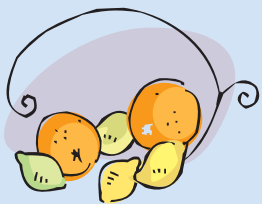


Иновация
с много
предимства

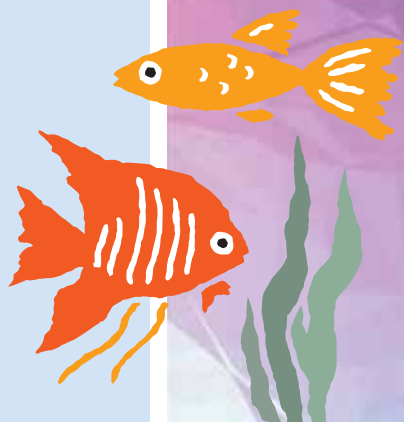
Опаковката,
която
продава



За здрав
народ,
продукти от
родната земя

Новости

Бизнес-
справочник



ЛИТЕРАТУРА В ПОМОЩ НА ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

„Моите захарни фигурки“

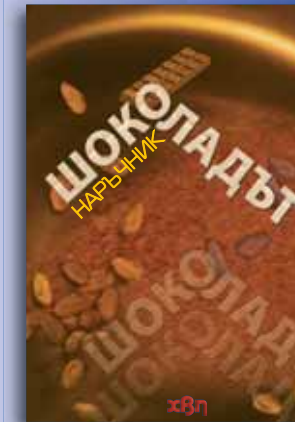


Наръчник „Изчисляване на енергийната стойност на храните“

Наръчник „Шоколадът“

и още много заглавия,
полезни за вашата
практика...

www.fpim-bg.org



**ИМАТЕ ОРИГИНАЛНИ ОПАКОВКИ!
ИМАТЕ ОРИГИНАЛНИ ИДЕИ ЗА ОПАКОВКИ!**

ПОКАЖЕТЕ ГИ НА

PRIZE PACK

Националният конкурс за най-добра опаковка

„ПРИЗ ПАК 2020“

Списание ХВП организира Дванадесети Национален конкурс за най-добра опаковка ПРИЗ ПАК 2020

Целта на конкурса е да бъдат отличени и популяризирани нови опаковки и опаковъчни материали за храни и напитки.

Те трябва не само да представят опакованите стоки по най-добрия начин, но и със своите качества да гарантират безопасното и функционално съхранение, удобно транспортиране, рециклиране или унищожаване без замърсяване на околната среда.

Условия за участие в конкурса – право на участие имат всички производители и вносители на храни и напитки, на опаковъчни материали и опаковки, които присъстват на българския пазар.

Основни категории опаковки: ПОТРЕБИТЕЛСКИ И ТРАНСПОРТНИ

Категории потребителски опаковки:

- Хартия и картон;
- Пластмаса и комбинирани материали;
- Стъкло;
- Метал.

Категории транспортни опаковки:

- Пластмасови;
- Вълнообразен картон;
- Други.

Финалът на конкурса и обявяването на наградените в различните категории ще бъде по време на изложенията за храни и напитки в Интер Експо Център София – (04 - 07 ноември 2020г).

Резултатите от конкурса ще бъдат публикувани в списанията ХВП, „Целулоза и хартия“, „Опаковки и печат“, интернет бюлетина на сп. ХВП, в сайта на списанието www.fpim-bg.org, на ИЕЦ <https://iec.bg/> и анонсирани по национални медии.

Победителите получават правото да поставят на наградените опаковки специалната запазена марка на конкурса.

Наградените опаковки ще бъдат изложени на щанда на сп. ХВП по време на международните изложби за храни, напитки и оборудване.

Не пропускайте и традиционната Национална научно-практическа конференция, посветена на новостите в опаковането на храни и напитки – 21 октомври 2020 г.

Срок за заявяване на участие в конкурса **26 октомври 2020 г.**
в редакцията на сп. ХВП в София, тел.: 02/ 988 05 89

Повече подробности на www.fpim-bg.org



СЪДЪРЖАНИЕ

Година LXIX
Брой 5/2020

Съвременно законодателство за модерно производство	5
Екосистема с опаковки за многократна употреба	9
Иновация с много предимства	10
Милениалите – фактор за бъдещата устойчивост на хранителните услуги	12
Новости	9, 13, 14, 18, 25
Бутилка разочарование за PET	15
Опаковката, която продава	19
За здрав народ, продукти от родната земя	22
Витамини и минерали, допринасящи за нормалната функция на имунната система, разрешени за здравни претенции	26
Пиво с по-висок антиоксидантен капацитет чрез добавяне на билки – мента и маточина	29
Нормативни изисквания при употреба на защитени наименования на земеделски продукти и храни, предлагани на пазара в ЕС	34
Бизнессправочник	39



Фирми, представени в броя:

АРСТ
Готи
Грант Аксес
ИНТРАМА
Международен Пловдивски панаир
ЦСБ Систем България
ПризПак
Ребранд
Унистър
ФНТС
WORLDFOOD Ukraine



Companies represented in the issue:

ARST
CSB System Bulgaria
FSEU
GOTHI Унистър
Grant Access
International Plovdiv fair
INTRAMA
Priz Pack
ReBrand
WORLDFOOD Ukraine

Здравейте, уважаеми читателю,



Не зная какъв ще е окончателният ефект от пандемията, но тя поне провокира и стимулира някои позабравени навици и закърнели качества както у народа ни, така и у държавните структури. Определено ДФ „Земеделие“ активизира своята дейност и започна по-честост да си върши работата. Стъгват се срокове както за подаване на документи, така и за тяхното обработване и финализиране на плащанията. Няма ден да не получаваме сводка за започнати програми или приключили плащания.

Дано този ритъм се запази и в бъдеще, още повече, че освен „короната“, ни атакува и климата. Няма да анализирам причините за тези промени, но резултатите са налице – от суша до проливни дъждове и градушки. А всичко това рефлектира в агрохранителната верига, която така или иначе е в основата на живота на планетата. И като си знаем, че нашите земеделци не са на „ти“ със застраховането, финансовият ефект от климатичните промени няма да е много положителен и МЗХГ и държавата ще трябва отново да се намесват.

А ние доста често пишем за необходимостта от пренастройване на нашето земеделие, от използване на нашите, български сортове, които са по-пригодни за климатичните условия по земите ни. Защото напоследък много шум се вдигна по темата за българските стоки в магазините, но дали те са български, след като посадъчният материал се взема от къде ли не по света, само не и от нашите агроспециалисти. А високите добиви не винаги са право пропорционални на качеството. Така че търговският интерес не винаги гарантира финансовия интерес на производителите.

Но, както се казва, ще поживеем, ще видим. А в контекста на рестартирането на живота в страната, ние насочваме следващия си брой към Международния технически панаир в Пловдив, (14-19. 09. 2020г.), и отваряме страниците си за фирмите, без които ХВП не може – машиностроене, оборудване, енергетика, управленски софтуер, транспорт и т.н. Така че не пропускайте възможността да се популяризирате чрез нашите страници.

Напомниме и за Националния конкурс за най-добра опаковка **Приз Пак 2020**. Въпреки всички ограничения и трудности, хранителната верига активно работи и предлага своите продукти. А за тях от първостепенно значение е съвременната опаковка във всичките ѝ измерения. Посетете сайта ни <http://fpim-bg.org/>, за да се запознаете с условията и се включете в конкурса, за да покажете своите постижения в областта на опаковките.

На всички наши читатели желаем едно хубаво лято, въпреки всичко, и нека бъдем партньори в тези трудни времена!

За екипа на сп. ХВП
Петко Делибеев,
главен редактор



Колко разбира Вашият софтуер от храни?

Нашият много.

Браншово специфични процеси, интеграция на машини и съоръжения, мониторинг и репортинг, обратна проследимост, управление на качеството и още много. CSB-System е фирменият софтуер за хранително-вкусовия бранш. Като цялостно решение той покрива ERP, FACTORY ERP и MES. И на всичкото отгоре в него са включени стандарти от най-добри практики.

Желаете да узнаете, защо лидери в бранша залагат точно на CSB?

