitive and Sustainable Food Systems	27
Bulgarian honey on the world map	29
“Is Bulgarian food magic?”	31
UFT will educate students at a new international level	32
Bisphenol A and bisphenol derivatives – ban, derogation and transitional periods	34
For a Merry Halloween!	40
Businessguide	41



Companies represented in the issue:

ARST
FPI Cooperative
FSEU
GHOTI
Grant Access
interpack
Inter Expo Center



20



22



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

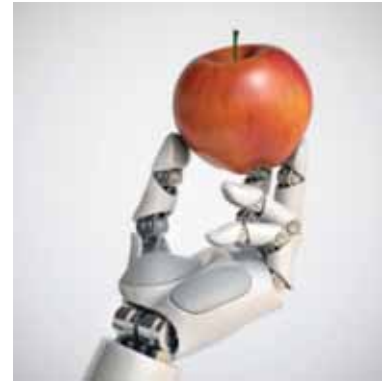
Новите работни места изискват нови умения, а недостигът на квалифицирани кадри засилва конкуренцията. Необходими са иновативни стратегии за набиране и задържане на кадри. Младите таланти търсят смисъл, развитие и модерна работна среда.

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

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



Интелигентни технологии за обществено здраве – нови хоризонти в безопасността на храните



Центърът за оценка на риска по хранителната верига (ЦОРХВ) представя обобщение на актуално международно научно проучване под горното заглавие, публикувано в престижни научни платформи. Изследването е дело на екип учени от Канада, САЩ, Англия, Казахстан и Кувейт. Основната му цел е да анализира ролята на интелигентните технологии за общественото здраве и тяхното приложение за подобряване на безопасността на храните. (Liberty, 2025)

Настоящият материал обобщава основните констатации от изследването, като поставя акцент върху възможностите за тяхното адаптиране и практическо приложение в условията на България.

1. Въведение

Храната има основно значение за човешкото оцеляване, но в съвременния глобализиран свят безопасността ѝ е сериозно застрашена. Годишно над 600 милиона души страдат от заболявания, свързани с храни, което води до около 420 000 смъртни случая, като най-засегнати са децата под петгодишна възраст. Тези числа говорят за няколко основни проблема:

Дълбока криза в световната хранителна система: Глобалното производство, преработка, дистрибуция и консумация на храни са изправени пред сериозни предизвикателства – масови случаи на замърсяване на храни, увеличен брой заболявания с хранителен произход, липса на прозрачност относно произхода на храната и чести проблеми с безопасността.

Сложни протоколи за безопасност: Правилата и процедурите за гарантиране на безопасността на храните често са твърде многобройни, тромави и трудни за прилагане. Съществуват множество проверки, сертификати, лабораторни тестове и етапи, които обаче не винаги са ефективно свързани помежду си.

Фрагментирани протоколи: Различните държави, агенции, компании и дори вътрешни отдели работят по свои собствени стандарти и системи, които не са координирани помежду си. Това прави глобалното проследяване и контрол над храната почти невъзможно.

Реактивни механизми: Хранителната безопасност често действа реактивно – проблемите се установяват след като са настъпили (например след възникване на огнище на зараза), вместо да бъдат предотвратявани чрез проактивни мерки.

Настоящата система за контрол на храните в световен мащаб е прекалено тромава, несвързана и закъсняваща в реакциите си. Именно затова възниква необходимостта от радикално нов подход – използване на „умни“ технологии, които да осигурят проследимост, прозрачност и превантивен контрол върху цялата верига за доставка на храни.

2. Умни технологии в безопасността на храните

Четири технологии са в основата на новата парадигма в безопасността на храните:

Блокчейн: Осигурява непроменим, про-

зрачен регистър за произхода и движението на храните. Улеснява проследимостта и реакцията при инциденти.

Изкуствен интелект (AI): Обработва големи обеми от данни, предсказва рискове от замърсяване и оптимизира процеси.

Интернет на нещата (IoT): Включва сензори, които следят условията за съхранение и транспорт в реално време.

Дигитални двойници: Симулират процеси и предвиждат проблеми преди те да се случат, като създават дигитални копия на физически операции.

Тези технологии позволяват преход от реактивен към проактивен модел на управление на хранителната безопасност, подобрявайки ефективността, устойчивостта и доверието на потребителите.

3. Примери от практиката

Walmart и IBM: Създават блокчейн-базирана система за проследяване на движението на храните от фермата до магазина. Системата съкращава времето за проследяване на

продуктите от седем дни на две секунди. Това позволява светкавична реакция при наличие на замърсени партии, намалявайки рисковете за общественото здраве и финансовите щети.

Carrefour: Европейската верига използва блокчейн и QR кодове за сканиране на продукти. Това предоставя на клиентите информация в реално време за произхода, датите на прибиране на реколтата, метода на отглеждане и обработка на продукти – особено био и локални стоки. Инициативата засилва доверието и осигурява пълна прозрачност в производствената верига.

Nestlé и Maersk: Nestlé използва IoT сензори за проследяване на температурата при съхранение и транспорт на чувствителни продукти като млечни изделия. Maersk внедрява IoT технологии в контейнери, за следене на условия в реално време – намалявайки развалянето на храни с над 30% и подобрявайки управлението на веригата на доставки.

Danone и Siemens: Чрез дигитални двойници Danone симулира целия процес на производство на млечни продукти. Системите




www.arstood.com

НЕРЪЖДАЕМА СТОМАНА
ПРОИЗВОДСТВО И ТЪРГОВИЯ

АРСТ ООД

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

Преодоляването на тези предизвикателства изисква координирани усилия между публичния и частния сектор, научните среди и международните организации. Ключово е да се осигурят стимули за иновации, финансови механизми за подкрепа, ясни регулации и програми за обучение, така че преходът към умни технологии да бъде приобщаващ, устойчив и справедлив за всички участници във веригата на храните.

6. Заключение

Интеграцията на умни технологии в хранителната индустрия не е просто технически напредък, а ключов етап към по-сигурна, устойчива и справедлива хранителна система. Новите решения, като блокчейн, IoT, AI и дигитални двойници, предлагат възможности за ефективен контрол, прозрачност и навременна реакция при рискове. Но за да бъдат успешни, тези технологии трябва да бъдат внедрени по начин, който отчита социалните, икономическите и екологичните реалности на всяка страна.

Необходим е холистичен подход – такъв, който включва не само иновации, но и подкрепа за малките производители, образование за потребителите и модернизиране на законодателната рамка. Само чрез съвместни действия между индустрия, наука, институции и гражданско общество можем да изградим хранителна система, в която всяка храна е безопасна, проследима и произведена с отговорност към хората и планетата.

7. Препоръки

За да се осъществи приобщаващ и ефективен преход към умни технологии в сферата на безопасността на храните, е необходимо да се предприемат целенасочени политически и стратегически действия:

Финансиране и субсидии: Създаване на национални и европейски програми за подпомагане на дигитализацията на малки и средни стопанства, с акцент върху инвестиции в IoT сензори, блокчейн системи, решения с изкуствен интелект и софтуер за управление на безопасността.





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



IFUOY winner
SGS



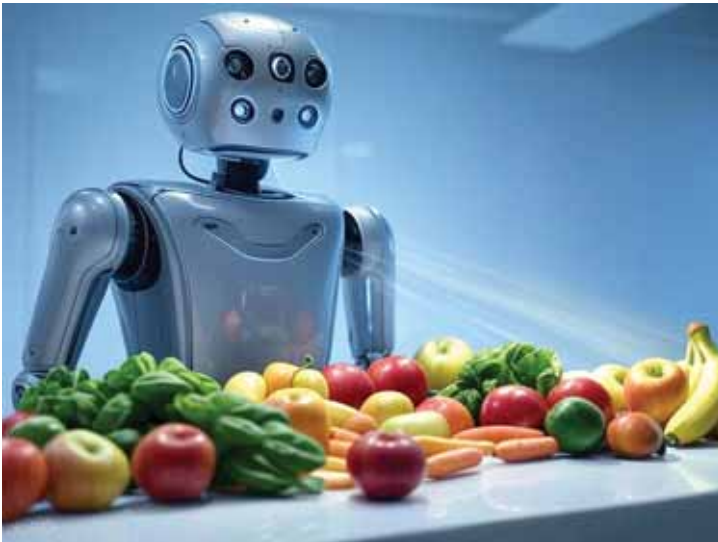
JUNGHEINRICH
Подемно-транспортна техника
german brand award 18 winner



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.



Дигитални платформи с отворен достъп: Разработване на публични платформи за проследимост, които да бъдат достъпни за малки производители, преработватели и дистрибутори. Това ще улесни събирането и анализа на данни в реално време и ще осигури равен достъп до технологии.

Обучение и квалификация: Въвеждане на целеви обучителни програми по дигитална грамотност, управление на данни и използване на умни технологии в земеделието и хранително-вкусовата промишленост. Това следва да се осъществява чрез партньорства между университети, професионални училища и бизнес сектора.

Създаване на кооперативи: Насърчаване на обединения между малки производители за съвместно използване на технологии и споделяне на ресурси. Такива кооперативи могат да улеснят достъпа до скъпи решения и да изградят устойчиви модели на сътрудничество.

Лек режим на регулация за стартиращи технологии: Създаване на гъвкави регулаторни рамки – контролирани среди, в които могат да се тестват нови технологични решения с гъвкави изисквания, преди да се въведат в масова употреба. Това ще ускори иновациите и ще намали административната тежест.

Чрез прилагането на тези препоръки ще се създадат условия за трансформация на хранителната индустрия по начин, който е не само ефективен и технологично напреднал, но и социално справедлив, екологично устойчив и икономически изгоден за всички участници.

8. Приложение за България

В контекста на бързо развиващите се дигитални технологии и стремежа към модернизирание на хранителната верига, България разполага с конкретни възможности да приложи умен подход в безопасността на храните:

Използване на европейски програми: България може да се възползва от финансиране по Програмата за развитие на селските райони (ПРСР), както и от средства по Националния план за възстановяване и устойчивост. Чрез тези механизми е възможно да се подпомогне цифровизацията на земеделски стопанства, преработвателни предприятия и системи за контрол на храните.