Content

Year LXIX
Issue 5/2020

Modern legislation for modern production	5
Ecosystem with reusable packaging	9
Innovation with many advantages	10
Millennials - a factor for the future sustainability of food services	12
News	9, 13, 14, 18, 25
Bottled up frustration for PET	15
The packaging which sales	19
For a healthy people, products from the native land	22
Vitamins and minerals contributing to the normal function of the immune system, authorized for health claims	26
Beer with higher antioxidant capacity by adding herbs - peppermint and lemon balm	29
Regulatory requirements for the use of protected names of agricultural products and foods, marketed on the EU market	34
Businessguide	39



19



25

„ХРАНИТЕЛНО-ВКУСОВА ПРОМИШЛЕНОСТ“
ISSN 1311-0179

Национално научно-приложно списание

Издава КООП „ХВП“ ©

Със съдействието на Университет по хранителни технологии - Пловдив и Селскостопанска академия към МЗХГ

Редколегия:

проф. д-р Веселка Дулева дм, доц. Валентина Багдасарян, доц. Георги Джатов, проф. Йордан Гогов, доц. д.н. инж. Кирил Михалев, д-р инж. Магдалина Гаджева, инж. Милчо Бошев, Пантелей Тошев, д-р Светлана Минкова, чл. кор. проф. д.т.н. инж. Стефан Драгоев, проф. Чавдар Дамянов

Директор: доц. Георги Джатов, тел.: 02 988 05 89

Гл. редактор: Петко Делибеев, тел.: 02 988 05 89; e-mail: info@fpim-bg.org

Маркетинг и реклама: Виолета Георгиева тел.: 02 988 05 89; e-mail: fpim_adv@abv.bg

Дизайн: Зора Янчева, тел.: 02 987 64 82; e-mail: dizart@abv.bg

Адрес на редакцията:

София 1000, ул. „Раковски“ 108, ет. 6, офис 605; GSM: 088 4646 919;

Печат: M&BM; www.mbm-bg.com

Препечатването е разрешено с позоваване на източника. Редакцията не носи отговорност за съдържанието на рекламните и PR материали. Мнението на редакцията не винаги съпада с мнението на авторите на статиите.

Абонамент чрез Български пощи, „Доби прес“, РП.

АБОНИРАНЕ В РЕДАКЦИЯТА ПРЕЗ ЦЯЛАТА ГОДИНА !

FOOD PROCESSING INDUSTRY MAGAZINE

ISSN 1311-0179

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 and Food

Editorial board:

Prof. Chavdar Damianov DSc., Assoc. Prof. George Djatov, Prof. Jordan Gogov, Assoc. prof. Kiril Mihalev, Dipl. eng. Magdalina Gadjeva, Ph.D., Dipl. eng. Milcho Boshev, Pantelei Toshev, Prof. Stefan Dragoev DSc, Corresponding Member of the BAS, Ph.D. Svetlana Minkova, Prof. Veselka Duleva DSc., Assoc. Prof. Valentina Bagdasarian

Director: Assoc. Prof. George Djatov, Tel.: + 359 (0) 2 988 05 89

Editor-in-Chief: Petko Delibeev, Tel.: + 359 (0) 2 988 05 89 e-mail: info@fpim-bg.org

Advertisement: Violeta Georgieva Tel.: + 359 (0) 2 988 05 89 e-mail: fpim_adv@abv.bg

Design: Zora Yancheva, Tel.: + 359 (0) 2 987 64 82, e-mail: dizart@abv.bg

Address: BULGARIA, 1000 Sofia, 108 Rakovsky Str., fl. 6, office 605, Tel./Fax: +359(0)2 988 05 89;

GSM: +359 88 4646 919; e-mail: info@fpim-bg.org

Printing: M&BM; www.mbm-bg.com

Съвременно законодателство за модерно производство

При всички проблеми, които високосната 2020 година ни създаде, в нея най-после приключи една законотворческа одисея. Почти едновременно бяха приети два закона – за управление на агрохранителната верига и за храните – така дълго очаквани от българските производители на храни и напитки. Каква е взаимовръзката между тях и кои са някои от основните акценти сподели за нашите читатели д-р Димитър Димитров, държавен експерт в отдел „Безопасност на храните“, дирекция „Политики по агрохранителната верига“:



Двата закона наистина са много тясно свързани и така се движеха през годините, като взаимно се настигаха или изпреварваха. Всъщност, добре е, че накрая бяха приети почти едновременно в много кратък период. По принцип може да се каже, че Законът за управление на агрохранителната верига е закон с по-рамков характер, който има за цел да сложи по-голям ред и да урегулира в съответствие със съвременните реалности задълженията и отговорностите на компетентните органи по цялата агрохранителна верига (АХВ). Най-важната причина да се появи този закон, е неотдавна приетият на европейско ниво нов Регламент за официалния контрол [Регламент (ЕС) 2017/625 на Европейския парламент (ЕП) и на Съвета от 15 март 2017 г. относно официалния контрол и другите официални дейности, извършвани с цел да се гарантира прилагането на законодателството в областта на храните и фуражите, правилата относно здравеопазването на животните и хуманното отношение към тях, здравето на растенията и продуктите за растителна защита, за изменение на регламенти (ЕО) № 999/2001, (ЕО) № 396/2005, (ЕО) № 1069/2009, (ЕО) № 1107/2009, (ЕС) № 1151/2012, (ЕС) № 652/2014, (ЕС) 2016/429 и (ЕС) 2016/2031 на ЕП и на Съвета, регламенти (ЕО) № 1/2005 и (ЕО) № 1099/2009 на Съвета и директиви 98/58/ЕО, 1999/74/ЕО, 2007/43/ЕО, 2008/119/ЕО и 2008/120/ЕО на Съвета, и за отмяна на регламенти (ЕО) № 854/2004 и (ЕО) № 882/2004 на ЕП и на Съвета, директиви 89/608/ЕО, 89/662/ЕО, 90/425/ЕО, 91/496/

ЕО, 96/23/ЕО, 96/93/ЕО и 97/78/ЕО на Съвета и Решение 92/438/ЕО на Съвета (ОВ, L 95/1 от 7 април 2017 г.)], който по подобен начин урежда изискванията по отношение на цялата агрохранителна верига. Независимо дали ще се извършва контрол на храни, на фуражи, на правилата относно здравеопазването на животните и хуманното отношение към тях или здравето на растенията и т.н., принципите за провеждане на проверките и на контрола като цяло, трябва да се подчиняват на едни и същи правила. Доскоро тази материя бе много разпокъсана в редица секторни закони, които се отнасят за отделни части от агрохранителната верига, всеки писан по различно време и това предопределяше много разнородни практики в извършването на контрола, понякога противоречащи си. Като се има предвид, че голяма част от структурите, които контролират елементите на АХВ, са от системата на едно ведомство – МЗХГ, не беше редно да съществува подобен разнород. Законът за управление на агрохранителната верига има точно тези амбиции – да създаде необходимите условия в страната за прилагането на Регламента за официалния контрол, без разбира се да го преповтаря. Законът урежда за кои елементи на АХВ кои контролни органи отговарят, в това число контролни органи към Министерството на здравеопазването, Министерството на икономиката, Министерството на околната среда и водите, които също имат задължения за извършване на контрол в някои части на АХВ. Разбира се, в закона се регламентират

и редица други аспекти освен контрола, например органите, осъществяващи държавната политика по агрохранителната верига, оценката на риска по агрохранителната верига и обмена на информация между компетентните органи на национално и европейско ниво и т.н. Затова беше добре, че макар и с малко този закон изпревари новия Закон за храните. Така се даде възможност в Закона за храните да не се разписват подробно и в детайли аспектите, свързани с извършването на контрола. Това от своя страна позволи в този закон да има препращане към съответните европейски и национални нормативни актове и материята в него да се съсредоточи основно към по-специфичните за храните изисквания, а не толкова върху общите принципи за контрол, които се прилагат по цялата агрохранителна верига.

Кои са новите моменти в Закона за храните, които трябва да се знаят от производителите на храни и напитки?

Една от най-значителните промени в новия Закон за храните, спрямо доскоро действалия, е една голяма тема, а именно - процедурите свързани с регистрацията, респ. одобрението на обектите за производство, преработка и/или дистрибуция на храни. В отменения вече закон имаше само един вид действие, което

бяха прибавени текстове за това кога може на етикетите да се поставят обозначенията „Добит в България“ или „Продукт от България“. Това са едни изцяло национални изисквания, които имат за цел също да унифицират използваната терминология, тъй като до момента се срещаха всякакви варианти на подобни надписи – „Произведен в ...“, „Направен от...“, „Родно производство“ и т.н. Съгласно новия Закон за храните, когато става въпрос за първични продукти, които са добити на територията на България, може да се постави обозначението „Добит в България“ или „Продукт от България“. Обозначението „Продукт от България“ може да се поставя на храни, когато основната съставка, използвана за тяхното производство, е добита на територията на България и нещо, което е много важно и не беше ясно досега – когато всички етапи на производствения процес се осъществяват на територията на Република България. Двете условия се прилагат кумулативно. Само тогава Законът за храните дава възможност да се поставя това обозначение. То може да се придружава от географска карта или друг символ, който съдържа информация, че храната е произведена на територията на Република България.

Транспортът и опаковките вече са включени в Закона за храните. Кои са основните моменти за тези две важни звена от хранителната верига?