Създаване на технологични кооперативи: Благодарение на съществуващите традиции в кооперативното земеделие, страната има добър потенциал за изграждане на съвременни кооперативи с технологична насоченост. Това ще позволи на малки производители да споделят разходи и ресурси за внедряване на IoT, AI и блокчейн технологии.

Развитие на регулаторната рамка: Българската агенция по безопасност на храните (БАБХ) може да надгради съществуващите си електронни платформи чрез интегриране на блокчейн за проследимост и IoT модули за мониторинг в реално време. Това би засилило доверието на потребителите и подобрило управлението на риска в цялата верига на доставка.

Чрез целенасочени усилия България може не само да навакса спрямо европейските лидери, но и да се превърне в пример за устойчиво и достъпно внедряване на умни технологии в хранителната индустрия – в полза на производителите, институциите и обществото като цяло.

*Инж. Светлана Савова, главен експерт,
дирекция „Оценка на риска по хранителната верига“ при ЦОРХВ
По <https://corhv.government.bg/>*

Източник: Smart technology for public health: reshaping the future of food safety, Food Control, an official scientific journal of the European Federation of Food Science and Technology (EFFoST) and the International Union of Food Science and Technology (IUFoST).

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0956713525002476>

С празнична линия за Коледа 2025

Mars Wrigley представи своята продуктова гама за коледните празници на 2025 г., съобразена с традиционни за сезона мотиви като носталгия, раздаване на подаръци и наслаждение и предлагаща иновации, ориентирани както към потребителите, така и към търговците.

За миналата 2024 г. хранителният гигант отчита значителен ръст в коледната категория, където стойността и обема на продажбите се увеличават съответно с 8,5% и 4,5%.

В отговор на тази тенденция Компанията лансира редица нови продукти, съчетаващи класически вкусове и съвременни акценти.

Първото място сред тях безспорно принадлежи на Gingerbread Malteser¹ Reindeer, чиято поява добавя коледен привкус към популярната линия на бранда. Изделието ще се предлага в разнообразни формати – поединично, в мини вариант и като част от коледен микс, така че да откликне на потребителските предпочитания.

Надграждайки миналогодишния си успех Mars разширява

своята гама M&M's Santa с нов Five Pack. Този удобен формат е насочен към потребители, търсещи лесни опции за подаръци, било то в чорапите у дома или за размяна на работното място.

Компанията се стреми да спечели нови позиции и в нишата на премиум подаръците, където предлага Maltesers Assorted Truffles Advent Calendar (Коледен календар с асорт трюфели Maltesers – б.р.). С това изделие от Mars си поставят за цел да дадат нови измерения на традиционно отброяване на дните до Коледа, и да осигурят на търговците луксозна опция за празниците.

Производителят освежава и селекциите си, добавяйки подобрен дизайн опаковки на колекции като Twix, Skittles и Galaxy, които да грабне вниманието на купувачите и така да добави още привлекателност към тези любими изделия.

Лаура О'Нийл, главен бранд мениджър за Коледа, акцентира значението на иновациите за ускоряването на растежа по време на празничния сезон: *Освежава-*



нето на продуктите гама с нови вкусове и формати е от първостепенно значение през празниците... Иновациите са ключови, тъй като развоят на нови изделия допринесе цели 27% за нашия растеж през коледния сезон миналата година. За този период купувачите обичайно се насочват към любими брандове, за да си доставят моменти на носталгия и наслаждение... Съчетавайки носталгични вкусове, вълнуващи иновации, достъпни цени и премиум опции, Mars предоставя на търговците възможност да стимулират продажбите си, да разширят клиентската си база и да извлекат максимума от периода на празничното пазаруване.

<https://www.foodbev.com/news/mars-wrigley-introduces-festive-line-up-for-christmas-2025>

¹ Malteser – популярна марка британски шоколадови бонбони – б.р.



Партньори с лимитирано издание бисквитки

Oreo анонсира ново лимитирано издание бисквитки, разработено в сътрудничество с американската певица и актриса Селена Гомес. Специалното издание предлага и специален вкус, вдъхновен от детските спомени и културните корени на Гомес.

Новата бисквитка съчетава вафли с вкус на шоколад и канела, с пълнеж от два слоя крем – единият с вдъхновена от орчата смес на шоколад и канела, а другият – имитиращ подсладено кондензирано мляко с нотки на канела и захар.

Гомес е пряко въввлечена в разработването на продукта, като лично проектира за феновете шест различни релефа на бисквитките. Измежду дизайнните личи един с изписана думата „Selenators“ и друг с нейния подпис – още една новост за бранда Oreo.

Гомес споделя: Да си направя своя собствена бисквитка Oreo беше много забавно. Израснала съм с любовта към тях и възможността да бъда част от процеса беше уникално преживяване за мен.

Мишел Дейнян, вицепрезидент на Oreo САЩ, допълва: *Благодарение на креативните си и често пъти уникални иновации брандът Oreo постоянно открива нови измерения. Това сътрудничество олицетворява мисията ни да очароваме нашите потребители по неочаквани начини и утвърждава отпечатъка ни в музикалната индустрия.*

Лимитираното издание бисквитки се продава в САЩ от 2 юни чрез уебсайта на бранда, а предлагането ще продължи до изчерпване на наличностите.

<https://www.foodbev.com/news/oreo-unveils-limited-edition-cookie-collaboration-with-selena-gomez>

Топ 5 тенденции в сладкарската индустрия есен/зима 2025



Основни акценти

Функционални ползи, луксозна наслада, смели вкусове и празничен блясък са водещите теми в сладкарския сектор за сезон есен/зима 2025.

Функционалност

Пазарът на функционални сладкарски изделия е във възход. Потребителите вече не са доволни от сладки и шоколад, които просто служат за удоволствие по време на почивка или филм. Те търсят добавена стойност.

Примери за това са шоколадови блокчета с функционална гъба рейши за релаксация или желеирани бонбони с ашваганда за подкрепа на когнитивното здраве.

Освен това, търсенето на продукти с чист етикет и био сертифицирани съставки се увеличава. Според Straits Research, потребителите внимателно следят етикетите и предпочитат продукти без изкуствени добавки, синтетични оцветители и консерванти.

Тази промяна е част от по-широките тенден-



Функционалността е бъдещето на сладкарската индустрия и производителите са силно насърчавани да се включат в тази вълна.

ции за здравословен начин на живот и устойчивост, като насърчава марките да предлагат натурални и растителни съставки с прозрачна информация.

Пазарът на функционални сладкарски изделия вече се оценява на \$73,79 милиарда (€63,98 милиарда) и се очаква да достигне \$136,78 милиарда до 2033г.

Луксозна наслада

В предизвикателни времена потребителите търсят малки луксове, които да внесат комфорт и удоволствие в ежедневието им. Шоколадите, сладкишите, сладоледите и бонбоните са именно такива източници на утеха.

Но луксозните сладкарски изделия надхвърлят обикновения шоколадов десерт. Според Innova Market Insights, потребителите избират луксозни съставки и авангардни вкусови профили – например шоколади с регионални подправки, чили, флорални нотки или алкохолно вдъхновени вкусове с аромат на джинджифилови бисквитки.

Премиумизация

Понятието „премиумизация“ е сред водещите в хранителния и напитковия сектор, като марките се стремят да предлагат продукти с по-високо качество, за да задоволят все по-взискателните потребители.

В сладкарската индустрия това означава висококачествени съставки и занаятчийски методи на производство. Но не става дума само за вкус – визуалният ефект също е от решаващо значение.

Според Data Intelo, декоративните елементи вече са ключов фактор за успех. Изящни захарни фигури, ядлив брукат и други ефектни украси правят продуктите по-привлекателни и отличаващи се.

Потребителите са готови да платят повече за сладкарски изделия, които изглеждат стилно и впечатляващо, освен че са вкусни.

Иновации във вкусовете

2025г. се утвърждава като година на вкусовата революция. От дубайски шоколад, през шоколад

Хранителните компании – структура и оцеляване



Много компании в ХВП днес имат структурни проблеми, които трябва да бъдат решени, защото несъответствията в структурата могат да се окажат фатални за бизнеса.

Основни изводи за структурните нужди на хранителните компании:

- Без структурни промени много компании от сектора за масово потребление вярват, че няма да могат да продължат да съществуват.
- Повече от половината компании съобщават за разминаване между финансовото отчитане и реалната организационна структура.
- Традиционните отдели като финанси, продажби и операции вече са остарели.
- Културната инерция може да блокира промени, идващи от вътрешността на организацията.
- Компаниите трябва да възприемат нови възможности, като използването на автономен изкуствен интелект (AI), за да продължат развитието си.

Структурата като ключов фактор

Кой е най-големият проблем в хранителната индустрия? Дали е климатичната промяна, която намалява добивите? Намаляващият потребителски интерес поради растежа на GLP-1 медикаментите (лекарства, които имитират действието на хормона GLP-1.)? Или инфлационният натиск върху основни продукти?

Въпреки че не се обсъжда толкова често, структурата на бизнеса е критична за компаниите и проблемите в тази област могат да застрашат самото им съществуване.

Скорошен доклад на мрежата за професионални услуги PwC¹ показва, че почти половината ръководители в сектора не вярват, че техните компании ще оцелеят през следващото десети-

летие със сегашната си структура. Въпреки това около 29% от тях признават, че не планират да направят необходимите структурни промени.

Разминавания между отчетност и структура

Един от основните проблеми, установени в проучването на PwC, е разминаването между начина, по който компаниите отчитат финансовите си данни и реалната им оперативна структура, обяснява Карла ДеСантис, партньор в PwC.

Над 60% от компаниите отчитат резултатите си по начин, който не отразява оперативната им организация. Това често означава, че финансовите отчети се сглобяват трудно, като данните се събират от различни отдели или географски региони.

Този процес често води до структурна изолация на екипите, които не комуникират ефективно помежду си. Проблемът се задълбочава на местно ниво, далеч от централата на компанията.

Ако искам да работя със скоростта на светлината и да отговарям на постоянно променящата се пазарна среда, се нуждая от по-добър начин за управление – споделя ДеСантис. Тя прогнозира, че много компании няма да могат да поддържат сегашната си структура дори след пет години. – Отделни функции като финанси, продажби и операции вече не са ефективни – допълва тя.

Луис Бедуел от Future Food Movement (Движение „Храна на бъдещето“ – б.р.) допълва, че в много компании има постоянно разочарование

¹ PwC е международна компания, която предоставя отраслово-фокусирани одиторски, данъчни и консултантски услуги. Основна цел на PwC е изграждане на доверие в обществото и разрешаване на важни проблеми. Повече от 370 000 души в 149 държави, работят във фирмите от мрежата на PwC. – б.р.



▷ от структурата, защото системата не подкрепя реалните нужди на бизнеса.

Преосмисляне на бизнес структурата

Някои компании вече се опитват да променят начина, по който са структурирани, но има още дълъг път да се измине.

Бизнесите трябва да преосмислят начина, по който работят, от началото до края, и да развият иновативни възможности, за да останат конкурентоспособни – убедена е Де-Сантис.

Една от тези ключови възможности е автономен изкуствен интелект, но не е единствената. Бъдещето изисква „нови и различни партньорства, нови форми на сътрудничество и нови начини за оперативна гъвкавост и сегментация“.

Бедуел подчертава, че успехът идва, когато компаниите мобилизират вътрешния си потенциал. Основната пречка за трансформацията е инерцията и липсата на съгласуваност между отделите: *Промяната не идва от презентации. Тя идва от лидери, които работят заедно, създавайки чувство за споделена отговорност – от търговските екипи до доставките и устойчивото развитие. Когато компаниите отключат този потенциал, те не само се движат по-бързо, но и изграждат нова култура, която привлича таланти и засилва ефективността.*

Нужда от нов фокус

Много компании все още държат значителен пазарен дял в своите сегменти. Но тази сигурност намалява, тъй като потребителите се насочват към по-здравословни варианти – пресни и натурални храни, което прави растежа по-труден за компаниите – обяснява Клайв Блек от Shore Capital.

Компаниите са изправени пред избор – дали да се опитат да затвърдят пазарната си позиция чрез придобивания или да реструктурират портфолиото си, инвестирайки в по-здравословни марки.

Структурата е в основата на начина, по който работи един бизнес. Отделите, географските региони и марките в една компания са като органи в тяло – тяхната организация е решаваща за ефективността на цялата система. Понякога, за да оцелеят, компаниите трябва да направят сериозни промени.

По <https://www.foodnavigator.com>

Инвестират \$1 риба на растителна основа

Канадският Ocean Supercluster¹ обяви инициатива на стойност 1,9 милиона долара, насочена към развитие на производството на растителна бяла риба, отбелязвайки първия официален опит на страната да комерсиализира местно произведена алтернатива на конвенционалните продукти от бяла риба. Проектът се ръководи от базираната в канадския град Халифакс стартираща компания **Profillet**, с участието на Ardra Inc. (Торонто), Mara Renewables (Дартмут) и RONDO North America (Ню Джърси, САЩ).

Продуктът на Profillet е цяло филе от растителна основа, предназначено да възпроизведе вкуса, текстурата и хранителния профил на бялата риба. Разработен е с помощта на съставки, получени от морски животни, и процеси на хранителната наука, които използват компоненти, получени чрез ферментация, предоставени от Ardra Inc. Партньорството се фокусира върху разработването на мащабируем производствен модел, който намалява прекомерния риболов и влошаването на околната среда, свързани с диво уловените и отглежданите морски дарове.

Ocean Supercluster допринася със 750 000 долара за проекта, като останалата част от финансирането се осигурява от участващите компании.

„Хората искат морски дарове, но просто няма достатъчно от тях, а наличните стават все по-скъпи. Рибните продукти на растителна основа на Profillet могат да запълнят тази огромна празнина в търсенето с продукт, който дава същата хранителна стойност като рибата, същия вкус като рибата, но на широко достъпна цена“, каза съоснователят на Profillet Стив Джордж

Основателите на Profillet казват, че финансирането ще бъде използвано за развитие на про-

¹ OSC е национален океански клъстер, ръководен от индустрията, който обединява стартиращи компании, разрастващи се компании, както и зрели организации от крайбрежие до крайбрежие в секторите на рибарството, аквакултурите, биоресурсите, офшорните ресурси, морските възобновяеми енергийни източници, отбраната, транспорта и океанските технологии, за да ускори комерсиализацията на водещи канадски океански решения, които се справят с някои от най-големите предизвикателства в света. Клъстерът има множество международни стратегически партньорства, които предоставят нови възможности за сътрудничество и търговия на членовете, като същевременно запознават света с историята на Канада и използването на океана. – б.р.

,9 млн. в бяла телна основа

изводствените възможности и за постигане на пазарна готовност. „Тази безвъзмездна помощ е ключов етап в развитието на океанската икономика на Канада. Тя ни дава възможност да мащабираме иновациите, да задълбочим сътрудничеството и да допринесем за по-устойчив и издръжлив сектор на морските дарове“, обясниха директорите на компанията в съвместно изявление.

Разработката също така подкрепя по-широките цели на Канада за разширяване на океанската си икономика до 220 милиарда долара до 2035 г., както е посочено в плана „Амбиция 2035“ на Ocean Supercluster. Суперкълъстерът, който е финансиран над 140 проекта на обща стойност над 500 милиона долара, продължава да подкрепя разработването на технологии и продукти, свързани с устойчивостта на климата, продоволствената сигурност и устойчивия транспорт в океанските сектори. За националните цели допринася и Ardra Inc., специализирана в технологии за ферментация, с функционални съставки, които подобряват сензорните и хранителните свойства на алтернативната бяла риба. „Това сътрудничество открива вълнуващи възможности за разширяване на нашата платформа за ферментация в сектора на морските алтернативи“, казва Пратиш Гаванд, главен изпълнителен директор на Ardra Inc.



Правителствени служители разглеждат проекта като съответстващ на националните цели в областта на устойчивостта и хранителните иновации. Мелани Жоли, министър на промишлеността, заяви: „С подкрепата на канадския океански суперкълъстер, този проект ще насърчи авангардни решения, които ще укрепят позицията на Канада като лидер в хранителните иновации.“

<https://vegconomist.com/>



Малкият бизнес и борбата срещу хранителните измами

Професор Chris Elliott (Крис Елиът) представи дългоочакван инструмент, който може да наклони везните в продължителната борба на Обединеното кралство срещу хранителните измами, като този път хиляди малки бизнеси ще могат да се възползват. Сп. ХВП ви предлага този материал и като тема за размисъл, дали у нас може да се направи нещо подобно!

Често пиша по тъмната и сложна тема на хранителните измами, особено за рисковете, които носят и множеството начини, по които тази престъпна дейност може да се прояви и да унищожи бизнеси и животи. Докато светът се изправя пред все по-големи предизвикателства по отношение на хранителната сигурност, възможностите за измами непрекъснато нарастват. Но този път мога да кажа, че Обединеното кралство е лидер в световен мащаб – и това твърдение е подкрепено с конкретни факти.

След скандала с конското месо от 2013г. се появиха две ключови инициативи: създаването на Националното звено за хранителни престъпления (NFCU) за Англия, Уелс и Северна Ирландия и неговият еквивалент в Шотландия – Отделът за хранителни престъпления и инциденти, както и Мрежата за разузнаване в хранителната индустрия (Food Industry Intelligence Network – FIIN).





Функционална напитка от гъби

Базираната в САЩ компания за сурово пресовани сокове и уелнес напитки Arden's Garden пушна своята най-нова функционална напитка Focus+, с която прави първа стъпка на пазара на функционалните гъби.

Продуктът предлага съчетание от гъби, билки и плодове, известни с качествата си за укрепване яснотата на мисълта. Всяка бутилка от изделието, с вместимост 8 унции, съдържа 140 калории, 80 милиграма кофеин и 5 грама фибри, като вкусовите опции са ябълка, ананас и праскова. (1 течна унция (САЩ) = 29.5735 милилитра)

Рецептата включва смес от функционални ингредиенти, между които гъбите лъвска грива, рейши, кордицепс, както и ашваганда, бакопа и зелен чай. Подобно на други продукти от Arden's Garden, Focus+ е веган, безглутенов и сертифициран като кашерна храна.

Лесли Зин, главен изпълнителен директор на Arden's Garden, коментира: *Днес науката поставя неща, които мнозина знаят от години: функционалните гъби, ашваганда и други адаптогени предлагат действителни, измерими ползи за здравето. Нашата цел беше да вземем тези богати на хранителни вещества ингредиенти и да ги предложим на потребителите във форма, която е не само ефективна, но и доставя истинска наслада при консумацията... Стартирахме формулирането на тази напитка на базата на десетилетия опит при студено пресованите сокове и на реална обратна връзка от клиентите в нашите плодови барове. От самото начало работата по Focus+ беше изключително целенасочена; съчетавахме пласт след пласт функционални растения и гъби с плодове с характерни вкусове, за да създадем нещо полезно за тялото и приятно за небцето.*

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

Биологични сезонни сметани

В навечерието на есенно-зимния сезон брандът за млечни алтернативи Califia Farms добавя три нови сезонни сметани за кафе към своята гама Simple & Organic и представя напитка орчата

Сметаните на бадемова основа дебютират с вдъхновени от празниците вкусове като част от коледната продуктова линия за 2025 г., разработена с цел да предложи едновременно „празнични и отговорни“ опции.

Есенният фаворит – сметаната Pumpkin Spice – съчетава истинско тиквено пюре с биологично бадемово мляко и подправки и е подходяща както за горещо, така и за студено кафе. От своя страна празничната сметана Holiday Spice предлага смесица от кардамон, канела и джинджирил, а вариантът Maple Almond комбинира истински кленов сироп с кафява захар.



И трите сметани са произведени без влагана на съгъстител или масло.

Другата новост за 2025 г. – Horchata – предлага прочита на Califia Farms на класическата испанска и мексиканска напитка, традиционно произвеждана или от тигрови ядки, или от ориз, понякога с добавено мляко заедно с ванилията и подправките.