Другите сравнително нови аспекти в закона безспорно са свързани с тези две теми. По отношение на материалите и предметите за контакт с храни през годините е имало голяма неяснота дали предприятията за тяхното производство е трябвало да се регистрират по чл. 12 от стария закон. Още по-странното е, че от различни контролни органи са прилагани различни практики и в крайна сметка, най-после в този Закон за храните ясно е постановено, че предприятията за производство на материали и предмети за контакт с храни подлежат на регистрация. Така се слага край на съществуващата несигурност и противоречивост в законодателството, а от гледна точка на контрола се слага ред.

Що се касае до изискванията към самите материали и предмети за контакт с храни, изцяло е в сила онова,

което е валидно на европейско ниво. Всички регламенти и директиви, които и досега са се прилагали в България, запазват действието си. Същевременно, в Закона за храните е запазена възможността при възникване на необходимост от въвеждане на национални нормативни изисквания за материали и предмети за контакт с храни, за които към момента няма общи изисквания на европейско ниво, да се направи съответното законодателство. Отчетено е, че на европейско ниво за немалка част от всички материали и предмети за контакт с храни няма общо законодателство, и че определени страни членки имат свои национални разпоредби, така че такава възможност е запазена и за България.

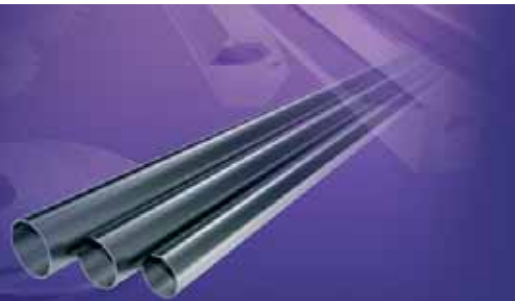
Що се отнася до транспорта на храните, тук наистина сме в много нова обстановка. Досега е имало някакви частични изисквания за регистрация на транспортните средства за превоз на храни, но това бяха разпоредби в Закона за ветеринарно-медицинската дейност, които са

отменени и прехвърлени към Закона за храните. Освен това те се отнасяха единствено за случаите на превоз на храни или суровини от животински произход.

С новия Закон за храните тази материя беше систематизирана и развита. Цял раздел в закона е посветен на регистрацията на транспортните средства за превоз на храни. По изричното настояване на част от бизнеса, освен за храни от животински произход, както е изискването на европейското законодателство, се въведе регистрацията на превозните средства, с които се извършва транспортиране и на някои храни от неживотински произход, като брашно, хляб, хлебни и сладкарски изделия. Самата процедура по регистрация е направена доста гъвкаво. Като се изхожда от хипотезата, че предприятията, произвеждащи храни от неживотински или животински произход, подлежат на регистрация или одобрение, законът дава възможност, в рамките на съответната процедура да се извърши и регистрацията на



АРСТ ООД



Търговия и производство на оборудване от неръждаема стомана. Фирмата разполага с машина за плазмено рязане Microstep CNC PLS 6001.20P както и друга техника за огъване и заваряване на стомани.



ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification

„Арст“ ООД
6000 Стара Загора,
кв. „Индуриален“
ул. Промислена
тел.: +359 42 601 477

търговски отдел тел.: +359 42 601477

факс: +359 601471
office@arstood.com
http://arstood.com



Екосистема с опаковки за многократна употреба

MIWA, технологична компания със седалище в Прага, Чехия, твърди, че е разработила цялостна бизнес екосистема с интелигентни опаковки за многократна употреба. Екосистемата е базирана на ефективен начин за продажба на стоки, като в същото време свежда до минимум отпадъците от опаковки. Компанията е създала кръгова система от контейнери за многократна употреба, които, използвайки интелигентни технологии, са адаптирани към днешната логистика и отговарят на логистичните и хигиенни стандарти на веригите супермаркети.

Транспортната капсула е 12-литров контейнер за многократна употреба, който постоянно циркулира между производителя на храни, магазина и почистващия център. След напълване той съдържа инфор-



потребителите използват съда и приложението си MIWA, за да закупват и съхраняват храната. След като контейнерите се изпразнят, MIWA ги събира, почиства и връща на производителя за ново пълнене. От фирмата твърдят, че цялостното отрицателно въздействие над околната среда намалява със 71%.

Контейнерите са въведени в магазини в Чехия преди повече от година и бизнесът бързо се разраства, според основателя и изпълнителен директор Петър Бака. Той работи с по-големи компании като Nestlé за по-нататъшно развитие



мация за продукта в него и запазва неговата свежест по време на дистрибуцията. В него има тънка, еднократна, рециклируема пластмасова торбичка, която осигурява хигиенната защита.

Модулният рафт в магазина, на който са контейнерите с храна, също е оборудван с интелигентна технология за проследяване на инвентара и информация за срока на годност. Интелигентни клапани лимитират потока автоматично. Потребителите купуват рециклируем съд MIWA и го регистрират за достъп до данни и за съхраняване на храна у дома. Потребителят може да изтегли приложение за достъп до информация за продукта, както и да научи колко отпадъци от опаковки са избегнати с новата система.

Процесът е прост. Производителите напълват контейнерите за многократна употреба, търговците на дребно ги подреждат и показват в модулния рафт, а

и разширяване на системата. В момента тя работи и в Швейцария. MIWA планира да я разшири в Германия и Франция, което поради пандемията бе забавено.

Петър Бака специално обяснява, че иска MIWA да бъде от полза за всички производители, за търговците и потребителите. Производителите, търговците на дребно и купувачите се ангажират с платформата, за да се свържат в общата цел за устойчивост.

Надяваме се – казва той – да създадем ползи за всички участващи по веригата – по отношение на логистиката, пазаруването и управлението на веригата за доставки. Крайната цел е възприемането на опаковки за многократна употреба.

<https://www.aipia.info/>



Иновация с много предимства

Част от все по-актуалната тема за устойчиво развитие на икономиката е проблемът опаковка. А той е особено сериозен при хранителната и питейна индустрия, където освен икономическия и търговски ефект от опаковката, основен приоритет е и безопасното съхранение на опакованите продукти. Именно затова процесът на търсене и внедряване на иновативни технологии в опаковането е от съществено значение. Това ни накара да се срещнем с двама инженери от водещата в областта на техниката и материалите за опаковане на храни, INTRAMA, които от известно време предлагат на клиентите нова технология, осигуряваща много предимства при опаковането на храни. Инж. Георги Забилев, ръководител производство и инж. Мартин Минчев, конструктор и създател на новата технология за управление на термоформоването, INTRAMA TF Control, с нескрито самочувствие ни разказаха за своята иновация и ни я показаха в действие. Ето какво чухме и видяхме при посещението ни в INTRAMA:

Инж. Забилев: *Като цяло пазарът в целия свят и не само в нашия бранш е много динамичен и ние се стремим да отговорим на неговите очаквания. А клиентите очакват от нас да им предложим решения, които са устойчиви, работещи и най-вече икономически ефективни. Те търсят добра и качествена опаковка, която има ниска себестойност. Създадената от нас иновативна система за контролира-*



INTRAMA
accent

но термоформоване – INTRAMA TF Control ни помогна много да реализираме точно това очакване на нашите клиенти. С нея постигаме намаляване на дебелината на фолиото, без да правим компромис с качеството на опаковката. Постигаме добро изтегляне на по-голяма дълбочина с едни и същи параметри на фолиото.

Успяхте ли да избегнете проблема с ъглите и късането на фолиото?

Инж. Минчев – *При по-голяма дълбочина и режим на формоване без TF Control опаковката се разрушава още при формоването. С новата система успяваме да контролираме изтеглянето на фолиото по цялата дълбочина.*

Освен това, в сравнение с конвенционалните машини, при които дълбочината на изтегляне се регулира с алуминиеви подложки през определени разстояния, при нашата технология това става автоматично, като на пулта за управление се задава дълбочина на изтегляне и когато достигне зададената стойност по хидравличен път системата

се заключва. Иначе машината трябва да се спре, да се отреже фолиото, да се изваждат подложки, което е загуба и на време, и на фолио. Затова се стремим да я внедряваме вече масово за всякакви форми и продукти, за да може, ако няма необходимост от дълбоко изтегляне, да се ползва възможността за автоматично позициониране.



Инж. Забилев – Важно е да отбележим, че системата INTRAMA TF Control е универсална и позволява да се работи на машината и при традиционния вариант на формоване, без да се използва системата за контролирано формоване. Осигурили сме функционалност, чрез която много лесно от пулта за управление може да се смени работния режим на машината. Това е един вид надграждане на термоформовъчни линии INTRAMA Ascent, и всички наши клиенти биха могли да преоборудват своите машини с новия термоформовъчен модул. Друг плюс на TF Control е, че във финансов план стойността и в двата варианта е от един и същ порядък. Като добавим и това, че се икономисва фолио и време, ползата сериозно се увеличава. И не на последно място, при режим на формоване без TF Control просто не може да се постигне същата дълбочина на изтегляне на фолиото без качеството на опаковката да се компрометира.