Орчатата на Califia Farms съчетава бадемово и оризово мляко с канела и тръстикова захар за постигането на „сладка и леко пикантна смес“. Изделието се предлага в по-голяма бутилка с вместимост 48 унции.

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

СпонджБоб сода „Ананасов рай“

Базираният в САЩ бранд за пребиотична сода Olipop представи своя най-актуален продукт – вкуса Pineapple Paradise (Ананасов рай), с идеята дебютът на лимитираното издание да съвпадне с премиерата на филма *SpongeBob SquarePants: Search For SquarePants*.

Идеята е содата Pineapple Paradise да поражда асоциации с прословутия дом-ананас на СпонджБоб Квадратни гащи, като профилът на изделието е сладък и цитрусов с нотки на зрял ананас и мандарини.

В духа на ориентирания към здравословния живот бранд всеки кен с вместимост 12 унции съдържа едва 4 грама захар, 35 калории и 6 грама хранителни фибри, което превръща продукта в щадяща стомаха напитка с ниско съдържание на захар. Освен това изделието е безглутеново, веган и не съдържа ГМО, което го прави привлекателно за широк кръг загрижени за здравето си потребители.

За представянето на продукта Olipop си партнира с платформата за игри Roblox за създаване на ексклузивно гейминг съдържание. От 8 до 17 август играещите играта *SpongeBob Tower Defense* имаха възможност да събират Pineapple Paradise във вид на виртуални награди. Тази интерактивна опция не просто промотира продукта, но и акцентира ангажимента на бранда към здравето на храносмилателната система. Изпълнявайки различни мисии, геймърите можеха да отключват колекционерски дизайни на кенове и да спечелят един от 5000 кода за безплатна опаковка от 4 кена Pineapple Paradise.

Новото предложение цели да привлече интереса на потребителите както със своя вкус, така и с маркетинговата си стратегия, включваща дори търсене на съкровища.

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



Пребиотични фибри за стомашно- чревна здраве



Фудтех компанията CarobWay представи нови пребиотични фибри, наречени CarobBiome. Този ингредиент, получен от древния плод рожков, идва в отговор на растящото потребителско търсене на натурални решения, подкрепящи стомашно-чревното здраве и осигуряващи метаболитен комфорт.

На пренаселения пазар на пребиотиците CarobBiome се отличава с уникалния си състав, включващ 85% фибри, получени както от разтворими, така и от неразтворими фракции.

Формулировката е разработена с цел да осигури ползи за стомаха, без да води до подуване и дискомфорт, обичайно асоциирани с традиционните източници на фибри.

Уди Олрой, съосновател и главен изпълнителен директор на CarobWay, изтъква предимствата на продукта: *Не всички пребиотици са еднакви. CarobBiome е направен по начин, който предпазва от подуване на корема, като в същото време представлява чиста, натурална и хранителна опция за нуждаещите се от подобен тип ингредиенти.*

Увеличаващият се потребителски интерес към стомашно-чревното здраве и контрола на теглото създава нови възможности пред пазара на пребиотични ingrediente. CarobBiome е особено удачно решение в светлината на нарастващата популярност на терапиите GLP-1, въведени с цел намаляване на теглото и регулиране на метаболизма.

Предвид все по-ясно изразената тенденция да се обръща внимание на здравето потребителите търсят богати на фибри храни,

които не просто стимулират храносмилането, но в същото време подобряват абсорбирането на хранителни вещества и гарантират насищане.

Според наскоро публикувани заключения на Innova Market Insights днес фибрите са втория най-търсен от потребителите функционален ингредиент след протеините. Тази тенденция е особено ясно изразена при младите демографски групи, чийто интерес към ползите от пребиотиците продължава да расте.

С CarobBiome компанията си поставя за цел да капитализира тази тенденция, като предложи универсален ингредиент, подходящ за широк кръг приложения, между които тестени изделия, снаксове, месни алтернативи и шейкове – всички те съвместими с GLP-1 диетите.

Пребиотичните фибри са не просто полезни за стомашно-чревното здраве, но и допринасят за метаболитния баланс, като потенциално стимулират освобождаването на Glucagon-like peptide-1 (GLP-1 – Глюкагоноподобен пептид) – хормон, който регулира апетита и нивата на кръвната захар.

Със своя неутрален вкусов профил и устойчивост на високи температури CarobBiome може да бъде вложен в разнообразни формулировки на храни и напитки, без да променя вкуса им.

CarobBiome е произведен от отпадъчна пулпа от рошков, което отговаря на все по-ясно изразените потребителски предпочитания към природосъобразните изделия. Дърветата рошков, известни със своята устойчивост и незначителни потребности от ресурси, растат в необработваеми земи и изискват минимални количества вода, торове и пестициди.

Този регенеративен подход не само подкрепя устойчивото земеделие, но и допринася за намаляването на водорода и опазването на почвеното здраве.

По <https://www.foodbev.com/>



Допълват гамата овкусени уискита

Дестилерията Jack Daniel представи Jack Daniel's Tennessee Blackberry, най-новия член на фирмената линия овкусени уискита. То съчетава познатия смел вкус на Jack Daniel's със „сладки и подчертани“ нотки на къпина.



Съдържащата 35% алкохол напитка е базирана на произведаното Old No 7 Tennessee Whiskey, дестилирано в Линчбърг, Тенеси, САЩ по класическа рецепта, включваща 80% царевица, 12% ечемичен малц и 8% ръж. Уискито се омекотява чрез прецеждане през 10 фута въглени от захарен клен и отлежава в нови бъчви от овъглен американски дъб. Добавянето на аромата на свежа къпина се извършва непосредствено преди бутилирането.

Крис Флетчър, майстор-дестилатор в Jack Daniel Distillery, споделя: *Мекият и комплексен финал на нашето Tennessee Whiskey го превръща в една от най-универсалните основи, позволяваща съчетаване с различни неочаквани вкусове. Добавяйки вкусов щрих от зряла къпина, ние създадохме спиртна напитка с характер, подходяща за споделяне с приятели и идеална за всички сезони.*

Питието може да бъде сервирано чисто, с лед или като елемент от коктейл.

<https://www.foodbev.com/news/jack-daniel-s-adds-tennessee-blackberry-to-flavoured-whiskey-line-up>



Лимитирано издание топено сирене с вкус на тиква

Притежаваният от Bel бренд за топени сирена за мазане The Laughing Cow пуска в САЩ своя най-актуален вкус – лимитираното издание Pumpkin Spice, което

ще се предлага до ноември 2025 г.

Сезонното изделие съчетава мекото топено сирене на The Laughing Cow с топлите аромати на канела и тиква, с което обогатява бранда с нов празничен вкус. Всеки отделен опакован резен е направен от истинско сирене, съдържа 2 грама протеин и е източник на калций.

Популярността на вкуса на тиквена подправка (американска смес от подправки, известна и като подправка за тиквен пай – б.пр.) продължава да расте, а главният директор на бранда Джесика Дилън го описва като „вкус на есента“. Продуктът се явява и първото сладко сирене от бранда, особено подходящо за мазане върху крекери грахам или за влагане в рецепти за десерти от типа на чийзкейковете.

Дилън коментира: *Това лимитирано издание предлага всички онези дългоочаквани нотки на уют, характерни за есента, при това съчетани с характерната нежна текстура на нашето топено сирене. То носи ароматния щрих, способен да придаде нови измерения на всяко хапване през целия есенен сезон.*

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

Смес за брауни за Хелоуин 2025

Този Хелоуин брендът Pillsbury Funfetti се готви да омагьоса потребителите с дебют на своя най-актуален продукт – Funfetti Spiderweb Swirl Fudge Brownie Mix.

Това лимитирано предложение се стреми да съчетае празничната креативност и великолепия вкус в унисон с нарастващото търсене на сезонни печива.



Новият продукт е смес за приготвяне на браунита с богат шоколадов фъдж, гарнирани с уникална глазура от маршмелоу, наподобяваща паяжина в духа на Хелоуин.

Всяка кутия позволява направата на една тава браунита, което я прави подходяща за разнообразни поводи – от партита за Хелоуин до уютни семейни събирания.

Дан Ангилмайер, главен оперативен директор на Hometown Food Company, коментира: *Хелоуин е най-подходящото време да покажем креативност в кухнята. Нашият нов микс предоставя на семействата възможността да превърнат приготвянето на печива в игрово забавление, оставящо мили спомени.*

Изделието е разработено така, че да позволява лесно приготвяне, като се изисква единствено добавянето на яйца, олио и вода. Опаковката предлага ясни инструкции за направата на паяжината и включва модели за изрязване в стилистиката на Хелоуин, които могат да бъдат използвани за изработването на фигурки.

Продуктът ще се предлага по време на традиционния период за пазаруване за Хелоуин през септември и октомври във водещите вериги за търговия на дребно в САЩ.

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

Опаковки за поколение Z



Защо вашата кутия може да е по-важна от вашата рекламна кампания!

опаковка да привлече вниманието и да даде старт на продажбата.

1. Достъпно удоволствие: „Поглезете се без чувство за вина“

Поколение Z обича усещането за премиум, но очаква достъпни цени. Опаковката не е просто защита – тя е разрешение да се поглезите. Помислете за блясъка на основни продукти в килера. Обикновените консервирани храни се превърнаха в модерни гурме продукти, когато дизайнът им стана по-изискан. Красивата опаковка кара ежедневното да изглежда специално.

- ▶ 81% от поколение Z са опитвали продукт заради впечатляващата му опаковка.
- ▶ 63% са правили повторни покупки по същата причина.

Изводът? Ако опаковката ви носи усещане за лукс, поколение Z с удоволствие ще я добави в кошницата си.

2. Личен стил: „Моята опаковка, моят стил“

За поколение Z опаковката е аксесоар и част от идентичността им. Метални отблясъци, матови повърхности, винтидж шрифтове, закачливи ретро дизайни — това не са просто естетически решения, а заявка за стил и индивидуалност.

- ▶ **Маркетинг съвет:** направете така, че продуктът да бъде „Instagram-ируем“ още преди да бъде отворен.

3. Социален център: „Добри вибрации в добра опаковка“

Ето една забавна статистика: 63% от поколение Z предпочитат да прекарват време у дома, вместо да излизат навън. Това означава, че опаковките, които попадат на масата им, често се превръща в част от **социалното преживяване**.

Продуктите в елегантни индивидуални порции или впечатляващи формати за споделяне

Поколение Z не купува само продукти. Те купуват истории, символи и послания – и опаковката често е първата страница от тази история.

Родени между края на 90-те и началото на 2010-те, поколение Z е първото поколение, израснало изцяло в дигиталната ера. Те са технологични по природа, ориентирани към ценностите и глобално свързани. Те „сърфират“ в нета, скролват и пазаруват с остро око за естетика, автентичност и отговорност.

И така, какво означава това за опаковки-те? Проучванията върху потребителското поведение на поколение Z разкриват, че опаковката за тях вече не е просто функционална необходимост – тя е културна потребност. Ето какво трябва да знаете, ако искате вашата

Grant Access

ГРАНТ АКСЕС ЕООД

Разработване и управление на проекти по европейски и други програми

тел.: 089 84 55 638

e-mail: office@ga-bg.com; www.ga-bg.com

Превръщаме добрите ви идеи в успешни проекти!

Access Granted!

Ултразвуков микроразходомер за автоматизирани системи за напитки

Allengra ще представи своята най-нова иновация – Ultrasonic Micro Flow Sensor – на изложението Drinktec 2025 в Мюнхен, Германия.

Компактният и хигиеничен сензор е предназначен за производители на автоматизирани системи за напитки, включително кафе машини, диспенсъри за вода, бирени кранове и системи за коктейли.

На фона на недостига на работна ръка и растящите изисквания за скорост и качество, автоматизацията се превръща във водещ приоритет за индустрията. Ултразвуковият сензор предлага прецизно измерване на потока и температурата дори при променливи условия. Технологиията му осигурява безконтактен режим на работа, елиминирайки необходимостта от движещи се части и директен контакт с течността, което подобрява хигиената и намалява нуждата от поддръжка.



Сензорът предлага точност на измерване от $\pm 2\%$ и е съвместим с широк спектър напитки – вода, мляко, кафе, безалкохолни напитки, сокове и газирани напитки. Поддържа стандартни конектори и предлага различни изходни опции, включително Modbus RTU и I²C, което го прави лесен за интеграция в различни системи.

Освен измерването на потока, сензорът включва усъвършенствани функции като откриване на въздушни мехурчета, откриване на пяна, разпознаване на различни течности и динамично измерване на температура в реално време. Това подобрява контрола на процесите, качеството на продуктите и удовлетвореността на клиентите чрез минимизиране на грешките при наливане.

Сензорът е подходящ не само за интеграция в съществуващи системи, но и за персонализирани OEM приложения, което го прави гъвкаво решение както за стандартни, така и за специфични индустриални нужди.

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



Решение на един от най-големите проблеми днес

Американски изследователи обявиха пробив, който наричат „най-голямото съкровище в историята“ – технология, която от морска вода произвежда едновременно водород и прясна вода, използвайки слънчева енергия. Проектът е разработен от екипи от университета „Джонс Хопкинс“, Мичиганския държавен университет, университета „Корнел“, Лихинския университет и Масачузетския технологичен институт (MIT).

Това е слънчева-електролизна система, която използва фотоволтаична енергия за разделяне на водата и преобразува отпадната топлина от слънчевите панели в ресурс за дестилация на морска вода. Изпарителят и PEM-електролизаторът са разделени от въздушна междина, която предотвратява контакта на солената вода с електрокатализаторите, предпазвайки системата от корозия и нежелани реакции.

Според резултатите от изследването, публикувани в списание Energy & Environmental Science, технологията е постигнала ефективност на преобразуване на слънчевата енергия във водород от 12,6%. Това е позволило експериментално от инсталацията на час да се получат 35,9 литра зелен водород и 1,2 литра прясна вода на квадратен метър.

Сред ключовите предимства на разработката са съвместното производство на водород и прясна вода, охлаждането на слънчевите панели по време на тяхната работа, липсата на необходимост от използване на оскъдни източници на прясна вода, както и независимостта от батерии или допълнителна модернизация на енергийните мрежи.

Учените смятат, че технологията би могла да намери приложение в енергетиката, здравеопазването, хранително-вкусовата промишленост, петролния и газовия сектор, както и в микроелектрониката. Тя би могла не само да намали глобалния въглероден отпечатък, но и частично да реши проблема с недостига на вода в сухите региони, което я прави истински пробив с потенциално неограничени възможности.

По <https://www.kaldata.com/>

Стимулиране на иновациите в технологии за ферментация



Европейската комисия анонсира нова стратегия за превръщането на ЕС в глобален лидер в сферата на науките за живота, която специално акцентира на иновациите при храните.

Планът предвижда финансиране в размер на 350 милиона евро да подпомогне мащабирането на технологии за ферментация, способни да стимулират развитието на устойчиви хранителни ingrediente и алтернативни протеини.

Стратегията за европейските науки за живота идентифицира ферментацията като ключова област на растеж и подчертава нейния потенциал в контекста на създаването на хранителни продукти с висока стойност, базирани на възобновяеми суровини. Вниманието е насочено към два основни подхода: ферментация на биомаса, при която остатъчни продукти от селскостопанската дейност се използват за направата на храни, наподобяващи вкуса и текстурата на месото; и прецизна ферментация, вече намираща приложение в производството на сирене, която в момента бива адаптирана от страна на европейски стартап компании към процесите по разработване на ingrediente от типа на суроватъчен протеин, алтернативи на палмовото масло и смески за шоколад.

Според ЕС това е стратегически ход в посока ограничаване зависимостта от вносни храни, намаляване на емисиите и подкрепа за една нова вълна иновации, базирани на биотехнологиите. Макар водещи при изследванията в тази сфера да са именно европейските стартапи, Комисията признава, че основна пречка си остава мащабирането и комерсиализирането на производството. Преодоляването на това препятствие според ЕК ще бъде по-

стигнато посредством публично-частни партньорства, финансови пакети и инициативи за споделяне на знания.

Стратегията се радва на подкрепата на организацията с нестопанска „Институт за добра храна Европа“ (Good Food Institute Europe или GFI Europe), според чийто представители планът би могъл да помогне стартап компаниите да комерсиализират академичните изследвания в сферата на алтернативните протеини. Публикуван наскоро доклад, цитиран от групата, достига до заключението, че с подходяща политическа подкрепа до 2045 г. алтернативните протеини ще бъдат способни да генерират до 65 милиарда евро за германската икономика и да създадат 250 000 работни места.

Стратегията включва:

- ◆ 150 милиона евро в рамките на програмата „Хоризонт Европа“ за подкрепа на устойчиви решения в областта на биоикономиката и за подпомагане комерсиализирането на получени посредством ферментация храни.

- ◆ Допълнителни 200 милиона евро за периода 2026–2027 г., които да стимулират сътрудничеството между изследователите и бизнеса в сферите на биопроизводството и науките за живота.

- ◆ Програма за стратегически изследвания на хранителните системи, целяща подобряване на вкуса, текстурата и достъпността на хранителните продукти от следващо поколение.

- ◆ Планове за адресиране на обществените опасения, свързани с ултра-преработените храни, които опасения се разглеждат като ограничаващи възприемането от страна на потребителите на по-здравословни и по-устойчиви алтернативи, например месото на растителна основа.

От GFI Europe и Асоциацията на лекарите за здравословно хранене (Physicians Association for Nutrition или PAN International) смятат, че е нужно по-ясно артикулиране на посланията, особено предвид заключенията на изследователите, че месото на растителна основа може да редуцира LDL холестерола, да подобри стомашно-чревното здраве и да ограничи риска от рак на дебелото черво.

Леа Сейфарт, отговаряща за политиките в GFI Europe, коментира: *Чудесно е, че виждаме Комисията да признава централната роля, която иновациите в областта на храните могат да изиграят за стимулирането на сектора на науките за живота в Европа, и да предлага мерки, способни да впрегнат растящата експертиза на региона в усъвършенстването на трансформиращи технологии като ферментацията.*

В контекста и на акцента, поставен от датското председателство върху значението на биотехнологиите за производството на храни, днес иновативните подходи към развитието на една по-устойчива хранителна система определено набират инерция. Тази стратегия е стъпка в посока отключването на потенциала на ЕС да се превърне в световен лидер при алтернативните протеини, което ще стимулира растежа и ще лимитира зависимостта от вносни алтернативи.

По <https://www.foodbev.com/>

Вести от FDE

FoodDrinkEurope – най-влиятелната европейска организация в сектора на хранително-вкусова промишленост, работеща за идеи и политики, които да позволяват на европейската ХВП със своето производство не само да създава безопасни продукти, но и да допринесе за по-зелена планета, по-здравословен начин на живот и процъфтяваща икономика, публикува в края на юни своя екшън план за развитие на отрасъла, в който се обръща към новата администрация на ЕС в Брюксел.

Проект за действие за конкурентни и устойчиви хранителни системи

Хранително-вкусовата промишленост на ЕС – най-голямата преработвателна индустрия в Европа, е в ключов момент. Докато предприятията инвестират в устойчиви практики и иновации, те трябва да се справят и с нарастващата регулаторна тежест, нарастващите разходи и геополитическата несигурност, които заплашват конкурентоспособността в дългосрочен план.

Но докато ЕС е приел специфични за секторите планове за химикалите, стоманата и автомобилната промишленост, производителите на храни и напитки все още чакат.

Ето защо FoodDrinkEurope призова следващата Европейска комисия да представи специален план за хранително-вкусовата промишленост, който да подкрепи стратегическата роля на преработвателната индустрия и производството в Европа, да повиши производителността и устойчивостта и да осигури справедлива и конкурентна верига за доставки на храни.