С тази нова система INTRAMA има крачка преднина пред конкуренцията. И когато клиентът дойде при нас и види работещото решение, може да прецени плюсовете на новата система и ползите за неговото производство. Практикуваме и демонстрация с продукт на клиента. Вече имаме реализирани няколко проекта с TF Control. Първата ни машина работи от година и половина при наш клиент. Той е много доволен от нея, понеже продуктите му са с варираща височина, а в този случай TF Control е перфектното решение за бърза пренастройка на дълбочината на опаковката.

И наистина, при демонстрацията се вижда, че при едно и също фолио, заредено на машината, едни и същи режими – температура, време за подгряване на фолиото, само поради това, че се минава от система без TF Control към система с TF Control резултатът е впечатляващ – по-голяма дълбочина с равномерно изтеглено фолио по дъното и стените и здрава, неспукана опаковка, без дефекти в горните ъгли, които обикновено пречат за нормалното поставяне на продукта в опаковката. Така клиентът получава оптимална опаковка и опакова продукта с по-тънко фолио. Така се постига не само икономически ефект, но и намаляване на екологичния отпечатък от тези опаковки.

Но специалистите от INTRAMA не спират дотук. За да отговорят на нуждите на производителите и изискванията на търговците те са разработили и един по-голям инструмент със 16 малки формички. В момента вървят тествания на тази голямоформатна скица за работа с TF Control.

И понеже по-важно е не колко голяма е стойността на една инвестиция, а това какви ползи носи тя, предлагаме ви основните предимства, осигурявани от иновацията INTRAMA TF Control:



За секунди машината превключва от един режим на работа към друг. Разликата е видима – правилни ъгли и здрави опаковки при TF Control.

- Надеждна защита на продукта, благодарение на по-равномерното изтегляне на фолиото по стените и ъглите на опаковката;
- Намаляване на бракуваната продукция;
- Преустановява се изхвърлянето на фолио и бракувана храна;
- Позволява промяна на дълбочината на изтегляне на опаковката чрез пулта за управление на машината със запаменени желани стойности – бързо, лесно и удобно;
- Възможност за опаковане с до 20% по-тънки долни фолиа, без компромис с качеството на опаковката и при дълбоко изтегляне;
- Намаляване на екологичния отпечатък от опаковъчната дейност;
- Бърза смяна чрез дисплея на режима на работа на машината;
- Благоприятният икономически ефект от всичко това е сигурен и постоянен показател.

Пожелаваме успех на иноваторите от INTRAMA и на техните клиенти, които оценят тези предимства и се възползват от сериозните възможности на новата технология.

Петко Делибеев

www.intrama-bg.com

Милениалите – фактор за бъдещата устойчивост на хранителните услуги

Устойчивостта на веригата за осигуряване с храни става все по-важна, но тя все повече зависи от младите поколения, които подкрепят подобни каузи. През 2018г. 47% от потребителите от поколение Y¹ заявиха, че етичните и екологични аргументи често или винаги влияят при избора им на напитка, за разлика от 2016г., когато този процент е 41%.

От GlobalData, водеща компания за данни и анализи, обръщат внимание, че тази възходяща тенденция подсказва, колко е важно производителите на храни да преминат отвъд повърхностните екологични

практики. Те трябва да включат устойчиви и етични производствени процеси от самото начало и да гарантират цялостна прозрачност по своите вериги за доставки.

Последният доклад на GlobalData, озаглавен „Проучване на хранителните услуги и тенденции за устойчивост“ разкрива, че на фона на „войната с пластмасата“ редица участници прилагат процеси за намаляване на отпадъците. Те използват възобновяема енергия в процеса на веригата за доставки, преминават към по-устойчиви материали за опаковъчни решения, осъвременяват дизайна на продукти като сламки, чаши, сос сашета и бъркалки за напитки.

Раян Уитъкър, потребителски анализатор в GlobalData, казва: *В бъдеще устойчивостта и етиката ще нараснат и ще достигнат до всички видове търговски обекти. Заведенията за кафе и чай ще продължат да бъдат най-силно въздействащи. Ключовите играчи ще насърчават потребителите да използват чаши за многократна употреба и същевременно ще мотивират към иновации извън пластмасата за някои артикули, включително сламки и бъркалки за напитки. От 2018 г. насам над 25% от потребителите с екологично съзнание твърдят, че носят със себе си собствени чаши за многократна употреба, когато вечерят навън.*

Уитъкър добавя: *Хубавото ястие е от ключово значение за търговските обекти за хранителни стоки. Ако искате обаче да запазите тенденцията на устойчивост, трябва да спазите обещанието си от 2019г. да направите 100% от своите пластмасови продукти рециклируеми, за многократна употреба или за компостиране до 2025 г., както се изисква от новите политики на ЕС.*

Таблица 1

Потребители (%) – често/винаги се влияят от това колко етично/опазващо околната среда/социално отговорно е произведен продуктът		
Поколение	2016	2018
i-поколение ²		43% 42% 31% 2018
Поколение Y	40% 41% 36%	43% 47% 41%
Поколение X ³	43% 45% 37%	43% 41% 36%
Бумъри ⁴	40% 39% 32%	43% 35% 29%
Безшумно поколение ⁵	33% 33% 24%	43% 28% 29%

Източник: Потребителски информационен център на GlobalData

¹ Поколение Y (известно и като Милениали или Echo Boomers) е демографска група на хората, родени от началото на 1980-те до началото на 2000-та година.

² Родените след 2000 година

³ Родените между средата на 60-те и началото на 80-те години

⁴ Бумъри – демографска група, следваща Безшумното поколение и предшестваща поколение X

⁵ Родените между 1928 и 1945

Нов метод за рециклиране на пластмаса

Биопластмаса, направена от полилактична киселина стават все по-често срещана в потребителските продукти. Въпреки че полилактичната киселина е биоразградима, рециклирането в нови продукти може би е едно по-устойчиво решение. Изследователи от Обединеното кралство показаха как този процес може да стане по-ефективен, като използваха катализатор на основата на цинк и метанол.

Това е възможно чрез химически процес, който разгражда полилактичната киселина до зелен разтвор, наречен метил лактат. Екип от изследователи от университетите в Бат и Бирмингам тестваха този метод върху три различни продукта, произведени от полилактична киселина – чаша за еднократна употреба, някои отпадъци от 3D принтер и детска играчка. Те установиха, че чашата най-лесно се преобразува в метилов лактат, дори при по-ниски температури, а по-обемната пластмаса от детската играчка, може да се преобразува само при по-високи температури.

Професор Матю Джоунс от Центъра за устойчиви и кръгови технологии на Университета в Бат споделя: *Вълнуващо е да видим, че нашите катализатори са стабилни към добавките в полимера и могат да бъдат използвани за получаване на нови материали с различни приложения.*

Ръководителят на проекта, професор Джо Ууд от



университета в Бирмингам твърди: *Нашата техника разгражда пластмасите на техните химически градивни елементи, преди да ги преработи в нов продукт, така че можем да гарантираме, че новият продукт е с достатъчно високо качество за употреба в други продукти и процеси. Той има реален потенциал да допринесе в постоянните усилия за намаляване на количеството пластмаса, която влиза в депата или се изгаря, създавайки нови ценни продукти от отпадъците.*

Химическият процес е изпробван за количества до 300 мл., така че следващите стъпки ще бъдат допълнително увеличаване на метил лактата, преди той да може да се използва за промишлена преработка.

Изследването е финансирано от Съвета за инженерни и физически научни изследвания. Резултатите са публикувани в списание Industrial & Engineering Chemistry (I&EC) Research.

<https://www.agro-chemistry.com/>

Добре е, че търговските марки включват милениали в своите екологични и етични инициативи. Те търсят постепенна положителна промяна, така че даряването на част от печалбата за съответните каузи може да работи както за увеличаване на продажбите, така и за по-добрата оценка на компанията.



Таблица 2

Потребители (%), които носят собствени чаши за многократна употреба, когато потребяват топли/студени напитки



GlobalData, 2018г.



Източник: Потребителски информационен център на GlobalData

Пазарът на биопластмаса нараства с бързи темпове



Биопластмасите на основа на полилактични киселини, нишестени смеси, целулозата и други достигат значително по-високи темпове на растеж, в сравнение с конвенционалните стандартни пластмаси, изработени от минерални масла или природни газове, съобщава германският институт за пазарни проучвания Ceresana.