Същевременно индустрията се активира. Това четвърто издание на Проекта за действие на FoodDrinkEurope за конкурентни и устойчиви хранителни системи отразява нашия дългосрочен ангажимент за отговорно и устойчиво бъдеще на храните. То показва как предприятията за храни и напитки активно допринасят за устойчивия преход на Европа, като същевременно призовава политиците да осигурят благоприятните условия – с конкурентоспособността в центъра – за да се стигне по-далеч и по-бързо.



Нашият Проект за действие е структуриран около дългосрочният ни ангажимент за постигане на четири основни стълба:

1. Процъфтяващ бизнес – Насърчаване на конкурентоспособността чрез подкрепа за МСП, инвестиции в умения и публично-частни изследвания за стимулиране на иновациите и устойчивостта.

2. По-здравословен начин на живот – Подкрепа на потребителите с ясна информация, иновативни продукти, отговорен маркетинг и инструменти за преформулиране, за да се спомогне за по-здравословно и по-устойчиво хранене.

3. Безопасност на храните – Насърчаване на научно обосновани стандарти, инструменти за индустрията и по-интелигентно регулиране за поддържане на доверието и защитата на потребителите в цяла Европа.

4. По-зелена планета – Подпомагане на бизнеса в прехода към нетна нула чрез целенасочени инструменти, партньорства и изследвания.

Всяко издание на Проекта за действие надгражда върху постигнатия напредък, като същевременно повишава амбицията. От изграждане на капацитет до инвестиции в иновации, от доброволни ангажименти до сътрудничество в целия ЕС, индустрията постига резултати – но не можем да го направим сами.

Призоваваме следващата Европейска комисия да работи с нас, за да разшири мащаба на работещите дейности, да подкрепи МСП, да опрости правилата, да засили иновациите и да осигури процъфтяваща, конкурентна и устойчива продоволствена система за бъдещето.

Проектът „Действие“ е нашият план. С правилното политическо партньорство можем да превърнем тази споделена амбиция в трайно въздействие.

Повече на <https://www.fooddrinkeurope.eu/wp-content/uploads/2025/07/FoodDrinkEurope-ActionPlan2025.pdf>

Българският пчелен мед на световната карта

България взе активно участие в 49-ия Световен конгрес по пчеларство Apimondia 2025, който се проведе в периода 23-27.09.2025 в Копенхаген, Дания. На това престижно събитие, обединяващо пчелари, учени и експерти от цял свят, страната ни представи най-добрите образци от български пчелен мед в рамките на специалната изложбена зона Global Honey Bar. Над 7000 делегати от 121 страни имаха възможност да опитат мед от 42 държави.

Български пчелен мед

България представи пчелен мед от акация, горски букет, кестен, кориандър, лавандула, липа, рапица и разбира се Странджански манов мед, който е единственият у нас със защитено географско наименование. Посетителите на изложението, много от които професионални пчелари, но също и най-голямата група от професионални медени сомелиери от цял свят, имаха специален интерес към меда от кориандър и кестен, които можеше да бъдат опитани само на българския щанд. Но лавандуловият мед беше фаворитът на всички. Дълги години Франция е водещият световен производител на лавандула, но България я надминава още от 2012 г., а и българската лавандула има по-ароматен профил, от което следва и разликата във вкуса с френския лавандулов мед. Френският сорт Лавандин е с доста по-ниско съдържание на линалол и много по-осезаем камфоров аромат – нотки, които се усещат не само от специалистите. Флоралната наситеност на българската лавандула дава уникален аромат и на меда.



Сензорен анализ на мед

Global Honey Bar цели да популяризира автентични видове мед от различни региони по света, като подчертае уникалните вкусови качества на всеки от тях. Българската селекция е изготвена от Биляна Николова – първият и единствен засега у нас меден сомелиер.

Медени сомелиери се наричат специалистите по сензорен анализ на пчелен мед, които са дипломирани от Институтита по сензорика в Италия. До 60-те години на миналия век техниките за сензорен анализ основно разчитат на личния опит на експерти оценители. Тази техника е проста и евтина, но ѝ липсва основното изискване за възпроизводимост, за да се счита за пълноценен аналитичен метод. В случая с меда сензорният анализ е използван за първи път във Франция с традиционни техники от екипа на Гоне през 1979 г. В Италия идеите на Гоне са приети с особен ентузиазъм – много усилия са посветени на обучителни дейности и през 1988г. е учреден институт и регистър на експертите по сензорика на пчелния мед. Той установява стандартна традиционна методология, включваща хармонизирана терминология, формуляри за оценка, методи за дегустация, методи за обучение и подбор на оценители, както и сензорни описания на основните италиански монофлорни видове мед. През 1998 г. е създадена работна група от Международната комисия по меда на Apimondia (ИНС) за изследване на сензорния анализ, приложим към меда.

Днес медените сомелиери са главно оценители в международни конкурси и обучители. Мисията на нашият първи меден сомелиер, Биляна Николова, е да се повиши познанието за българския мед не само в чужбина, но и у нас, като вярва, че така ще се повиши и доверието на потребителите в този продукт.





Estrella Damm 0.0% в Обединеното кралство

Известната испанска пивоварна Damm представи премиум безалкохолната бира Estrella Damm 0.0%, целяща да запази същността на средиземноморския вкус за все по-големия брой британски потребители, търсещи безалкохолни опции.

Този дебют стъпва на успешен тестов период, като намеренията на производителя са напътката да бъде предлагана от разнообразни заведения за хранене и търговци на дребно.

Пивоварната се опира на богатия си опит в производството на безалкохолни бири, датиращ от 2003 г., и разработва продукт, който запазва отличителния вкус на легендарния лагер Estrella Damm, но без алкохол.

За да постигнат това, специалистите от Damm прилагат сложна пивоварна техника, която започва с естествената ферментация на специфична бирена мая. След завършване на ферментацията алкохолът бива премахнат посредством новаторска вакуумна дестилация – метод, разработен така, че да запази ароматните компоненти, които често пъти биват изгубени в хода на конвенционалния процес за производство на безалкохолна бира.

Новото предложение ще се предлага като наливна бира в подбрани заведения, между които пъбовете Youngs в Лондон, както и в опаковки от по 4 кена с вместимост 440 милилитра всеки в обектите на Sainsbury's, като плановете са дистрибуцията да обхване и други водещи хранителни магазини и супермаркети.

Подходът на пивоварната отразява по-широки тенденции в рамките на хранителния и питеен отрасъл, където търсенето на безалкохолни изделия продължава стремителния си растеж. Фокусът на компанията върху майсторлъка и качеството гарантира, че Estrella Damm 0.0% отговаря на потребителските очаквания за вкус и изживяване, като в същото време покрива здравословния пазарен сегмент.

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

Креатинови и аминокиселинни продукти с вкус на Pez

Брандът за спортни храни VMI Sports представи изделията Pez Flavoured Creatine Monohydrate и Aminogex EAAs/BCAAs + Hydration, с което разширява значително своите продуктови предложения. Новите изделия, поставящи си за цел да съчетаят носталгията и ефективността, вече се предлагат на територията на САЩ.

Дебютът е част от многогодишно лицензионно споразумение на VMI Sports с бонбонения бранд Pez Candy – партньорство, което цели да съчетае обичаните вкусове на Pez с високоефективното спортно хранене.

Успехът на първоначалните предложения в рамките на това партньорство трасира пътя към предлагането на допълнителни продукти, включително новите линии Creatine Monohydrate и Aminogex, като предстои появата на още предложения с вкус на Pez.

Creatine Monohydrate идва в два вкусови варианта: Pez Sour Green Apple и Pez Cherry. Известен със своята ефикасност за подобряване на здравината, силата и мускулния растеж посредством увеличаване нивата на аденозинтрифосфат (АТФ), креатинът се явява основополагащ стожер на пазара на спортните храни. Този продукт не просто поддържа ефективността по време на тренировки с висок интензитет, но и съдейства за възстановяването и е способен да подобри когнитивните функции при стрес.

Aminogex EAAs/BCAAs + Hydration, предлагано с вкусовете Pez Orange и Pez Sour Green Apple, предоставя мощна формула от 10 грама есенциални аминокиселини (EAAs) и 7 грама аминокиселини с разклонена верига (BCAAs) заедно с 1,25 грама бетаин (Betaine), за който е клинично доказано, че стимулира мускулния растеж. Продуктът съдържа електролити от фармацевтичен клас, благодарение на които осигурява допълнителна хидратация при възстановяването след тренировка.

Том Рейли, президент на VMI Sports, коментира: Бидейки лидер в сферата на спортните храни, ние си даваме сметка, че се нуждаем от партньор, който споделя ценностите на нашия бранд и на клиентите ни. След година на анализ на възможните опции перфектното решение се оказа Pez. С този глобален бранд, едновременно легендарен и навяващ носталгия, имаме общи корени в Североизтока, а реакцията на потребители и търговци беше удивителна.

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



„Магия ли е българската храна“

Книгата на акад. Атанас Атанасов под това интригуващото заглавие беше представена в големия салон на Българската академия на науките. Изданието е дълбоко изследване за връзката между българското биоразнообразие, генома на българите, микробиома и тяхното отражение върху здравето и дълголетие. Тя поставя въпроса има ли магия в българската храна и търси отговор не само в науката, но и в тънките струни на човешката душа, анонсира от издателство „Захарий Стоянов“.



Акад. Иван Гранитски представи автора и подчерта, че книгата е уникална, защото разглежда фундаментален въпрос за нашето общество, дори и за Европа. Това е въпросът за генома на българите, за микробиома, за връзката между храните, семената, почвите и дълголетие на българите, уточни той.

Председателят на Българската академия на науките, чл.-кор. Евелина Славчева, поздрави автора и подчерта, че книгата е богата от научна гледна точка, но е приятна и интересна за четене и от непосветените.

Целта на книгата е чрез българската диета да се положи началото на постепенна връщане на здравето и дълголетие на българина – заяви акад. Атанас Атанасов. Той разказа за това какво го е мотивирало да напише книгата и представи основните теми, които са включени в изданието от 230 страници. На премиерата в БАН присъстваха представители на Събранието на академиците и член-кореспондентите, общественици, колеги и приятели на автора.