В най-новото си проучване, специалистите от Ceresana изследват световния пазар на „зелени“ полимери за пети път. Анализаторите прогнозираят, че бъдещото им развитие ще продължи да бъде динамично и приходите, генерирани от биопластмаса, ще достигнат до около 4,4 милиарда долара до 2026 г.

Две групи

Две групи материали се наричат биопластмаса, но въпреки това те не са непременно еднакви. Има биоразградими пластмаси, които могат да се създават, също като пластмасите на био основа, които се правят от възобновяеми източници, но не са биоразградими. Биоразградимите пластмаси, също като полилактичните киселини и полимерите на основата на царевично нишесте достигат до 56% от целия пазар на биопластмаса за 2018 г. От института Ceresana предвиждат увеличение на пазарния дял за тази продуктова група със 7,1% годишно до 2026 г. Очаква се растежът на пластмаси

на биологична основа като полиетилен, био PET (био полиетилентерефталат) или PA, направени от захарна тръстика, които не са биоразградими, да бъде по-слаб, с 5,1% годишно.

Основно приложение при опаковките

Изследването подробно анализира развитието на използването на биопластмаса в различни точки на продажба. Търсенето се разделя на две категории – твърда и гъвкава опаковка, потребителски стоки, автомобилна техника, електроника и други приложения.

През 2018 г. най-важният сектор за продажба на биопластмаси е опаковъчната индустрия. Повече от 60% от биопластмасите са били предназначени за производство на торби, чували и друг вид опаковки. Въпреки това, Ceresana очакват в бъдеще най-големият процент увеличение да бъде в категорията автомобили и електроника с 8,4% годишно.

Производителите и преработвателите на биопластмаси са изправени пред голямо предизвикателство – цените, наличностите и качеството трябва да са в състояние да се конкурират с природно изкопаемите ресурси. От друга страна, те ще трябва да предложат на потребителите допълнителен бонус, за да оправдаят разликата в цената. Въпреки това, съществуващата инфраструктура на пластмасните предприятия също има решаваща роля в това отношение. Възникват проблеми, когато инсталациите не са предвидени да отделят биопластмасата или когато не могат да я биоразградят – например температурите, които са необходими за бързо разграждане на торбички от биопластмаса, се достигат много трудно.

<https://www.agro-chemistry.com/>

Бутилка разочарование за PET



Един от ефектите, предизвикани от коронавирусната пандемия, е промяната в потребителското поведение по отношение на купуването и консумацията на блага, пряко свързана със свиването на доставките и ограничаването на достъпа до търговските обекти. В този контекст тенденцията към нарастване обема на покупките в движение буквално се срива, като най-отчетливо това бе усетено при консумацията на напитки. Полиетилентерефталатът (PET) е най-масово прилаганият материал за опаковане на бутилирани води и безалкохолни напитки, а също и за пакетиране на хранителни продукти. В последно време изключителните му качества по отношение на рециклирането стимулират все по-широката употреба на PET и в сектори извън хранителния.

Търсенето на PET обикновено следва сезонно зависими модели. През второто тримесечие, когато температурите започнат да растат и се зададе началото на ваканционния сезон в Европа, търсенето му се увеличава. Продажбите на бутилирани води и безалкохолни напитки нарастват паралелно с идването на топлото и сухо време, при което бутилиращите организации се запасяват с PET, за да са подготвени за предстоящия ръст на продажбите. Обичайно търсенето е най-слабо през първото тримесечие, когато температурите са най-ниски и коледните празници са отминали.

Най-горещите месеци в Европа, обикновено в периода от юни до август, се покриват също така и с ученическите ваканции в региона. Милиони туристи пътуват от родните си страни в Северна Европа към южните дестинации около Средиземно море в търсене на по-

високи температури и по-слънчеви плажове. Традиционно именно през тези три месеца се отчитат над 43% от туристическите нощувки, регистрирани годишно в Европа¹. За дванадесетте месеца на 2019 г. на стария континент са отчетени 1,5 милиарда нощувки на лица, които не са резиденти в страната на дестинацията, осъществени в места за туристическо настаняване. Очакванията за 2020 г. предполагат сходни, ако не и по-високи стойности на този параметър, особено предвид видимото затопляне на времето в региона.

Търсенето на PET, дължащо се на туризма, определено не е без значение в Европа – бутилираните води, безалкохолните напитки и пакетирани храни са стоки, често купувани по време на ваканциите. Публична консултация на Европейската комисия разкрива, че когато се намират извън собствената си страна, европейците често пъти се отнасят подозрително към чешмяната вода. Едва 20%²

¹ Според Евростат: „Нощувки на не-резиденти в места за настаняване на туристи“.

² <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20181011STO15887/drinking-water-in-the-eu-better-quality-and-access>



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

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







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



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

миката на нощувките в туристически места за настаняване, ще бъде използвано като база за изчисление на очакваните резултати на туристическия сектор за 2020 г. Ще бъдат разглеждани три възможни сценария. Сценарий 1 се основава на допускането, че пътуванията със самолет, респективно туризмът, ще се завърнат, достигайки през декември 60% от стойностите си от 2019 г. Сценарий 2 е по-оптимистичен, като при него очакванията са завръщане към декември на 75% от полетите и туристите; според сценарий 3 и двете променливи ще достигнат стойностите си отпреди коронавируса още през октомври 2020 г.

Резултатите от трите сценария варират от загубата на 700 милиона нощувки (при най-оптимистичния вариант), до спад с 1 милиард нощувки при най-песимистичната прогноза, при която очакванията са към декември пътуванията със самолет и туризмът да достигнат 60% от нивата от 2019 г.

Предполага се, че един човек, прекарал една нощ в място за туристическо настаняване, консумира на ден по три напитки, опаковани в PET⁴:

	Неизползвано количество PET	Процент от общото потребление на PET
Сценарий 1	78,000 тона	2,1%
Сценарий 2	69,000 тона	1,8%
Сценарий 3	52,000 тона	1,4%

И въпреки че общото количество материал може и да не е изключително значимо, очаква се мястото на търсенето да бъде. Държави, които обичайно се радват на сериозен ръст на туризма, вероятно ще понесат загуби и при продажбите на напитки, което съответно ще се отрази върху търсенето на PET. От друга страна държави, чието население обикновено напуска страната си по време на ваканцията, биха могли да си върнат дял от търсенето на тази суровина, тъй като много хора ще бъдат принудени да прекарат ваканцията у дома.

Сред държавите, които могат да очакват завръщане на някакъв значим обем търсене вследствие прекарването на ваканциите в родината, са Нидерландия, Германия, Белгия и Дания. И обратно: страните, които традиционно привличат значителен брой чуждестранни туристи и които през 2020 г. няма да могат да го

направят, съвсем предсказуемо включват Испания, Италия, Гърция, Португалия, Хърватска и Малта. Очакванията са търсенето на PET в тези държави да намалее в сравнение с 2019 г.

Изброените тенденции при търсенето на PET се отразяват и на пазара на рециклирания PET (R-PET) от гледна точка на доставките. Всеки спад в консумацията на напитки представлява редуция на бутилките, подлежащи на събиране. Очевидно този анализ показва по-скоро преразпределяне, отколкото намаляване на търсенето, тъй като ваканцията у дома води до нарастване на вътрешното потребление. Оттук и предположението, че държавите,

	Март	Април	Май	Юни	Юли	Август	Септември	Октомври	Ноември	Декември
Сценарий 1	41%	5%	6%	10%	15%	20%	30%	40%	50%	60%
Сценарий 2	41%	5%	6%	15%	25%	35%	45%	55%	65%	75%
Сценарий 3	41%	5%	6%	20%	35%	55%	75%	100%	100%	100%

прилагачи системите за събиране, които обичайно реализират най-високите равнища на събираемост, ще увеличат събраните обеми; примери тук са Германия и страните, въвели схеми за депозит и връщане на бутилки.

В своята цялост настоящият анализ не предполага ръст на консумацията в момент, когато потребителите на R-PET се стремят към изпълнение на обещанията за устойчивост, а веригата на доставките се нуждае от по-интензивен растеж на нивата на възстановяване по региони. Според годишното изследване на ICIS върху R-PET индустрията, през 2018 г. нивото на възстановяване на PET бутилки в Европа е 63%, а очакваните равнища на растеж по този показател за периода 2020-2021 г. са от порядъка на 3% годишно. Анализът на ICIS обаче показва, че за да бъдат постигнати целите на Директивата за пластмасите за еднократна употреба (Single Use Plastics Directive или SUP) в контекста на възстановяването, е необходимо да бъде постигнато двойно по-високо ниво на възстановяване – или около 7% на година. Събирането и сортирането са не само първият, но и най-критичният етап от веригата на рециклирането. Без нужното количество и качество на суровината, веригата на доставките не може да произведе R-PET продукта, необходим за посрещане на увеличеното търсене сега и за в бъдеще.