Акад. Атанас Атанасов е един от водещите земеделски учени в България с дългогодишен и впечатляващ опит в теорията и практиката на земеделската наука. Новата книга на академик Атанас Атанасов, „Магия ли е българската храна“ представлява уникално по рода си изследване за връзката на българското биоразнообразие и храни, и тяхното взаимодействие с генома на българите, микробиома, който ги наелява и тяхното здраве и дълголетие. Авторът има за цел да улови тънките струни на човешката душа, която би накарала човек да се замисли, че храната също има не само своя геном, но и енергия и излъчване, които могат да променят човека в желана от него посока.

По <https://www.bas.bg>

История, започнала от бара и стигнала до Токио

Мартин Владимиров от веригата Harry стана първият българин, удостоен с отличие Курооби (KUROOBI) Дан по суши – признание, сравнимо с черните колани в бойните изкуства и символ на най-високото майсторство. Той записа името си в историята като първият българин, участвал на Световната суши купа в Токио (World Sushi Cup Japan 2025, 20–22 август) Япония, и достигнал до финалите на престижното състезание.



Неговата авторска чиния „Долината на розите“ бе отличена и със специална награда за креативност, връчена от един от петте най-големите спонсори на Световната суши купа.

Това е исторически дебют за България на световната суши сцена – признание, което поставя страната ни сред държавите с принос към глобалната иновация в японската кулинарна традиция. Хиротоши Огава, главен инструктор на World Sushi Skills Institute изрази оценката си:

„Имах възможността да опитам сушието тук и определено останах доволен. Различно





е от сушието в Япония, но носи своята уникалност и е част от глобалната иновация на традиционното суши.“

Мартин Владимир е шампион от **Sushi Cup Bulgaria 2024**, официалната национална квалификация на World Sushi Skills Institute (WSSI), която му даде правото да представи България на World Sushi Cup Japan 2025 в Токио.

Сред 30 от най-добрите сушисти в света – национални победители от различни държави, той премина тежките елиминации и достигна финала сред 15-те най-големи майстори в света.

Журито от петима международни експерти оценяваше техниката, психиката, чистотата, безопасността и бързината – всичко в рамките на два часа.

Финалната чиния на Мартин: „Долината на розите“

На финала, посветен на **креативността**, Мартин представи своята концепция:

- ❖ Ориз, овкусен с розово масло от българската Дамасцена роза.

- ❖ Риба тон със сос – съчетание на традиционни японски съставки и аромата на розата.

- ❖ Финален щрих – дехидратирани венчелистчета, донесени лично от него от

Долината на розите.

„Долината на розите“ е кулинарен мост между Япония и България. Презентацията бе допълнена от звученето на **„Излеп е Делю хайдутин“** в изпълнение на Валя Балканска.

„Да представям България на най-престижното суши състезание е чест и отговорност. Но и вдъхновение – защото взимам със себе си не само японската дисциплина, а и енергията на целия екип на Нарру,“ споделя Мартин.

Историята на Мартин е също толкова вдъхновяваща, колкото и ястията му. Преди повече от десетилетие той влиза в семейството на Нарру като барман. Днес е архитектът на суши менюто във веригата и обучител на всеки един от новото поколение майстори.

По интернет



УХТ ще обучава студенти на ново международно ниво

За нашия университет такова партньорство е ключово и стратегическо. Ще изведем на ново международно ниво обучението на студенти в производство на вино, храни и туризъм. Имаме много млади и амбициозни възпитаници, които са готови да направят тази крачка – заяви ректорът на Университета по хранителни технологии проф. Галин Иванов, след като подписа меморандум с генералния секретар на Световната организация по туризъм UN Tourism Зураб Пололикашвили. Това стана в присъствието на министъра на туризма Мирослав Боршош, областния управител на Пловдив проф. Христина Янчева, кмета на града Костадин Димитров, председателя на Парламентарната комисия по външна политика Йорданка

Първо място за УХТ на хакатона „Заедно чрез знание“



Отборът на УХТ спечели първото място и купата на БТА на международния хакатон „Заедно през знание“, проведен във Великотърновския университет на 23.09.25 г., в който се

Фандъкова, генералния директор на БТА Кирил Вълчев, проф. д-р Пламен Моллов, директор на Института за системни иновации по храните и виното към УХТ, преподаватели, специалисти в производството на вино и експерти в сферата на туризма. Проф. Иванов благодари на министър Боршош за оказаната голяма подкрепа.

„За нас образованието е изключително важно. Подписването на такъв меморандум между един от най-влиятелните университети в България и една от водещите организации в света ще даде възможност на много млади хора да получат образование на високо ниво“, заяви министър Мирослав Боршош.

„За първи път сключваме меморандум с университет, който обучава в сферата на гастрономия, туризъм и дори как се прави вино“, заяви Зураб Пополикашвили.

Официалното подписване стана по време на провеждащото се в Пловдив девето издание на Глобална конференция за винен туризъм на Световната организация по туризъм към ООН. Така УХТ става единадесетото висше училище, което има партньорство с международната организация.

Генералният секретар на UN Tourism Зураб Пополикашвили гостува на УХТ в началото на

състезаваха студенти от 7 национални университета – ИУ-Варна, ТУ-Габрово, ЮЗУ Благоевград, Великотърновския университет, Бургаския свободен университет и Русенски университет „Ангел Кънчев“.

Бизнес идеята беше уникална, иновативна и приложима с висок социален екологичен и икономически ефект. Студентите от УХТ предложиха платформа за образование, която мотивира ученици и студенти за лично израстване, чрез превръщане на лични постижения във виртуална валута! Платформата подпомага синергичния ефект между регионален бизнес, образователни и културни институции, местна власт, туризъм, спорт и служи като ефективен инструмент за кохезионната политика на Европейския съюз, в условията на Индустрия 5.0! Гордеем се с нашите студенти от Стопански факултет: Елизавета Борддюг, Виктория Венчева, Йоан Йосифов, Деница Иванова, Ангелина Топалова и Александър Михайлов!



Проф. Галин Иванов (вдясно) и Зураб Пололикашвили подписват меморандума за партньорство

тази година и остана впечатлен от високото ниво на неговата дейност.

Деветата Глобална конференция за винен туризъм на Световната организация по туризъм на ООН, се проведе на 6 и 7 октомври под мотото „Изкуството на винения туризъм“ в Пловдив. Над 300 участници от 30 страни се представят в нея. Българското издание на форума подчертава връзката между винения туризъм и изкуствата, представяйки и двете като важни средства за опазване на наследството, насърчаване на творчеството и повишаване на привлекателността на селските и лозаро-винарските дестинации.

Световната организация по туризъм (СОТ) е специализирана агенция на ООН и водеща международна организация в областта на туризма. В нея членуват 155 страни, 7 територии и над 400 партньори. Основните цели на СОТ са подпомагане на устойчивото развитие на туризма, популяризирането му като движещ фактор за икономически растеж и устойчиво развитие, и намаляване на негативното му влияние.

Чрез представяне на утвърдени и нововъзникващи практики и насърчаване на сътрудничеството между секторите, 9-ата Глобална конференция за винен туризъм на Световната организация по туризъм на ООН ще затвърди ролята на сектора като катализатор за устойчиво развитие, където изкуството на винопроизводството и изкуството на преживяването се съчетават в една от най-богатите на култура винени дестинации в Европа, съобщават още организаторите на събитието.

По <https://uft-plovdiv.bg/>

Бисфенол А и бисфенолни производни – забрана, дерогация и преходни периоди

Светла Петрова, Валентина Багдасарян

Резюме

Забраната за употреба на бисфенол А като мономер в поликарбонатни пластмасови изделия за контакт с храни, предназначени за многократна употреба в професионално оборудване за производство на храни, както и употребата му в лакове и покрития на епоксидна основа, е от съществено значение на производителите на опаковки за храни и напитки. Новият Регламент (ЕС) 2024/3190 на Европейската комисия освен забрана за употребата на бисфенол А и бисфенолни производни, включва дерогация за употребата му, проверка съответствието на материалите, включени в дерогацията и преходните периоди за пускане на пазара на изделия, произведени от бисфенол А и бисфенолни производни.

Ключови думи: материали и предмети в контакт с храни, бисфенол А, бисфенолни производни, дерогация, проверка на съответствието, преходни периоди

Bisphenol A and bisphenol derivatives – ban, derogation and transitional periods

Svetla Petrova, Valentina Bagdassarian
National Center of Public Health and Analyses

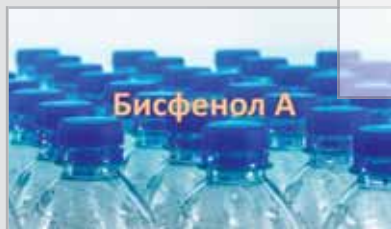
Summary

The ban on the use of bisphenol A as a monomer in polycarbonate plastic food contact products intended for repeated use in professional food production equipment, as well as its use in epoxy-based varnishes and coatings, is of essential importance to manufacturers of food and beverage packaging. The new Regulation (EU) 2024/3190 of the European Commission, in addition to a ban on the use of bisphenol A and bisphenol derivatives, includes a derogation for its use, verification of the conformity of the materials included in the derogation and transitional periods for placing on the market products made from bisphenol A and bisphenol derivatives.

Keywords: food contact materials and articles, bisphenol A, bisphenol derivatives, derogation, compliance verification, transitional periods

Въведение

Влизането в сила на новите законодателни изисквания относно забраната за употребата на бисфенол А и неговите производни, постави пред производителите на материали за контакт с храни редица въпроси. Те предимно се отнасят до дерогацията за ВРА, предвидените преходни периоди за пускане на изделия на пазара на ЕС, както и проверката на съответствието на материалите и предметите за контакт с храни. Настоящата работа има за цел да поясни причините за дерогацията, както и да обясни случаите, при които се провежда аналитично изпитване за доказване на липсата на ВРА.