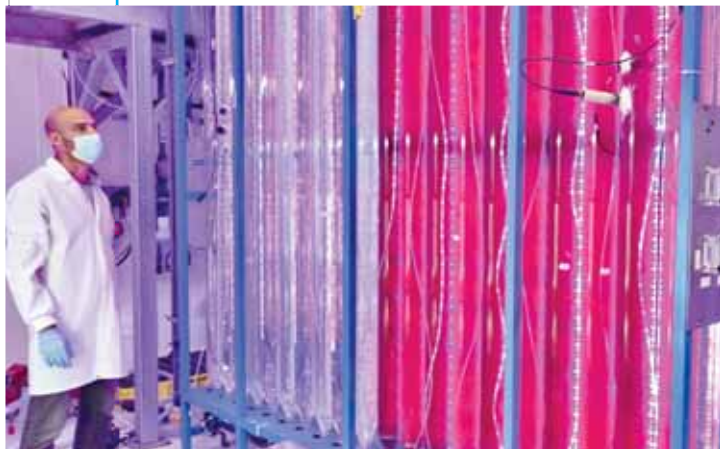
Сюзън Мейър, анализатор в ICIS⁵

По <https://www.solidwastemag.com/>
(със съкращения)

⁴ Предполагането е, че един човек, прекарал една нощ в място за туристическо настаняване, консумира на ден по три напитки, опаковани в PET с тегло от 25 грама.

⁵ ICIS е глобален източник на „независими проучвания на стоките“ (Independent Commodity Intelligence Services).

Израелски стартъп отглежда микроводорасли за добавки



Израелският стартъп Уетоја твърди, че е създавал платформа от следващо поколение за отглеждане на микроводорасли, в отговор на търсенето им като хранителни добавки.

Новият бизнес с морски съставки използва високо прецизна, бърза технология от фотобиореактори за създаване на специфични микроводорасли като „естествени вегански съставки“, които могат да бъдат включени в хранителните добавки.

С вече събраните 4 млн. долара в смесени фондове и инвестиции от Израелската агенция за иновации, Уетоја в момента преминава към финансиране от кръг Б. Основана преди три години от експерти по морска биология и биотехнологии, фирмата има за цел да предостави на пазара редица високо стойностни видове ми-

кроводорасли, които могат да бъдат използвани в широк спектър от приложения, включително козметични и хранителни.

Стартъпът е разработил затворена система за закрито култивиране, където няма замърсители и сеподдържа абсолютен контрол на температура, рН, светлина и емисии въглероден диоксид. Контролът на тези ключови параметри позволява едновременно нарастване на множество видове в много строго контролирана среда.

Има огромен океан от видове микроводорасли, които все още не са открити и само десетина или повече от тях са налични в търговската мрежа – казва Ейял Шалмон, изп. директор и добавя: Пазарът все още е в начален стадий на използване на огромния потенциал на тези морски „суперкултури“. Нашата мисия е да засилим цялата верига на производство на качествени микроводорасли с нови сортове и добиви, след което да ги използваме в хранителната и козметичната сфера, като висок клас продукти с различна формулировка.

А технологичният директор Амикам Бар-Гил и съосновател на Уетоја, споделя: *Микроводораслите са задвижвани от слънчева светлина едноклетъчни фабрики и по природа са много устойчиви и многофункционални. Те са мощен източник на естествени биоактивни съставки. Нашият иновативен подход служи за създаване на чисти, устойчиви продукти от най-високо качество, получени от микроводорасли, които могат да бъдат лесно адаптирани към всяка желана матрица.*

Пълномаслено мляко на прах

Производителят на органична суперхрана Z Natural Foods пусна ново пълномаслено мляко на прах в отговор на повишеното търсене от страна на потребителите на дълготрайни хранителни продукти, след коронавируса. С последния си продукт базираната във Флорида компания има за цел да осигури на потребителите удобен и качествен източник на мляко, който може безопасно да се съхранява до 18 месеца. Според фирмата нейният прах с пълномаслено мляко е минимално обработен и когато се смесва с вода, осигурява източник на аминокиселини, витамини А и D, незаменими мастни киселини и минерали. Изцяло „натуралното“ млякото на прах е подходящо за

употреба при печене на сладкиши, палачинки, сладолед, кисели млека, сосове, грейви сосове, супи и смути. Съобщава се също, че не съдържа соя, глутен и добавени консерванти или захар. *Нашето сухо пълномаслено мляко има възхитително сладък, приятен вкус, точно както бихте очаквали от прясна чаша мляко – казва Сам Хиршберг, маркетинг директор на Z Natural Foods. Независимо дали го изсипвате върху купа със зърнени храни, смесвате в сутрешното си смути или просто се наслаждавате на студена чаша мляко, нашата пълномаслена пудра е отличен вариант.*



Линията за органични прахове на компанията вече включва и обезмаслено мляко от кашу, който беше пуснат на пазара в края на 2019 г.

Опаковката, която продава

Пазарът е наситен със зашеметяващо разнообразие от стоки. Повечето от тях са опаковани. Маркетолозите смятат, че опаковката няма самостоятелно значение извън изделието, заради което е създадена. Но опаковъчната индустрия ежедневно произвежда и продава специфичен продукт с характерни свойства и особености. Според статистиката всеки процент, с който нараства брутният вътрешен продукт, води до нарастване на потреблението на опаковки с два процента.

Опаковката като продукт

Отличителни белези

Независимо от многобройните разлики във формата, размерите, материалите и дизайна, този продукт има едно предназначение – да защитава, допълва и персонализира отделната стока. Въпреки че има и масово, неиндивидуализирано производство, огромната част от опаковъчните изделия се произвеждат по предварителна поръчка и са строго персонализирани. Носят фирмената идентичност на своя потребител и все повече се превръщат във важно маркетингово средство и начин за комуникация с потребителите.

Видове опаковки

Най-често се говори за първичен, вторичен и третичен опаковъчен слой. Първичният пряко контактува с продукта – примерно – флакончето за крем. Вторичният защитава изделието, поставено в първичния – картонената кутия на крема. Третичният обикновено групира определено количество единици заедно и улеснява транспортирането. Разделението е условно – картонената кутия може да е обвита в целофан, който ще се яви третичен опаковъчен слой. Или пък пакетите с бисквити ще се транспортират във вторичния.

Говори се още за транспортен или дистрибуторски пакет, който често е в третична



опаковка, и потребителски пакет – обикновено в първичен или вторичен опаковъчен слой.

Физически функции на опаковката

■ Изпълнение на бариерна роля срещу замърсяване, срещу проникване на вода, въздух и всичко, което би увредило стоката и би променило състава, състоянието, действието ѝ; защита от удар, вибрации, екстремни промени във външната среда; съхраняване целостта (количеството) на изделието от посегателства и кражби; предпазване на потребителя от злонамерени манипулации със стоките, от подмяната им с фалшификати или вредното им действие.





- Улесняване употребата на стоката – някои продукти могат да се потребяват само в специални ергономични опаковки – парфюми, червила, препарати за почистване, дозиращи флакони при лекарствата. Те носят допълнителна стойност на продукта.
- Осигуряване на разпространението, транспортирането, съхранението и продажбата.

Маркетингови и информационни функции на опаковките

Опаковката все повече се превръща в маркетингов инструмент за комуникация с потребителя, в средство за увеличаване на разпознава-

емостта на марката. Проучванията твърдят, че около 80% от решенията за покупка се взимат на място в магазина и до голяма степен са обусловени от визията и дизайна на опаковката, от историята, която разказва. Тя трябва да даде на потребителя ясна и разбираема информация за продукта, за състава и предимствата му, за начина на употреба и ползите, които той носи, за евентуалните рискове и т. н.

Брандинг на опаковката и дизайн

Брандирането на опаковката гарантира моменталното разпознаване на продукта вътре в нея. Визията ѝ трябва да включва всички белези на марката и корпоративната идентичност – лого, цветове, шрифтове, разположение на елементите. Като подчертава принадлежността на продукта към марката, брандирането едновременно го персонализира, отличава го от всички останали в серията – шоколад с бадеми, с лешници или с портокалови корички.

Тази сложна задача се решава ефективно с помощта на модерните технологии за печат – примерно с довършителните функции на MGI JETVARNISH 3D One на Konica Minolta. Върху изображението се нанася частичен UV лак, който подчертава визуално желаните детайли. Възможно е постигането на различни 2D и 3D тактилни ефекти, фино или релефно покритие, които създават специален сетивен опит на потребителя с опаковката и продукта.

Но дизайнът на опаковката не се изчерпва с брандирането и графичния дизайн. За максимално качество и функционалност в разработването ѝ се грижат инженери и проектантите, които отчитат всички условия, при която тя ще бъде използвана – от изискванията на продукта до начините за транспортиране и особеностите на потребителите в целевата група.

Етикетиране на продуктите

Етикетът е неголямо парче от произволен материал, прикрепено към продукта подвижно или неподвижно, което носи информация за характеристиките му, срока на годност, начина на употреба и др.

За някои стоки са разработени специални международни стандарти за етикетиране. Въведени са символи, сигнализиращи еднозначно за опасност, за начин на употреба и манипулация, за поддържане на изделието, за екологичност. Бар кодовете са графични елементи с универсален характер и позволяват автоматизирано управление на стопанската информация.

Етикетите могат да са временни, постоянни, самозалепващи се, дори електронни. Все по-често етикетирането се извършва чрез отпечатване на необходимата информация директно върху изделието.

За етикетирането на хранителните стоки има въведени задължителни изисквания. Върху опаковката, на едно зрително поле (полето, обхващащо с един поглед), трябва да има информация за:

- името на храната;
- срок на минимална трайност и условия за съхранение;
- нетно количество на продукта;
- действителното обемно съдържание алкохол при напитки с повече от 1,2 обемни % алкохол.

Тази информация обикновено се отпечатва върху така нареченото „основно зрително поле“, което е най-вероятно да бъде забелязано от потребителя още от пръв поглед.

Задължително е още да присъстват, четливо отпечатани:

- списък на съставките в низходящ ред според количеството им;
- хранителна стойност – калории, белтъчини, мазнини, захари, сол (натрий);
- потенциални алергени;
- доказателства за хранителни и/или здравни претенции;
- специфични указания за употреба, ако храната не би могла да се използва ефективно без тях;
- име и адрес на производителя (продавача, или субекта, опаковал храната) и страна (място) на произход и др.

Какво трябва да знаете, когато поръчвате опаковки

Както вече стана дума, в маркетингов план опаковката все повече се превръща в част от продукта. Затова не е достатъчно тя да е красива. Преди въобще да се стигне до проекта на графичния дизайнер, трябва да отговорите на много други въпроси:

■ Какви са особеностите и изискванията на изделието – консистенция, режим на съхранение и трайност, летливост, чувствителност на светлина и температура? От отговорите ще зависи изборът на материал, формата на опаковката, броят на опаковъчните слоеве.

■ Попада ли в група със специални нормативни изисквания за етикетирание и опаковане?

■ Каква задължителна информация трябва да се изпише?

■ Кой са клиентите ви?
■ Как и на какво разстояние ще бъде транспортиран?

■ Онлайн ли ще се продава или на щанд в кварталния магазин?

■ Ще се рециклира ли опаковката или ще е със специален режим на изхвърляне и т. н., и т. н.

Не бива да пропускате и още един важен момент – тя трябва адекватно да представя продукта. Безличната евтина кутия няма как да продава скъпа, луксозна вещ. Лъскавата няма да направи неудачния продукт по-продаваем. Излизането извън стандарта, при лекарствата да речем, може да обърка потребителя и да го направи недоверчив.

Добрата опаковка съответства на особеностите на продукта и отговаря на очакванията на клиентите ви, казва им ясно какво има в нея. Дава изчерпателна информация за него и го разграничава от тези на конкурентите ви. Подходяща е за каналите ви за дистрибуция и продажба. Вписва се във вече създадения образ на марката и бранда и струва по-евтино от самия продукт.

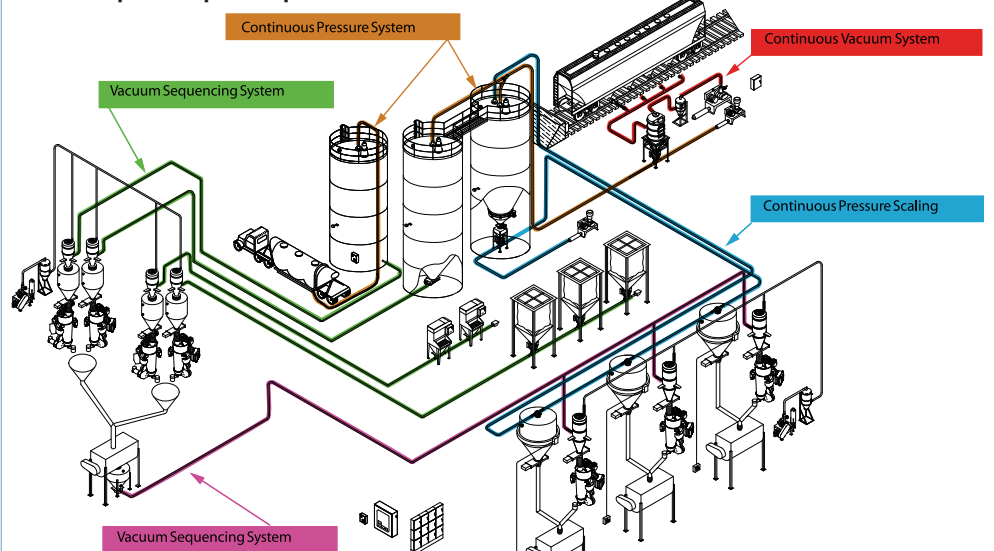
THE ELEMENTZ може да ви съдейства с дизайн и производство на вашите опаковки и етикети. Доверете се на професионалисти с дългогодишен опит. За нас е важно клиентът да е удовлетворен и затова се стремим да предоставим услуга с цялостно изпълнение.

**ElementZ,
089 354 0760
<http://print.bg/>**

**coperion
K-TRON**

„Унистър“ ООД
София 1421, Ул. „Крум Попов“ 75
Тел. 02-9632799, 0888511558, факс: 02-9634271
E-mail: alexanderyordanov@unister.bg
www.unister.bg

Пневмотранспорт на хранителни съставки



За здрав народ, продукти от родната земя



От доста време насам си задаваме въпроса къде отиде славата на българското земеделие, хубавите български плодове и зеленчуци, българското зърно, царевица, слънчоглед...

И не става въпрос само за това, че ги няма в българските магазини, а затова, че в нивите, градините и оранжерии навлязоха чужди сортове, наложени предимно от търговските интереси. И колкото и да се мъчи държавата да наложи присъствието на българските земеделски продукти и храни в магазините, те пак ще са далеч от традиционните български вкусове. Тези размисли ме подтикнаха да се обърна към проф. д-р Слава Лукипудис, която е посветила живота си на българското земеделие, за да поговорим по тази тема, близка до всеки, който помни „онези вкусове“.

Проф. Лукипудис: Земеделието ни ще спаси България. Така както го е правило много пъти досега. В нашите магазини, на нашия пазар, трябва да има основно български храни, произведени в България, на българска земя. Ние имаме много характерни почвени типове, които в съчетание със специфичният ни климат дават възможност за производство на най-качествените растителни продукти, ценни за здравето на българите.

Имаме научни институти, университети, академия, какво ни пречи да се обединим около проблемите в нашето земеделие за производство на български хранителни стоки. Да дадем предимство на нашите земеделски производители.

Напоследък чувам за такива тенденции от страна на Министъра на земеделието. Чудесно. Така трябва да бъде! Но чух и други мнения, че българските земеделски производители едва ли биха се справили със задачата да осигурят това количество хранителни продукти. И наистина, в момента нашите земеделски производители не могат да отговорят на тази задача – да произведат достатъчно хранителни продукти. Да, не може един производител с 3-5 дори с 10 декара да задоволи целогодишно голям хотел или супермаркет или да задоволи пазара със зърнени, бобови храни, зеленчуци и плодове! Но ако се обединят няколко малки производители с различни направления на производство (зърнени и бобови, зеленчуци, плодове, билки

и подправки, и др.), ще има достатъчно продукти и за посрещане на туристи и за местна консумация.

Необходима е сериозна държавна политика в това отношение. Трябва не само да се дадат права и възможности на земеделските ни производители, които те заслужават, по отношение на субсидиране и изкупуване на продукцията им, но и адекватно заплащане на вложения труд и материални средства за продукцията, произведена на полето и във фермите им.

Но има и още нещо, извън икономиката. Ние трябва да се храним основно с хранителни продукти, произведени на нашата земя, на нашето поле. Определено смятам и това е доказано: за да имаме здрав народ, хората трябва да се хранят основно с хранителни продукти, произведени върху земята, на която живеят и се трудят самите те. Съществува сходство на жизнените вибрации на човешкия организъм и тези на хранителните продукти, с които човек се храни! А храната, произведена на другия край на света и внесена у нас, носи със себе си чужди, непознати за нашия организъм вибрации. Докато местната храна поддържа висока и активна имунната система на човека, защото приема положителните вибрации от нашата земя и ги предава на организма ни, който има същите жизнени вибрации! Такава храна носи здраве и сила на човека!