Дата	+ още 12 месеца	
2028	До 20 януари 2029	Няма посочена дата
		Пълнените опаковки за храни могат да останат на пазара на ЕС до изчерпване на количествата.
е пуска на пълнените останат приложение на	Всяка незапълнена опаковка трябва да е била напълнена с хранителни продукти и пусната на пазара на ЕС.	Пълнените опаковки за храни могат да останат на пазара на ЕС до изчерпване на количествата.
бде ът е. от крайния	Вече не може да остане на пазара (т.е. не може да бъде прехвърлено от един бизнес на друг).	Операторите на хранителни предприятия могат да продължат да използват изделията до подмяната им.

3. Commission Regulation (EU) No 10/2011 of 14 January 2011 on plastic materials and articles intended to come into contact with food, OJ L 12, 15.1.2011, p. 1, ELI: <http://data.europa.eu/eli/reg/2011/10/oj>

4. Regulation (EU) 2025/40 of the European Parliament and of the Council of 19 December 2024 on packaging and packaging waste, amending Regulation (EU) 2019/1020 and Directive (EU) 2019/904, and repealing Directive 94/62/EC, OJ L, 2025/40, 22.1.2025, ELI: <http://data.europa.eu/eli/reg/2025/40/oj>

5. Regulation (EC) No 1272/2008 of the European Parliament and of the Council of 16 December 2008 on classification, labelling and packaging of substances and mixtures, amending and repealing Directives 67/548/EEC and 1999/45/EC, and amending Regulation (EC) No 1907/2006, OJ L 353, 31.12.2008, p. 1, ELI: <http://data.europa.eu/eli/reg/2008/1272/oj>

6. <https://www.efsa.europa.eu/en/applications/foodcontact-materials/regulationsandguidance>

7. Consolidated text: Regulation (EC) No 1272/2008 of the European Parliament and of the Council of 16 December 2008 on classification, labelling and packaging of substances and mixtures, amending and repealing Directives 67/548/EEC and 1999/45/EC, and amending Regulation (EC) No 1907/2006, ELI: <http://data.europa.eu/eli/reg/2008/1272/2025-02-01>

8. Fruits and vegetables excluding products defined in Annex I of Council Directive 2001/112/EC of 20 December 2001 relating to fruit juices and certain similar products intended for human consumption. OJ L 10, 12.1.2002, p. 58. ELI: <http://data.europa.eu/eli/dir/2001/112/oj>

9. Fishery products as defined by Regulation (EC) No 853/2004 of the European Parliament and of the Council of 29 April 2004 laying down specific hygiene rules for food of animal origin. OJ L 139, 30.4.2004, p. 55. ELI: <http://data.europa.eu/eli/reg/2004/853/oj>



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

За един Весел Хелоуин!

От предизвикващи тръпки сладкиши до чудовищни малки тикви – предлагаме възможност да си разнообразите празника.

„Чудовищни“ малки тикви с ориз

Продукти за 10 малки тикви: 600 г. тиква, 1 глава кромид лук, 600 мл. растителен бульон, 300 г. ориз, малко масло, 30 г. настърган пармезан, 3 стръка целина, няколко черни маслини без костилките, зехтин, сол

Лесна рецепта.

Време за подготовка: 30 минути;

Време за готвене: 40 минути

Метод на приготвяне

1. Обелете кората и изчистете семките на тиквата. Нарезете я на парченца. След това в тиган сипете малко от зехтина и го загрейте. Добавете ½ глава накълцан кромид лук. Запържете за няколко минути.

2. Добавете тиквата на парчета. Сипете няколко черпака растителен бульон. Оставете да се вари 15 минути или докато тиквата омекне. Леко подсолете. С миксер разбийте всичко на пюре.

3. Сложете в тиган с малко зехтин останалия кромид лук, нарязан на кубчета. Оставете го да се запържи за две минути или до златисто.

4. Сложете ориза при кромидия лук. Полейте с един черпак растителен бульон. Оставете го да се изпари. Продължете варенето, като прибавяте бульон малко по малко така, че той да се поеме от ориза.

5. Добавете тиквеното пюре към ориза 5 минути пре-



ди края на варенето му. Разбъркайте, подсолете по ваш вкус и загасете котлона.

6. Смесете с бучката масло и настърганото сирене. Разбъркайте добре и сипете сместа в порцеланова чиния.

7. Изрежете от черните маслини без костилки триъгълничета и квадратчета, за да направите очи и уста на малките тикви.

8. Оформете топки от ориза като изстине. С върха на нож издълбайте жлебчета върху тиквите. След това залепете парченцата от маслини, за да получите „чудовищни лица“.

9. Отрежете пръчици от стръковете целина. Забучете ги върху малките тикви, за да направите дръжки. Украсете с листенца от целина.



Продукти за 8 браунита:

За тестото: 130 г. лесно разтапящ се шоколад, 3 яйца, 150 г. тръстикова захар, 30 г. горчиво какао на прах, 50 г. брашно, 1 пакетче мая на прах за сладкиши, 120 мл. слънчогледово олио;

За украсата: 1 белтък, 150 г. пудра захар, 12 кръгли шоколадови бонбони, 16 очички от захар, разтопен шоколад или черна глазура

добавете разтопения шоколад. Разбърквайте добре, за да получите хомогенна смес.

Прибавете горчивото какао, брашното и олиото, като разбърквате продължително с бъркалката. После добавете и маята.

Покрийте тава с лист хартия за готвене. Сипете сместа в нея. Сложете я за 35 минути във фурна предварително загрята до 160 градуса. След

Браунита паяци

Лесна рецепта;
Време за подготовка: 30 минути;

Време за готвене: 35 минути

Метод на приготвяне

За тестото
Разтопете шоколада на парна баня в тенджерка.

Разбийте яйцата и захарта с бъркалка и

завършване на печенето извадете тавата и я оставете да изстине.

За украсата

Разбийте белтъка с електрически миксер. След това добавете пудрата захар. Разбъркайте добре, за да смесите продуктите.

Сложете сместа в сладкарски пош с тънък крайник. Шприцвайте концентрични кръгове и напречни линии върху тортата, за да получите паяжини.

Оставете украсата да изсъхне. После нарежете тортата на 8 парчета. Поставете върху всяко разполовени шоколадови бонбони и очички от захар, за да направите паяците. Шприцвайте пипалцата с разтопения шоколад или с черната глазура. Сервирайте браунитата.

Превод: Мая Гелева
По сн. E' sempre mezzogiorno!

INTRAMA
www.intrama-bg.com

Комплексни решения
за ХВП и търговията

Опаковане  
Оборудване

Етикети  
Сервиз & Софтуер

**Глътка ободряващо
удоволствие
за теб**



Линекс ЕООД, гр. Свищов, тел. 063164404,
e-mail: office@linobg.com, www.lino.bg

Милмекс ООД

Производство
на захарни
и шоколадови
изделия,
диетични
и диабетични
продукти



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

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

АРОМАТИ
Емулсии / Бази (Пълна гама).

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

Консерванти, Подсладители,
Витамины, Масла др.

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



Tea tradin ТЕА ТРЕЙДИНГ
ООД

**Внос и продажба на
консумативи за месната
индустрия. Форми за шунки.
Витрини за зреене на месо и
колбаси.**

1138 София, кв. Горубляне, ул. Люляк 9
тел./факс: 02 974 50 01
моб.: 088 8915 249
e-mail: teatradin@abv.bg,
www.teatradin.eu

**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: t.zlatev@FoodsLawFirm.com

**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 - овкусители за:
млечна промишленост;
сладкарски изделия;
консервирани храни;
производство на snack 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
HBC

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/>





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/>




НБСХС
 НАЦИОНАЛЕН БРАНДОВИ СЪЮЗ
 НА ХЛЕБАРИТЕ 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/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/>



ПГХВТ „Професор д-р Георги Павлов“
 София

Подготвяме вашите кадри за

Производство:


- ▶ на месо, месни продукти и риба
- ▶ на мляко и млечни продукти
- ▶ на захар и захарни изделия

София, ул. „Хайдут Сидер“ №10
 тел/факс: 028229100 – директор
 тел: 028221374 – пом.директор, канцелария
 e-mail: info-2206411@edu.mon.bg
pghvt_sf@abv.bg
<https://pghvt-gpavlov.org>



Производство на месни кулинарни заготовки – порционирани, замразени, готови за директно влагане, с насоченост конфектомати, 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



САЛОН ЕООД

Производство на хлебни и сладкарски изделия, локуми, халва, филиран бадем, филиран фъстък, фондан.

1000 София
 Магазин: ул. Гургулят 27,
 Цех: ул. Орчо Войвода 8 Б
 Тел.: 02 952 26 25, 02 955 62 20
 Факс: 02 955 63 05
 e-mail: salon@mb.bia-bg.com
 web: bg-salon.com



сушени зеленчуци и подправки

www.bulgarluk.com



Кремио ЕАД

myday

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



„Бай Бисер“ ЕООД

Производител на закуски и тестени изделия

www.baibiser.bg

XVII Национален конкурс за най-добра опаковка **„ПРИЗ ПАК 2025“**



Произвеждате храни или напитки...
Произвеждате опаковки...
Това е Вашият конкурс! Включете се сега!

Финал на конкурса през ноември 2025 г.
Не пропускайте и традиционната Национална научно-практическа конференция „Тенденции в опаковането на храни и напитки – технологии, материали, екология и нормативна уредба“ – 30 октомври 2025 г.

Повече информация и записване на

тел.: 02 988 05 89;

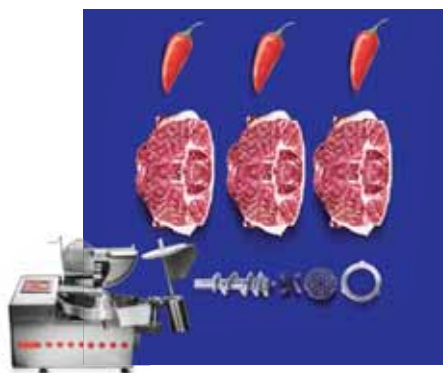
GSM: 088 46 46 919;

e-mail: info@fpim-bg.org;

www.fpim-bg.org



МЕСОМАНИЯ



БУЛПЕК



12-15
НОЕМВРИ
2025



WINE
&
SPIRITS
SHOW

ПЪТЯТ НА
МЛЯКОТО



ИНТЕРФУД
& ДРИНК