Споменахте, че имаме сериозна научна база в земеделската наука. Тя какво прави

тази насока?

В близкото минало от Министерството на земеделието беше подета инициатива за възстановяване и използване в производството на стари сортове от земеделските и зеленчуковите култури, отпаднали от Националната сортова листа – т.н. *сортове, застрашени от генетична ерозия*.

Претекстът е, че старите директни сортове или прости хибриди, създадени в нашите институти, притежават по-добри технологични и стопански качества, като приспособеност към условията на отглеждане, към климата на страната ни, притежават по-висока устойчивост към стопански важните болести, в зависимост от спецификата на земеделската култура.

Това е така преди всичко защото са селекционирани за нашите условия и степента на адаптация при тях е много по-висока. Защото геномът на местните сортове и хибриди е с по-висока стабилност, гарантираща по-добри качества, докато сложните хибриди биват предпочитани от семепроизводителите и от земеделските производители поради по-високата добивност, вследствие на хетерозисния ефект от хибридизацията.

В Националната сортова листа признатите нови сортове остават вписани 10 години. След това, при определени условия (*ако не е платена таксата към Патентно ведомство*), те отпадат от списък „А“ на тази сортова листа. А за периода 1998 до 2013 г. от нея са отпаднали общо 579 сорта. Най-висок дял са сортове полски култури (211 броя – 36,4%), следвани от сортовете зеленчукови култури (129 броя – 22,3%) и от сортовете тютюн (90 броя – 15,5%) и др. Предложението беше за възстановяване на 278 сорта, равняващо се на 48,0%.

От 211 полски култури най-голям дял се пада на зимна обикновена, мека пшеница, от които 58 броя бяха предвидени за възстановяване и включване отново в производството. Това са ценни сортове предимно на научните селекционни институти ДЗИ в Генерал Тошево и ИРГР в Садово (*Враца, Янтър, Лудогорка, Катя, Приморец и висококачествените сортове от „А“ група „Силни пшеници“ – Славянка 196 и Садово 552*), които се характеризират с подчертана екологична пластичност и стабилност на добивността.

При зимната твърда (*durum*) пшеница, от 6 отпаднали сорта, 3 броя подлежах на възстановяване: сортовете *Загорка, Прогес и Белослава* – селекция на Чирпанския научен институт.

От отпадналите 16 сорта ечемик, за възстановяване бяха предвидени 7 броя (*Вихрен и Персенк, на ДЗИ, Ген. Тошево и Руен, Юбилей 100, Зенит, Кортен и Жерун, на института по земеделие гр. Карнобат*).

От основната за страната ни маслодайна земеделска култура – слънчогледа, бяха предвидени за възстановяване 4 хибрида от отпадналите 26 сорта и хибриди: *Албена, Победа, Селена и Диамант*, постижения на единствения по рода си институт за селекция на слънчоглед „Добруджа“ в Генерал Тошево.

От полския фасул (*общо отпаднали 14 сорта*) – основна продоволствена бобова култура, на възстановяване подлежах сортовете *Добруджански 2, Прелом, Абритус, Образцов чифлик 24* – селекция на ДЗИ „Добруджа“ гр. Ген. Тошево и *Пловдив 10* – селекция на Аграрен университет, Пловдив

Старите, ценни сортове, признати (*преди 1998г*) и използвани в земеделието ни, са отпаднали от Националната сортова листа, основно след влизане в сила на ЗЗНСРПЖ (*Закона за закрила на новите сортове растения и породи животни, 1997 г.*).

МЗХГ и Изпълнителната агенция по сортоизпитване, апробация и семеконтрол (ИАСАС) са намерили подходящ начин да възстановят отглеждането и размножаването на някои от тези сортове, като за целта са дали три възможности за вписване по чл.16 от Наредба 77/31 май 2006г.: сортове за консервация, сортове за съхранение и сортове, развити с цел отглеждане при специфични условия.

За получаването на Сертификат за собственост, по силата на ЗЗНСРПЖ, тези сортове трябва да отговарят на изискванията за Оригиналност т.е. да притежават различим морфологичен белег/признак, който да е хомогенен (*еднакво и равномерно разпространен във всички индивиди в популацията*) и стабилен (*т.е. да се предава в наследство на следващите генетични поколения*).

По този начин са възстановени сортовете: ▷

Grant Access

ГРАНТ АКЕС ЕООД

Разработване и управление на проекти по европейски и други програми

Тел.: 089 84 55 638

e-mail: kamen.delibeev@gmail.com

Превръщаме добрите ви идеи в успешни проекти!

Access Granted!



Овес – сорт *Марина* на ИРГР, Садово;
Двуреден ечемик: сорт *Гораст* на ИЗ-Карнобат, *Одисей*, *Ситара*, *Венера* – пролетен ечемик, *ГТЕ Ахат* и *ГТЕ Яспис* на ДЗИ Ген. Тошево;

От многоредния ечемик на ИЗ Карнобат е вписан сортът *Сиела*;

Обикновена пшеница – „А“ група – силни пшеници: *Ками*, *Косара*, *Лазур*, *Зебрец*; от група „Б“ – средни с повишена сила – сорт *Фани*;

Зимна твърда пшеница – сортовете *Кехлибар*, *Милена*, *Тракиец*;

Царевица – хибридите *Кнежа 307* и *Кнежа 442*;

От многогодишните житни треви са вписани сортовете *Морава* (*пустинен житняк*) и *Свежина* (*гребенчат житняк*) – и двата сорта са на ИФ, Плевен;

Слънчоглед: хибридите *Енигма CLP* и *Линзи*, селекция на ДЗИ Ген. Тошево.

ИАСАС ежегодно публикува на интернет страницата си официалната сортова листа на Република България, която включва сортовете растения, които могат да бъдат търгувани в страната.

И понеже не може да пренебрегнем икономическите интереси, каква би била ползата за зърнопроизводителите, а съответно и за онези, които ще преработват зърното, ако се насочат и към тези сортове?

Да, това е в крайна сметка смисълът на целия разговор: ползата от възстановяването на тези стари, ценни сортове за зърнопроизводителите, за потребителите на продукцията от тези сортове и за хлебопроизводителите като преработватели на зърното и на продоволствената продукция.

Нека да обърнем внимание на най-актуалните, крещящи в момента проблеми в областта на зърнопроизводството. Причинените от сушата вреди на есенните зърнено-житни култури тази година ще бъдат съществени. Очаква се спад на производството до 40%. Определено смятам, че ако в сортовата структура (на зимната пшеница) по-голям дял заемаха нашите пшеници, българска селекция, които са доказано сухоустойчиви, същите не биха се поддали на сушата до такава степен и резултатите щяха да бъдат по-добри, т.е. загубите щяха да бъдат туширани до голяма степен. Вносните, чужди сортове не притежават специфичната адаптивност към конкретните условия на България и при проявата на абиотични стресови ситуации показват грешните решения в земеделието ни по отношение избора и съставянето на структурата на посевната площ и на сортовата структура

Затова сега, макар и късно, започнаха да се търсят учените в тази област за мнение и съвети, как да се намалят тези щети. По-редно е да

се обърне внимание на степента на информираност за качествата (сухоустойчивост, студоустойчивост и устойчивост на стопански важните болести) на сортовете земеделски култури, преди тяхното включване в сеитбооборота на стопанството, а не да „пускаме сирените“ когато вече е късно.

Истина е, че съвременните сортове са по-високодобивни, макар и в много случаи да са по-нискокачествени, но сухоустойчивостта на старите сортове, тяхната адаптивност към условията на отглеждане, компенсират този луфт и в болшинството от случаите са по-доходни, защото са по-сигурни, поради високата си екологична пластичност.

За хлебопроизводителите, т.е. за ползвателите на пшениченото зърно, бих казала следното: ние поддържаме голяма гама от различни видове хлябове, хлебни и сладкарски изделия. За приготвянето им се използва зърното предимно от зимните зърнено житни култури. Но в изключителни случаи се ползва моносортово брашно. При болшинството от случаите се прави микс от брашна. Тук е мястото за използване на зърното от пшениците от група „А“ – силни пшеници и от група „Б“ – средни с повишена сила, като *Славянка 196*, *Садово 552* и др., които са прекрасни подобрители на брашната, за повишаване на качеството им, респ. за предлагане на качествени хлебни изделия.

Асоциацията на българските зърнопроизводители има за задача да засили вътрешната експертна помощ за членовете си, които да получават достатъчно навременна, актуална, качествена и достоверна информация. Да могат да вземат правилни решения за избора на подходящи земеделски култури, както и при избора на подходящи сортове/хибриди земеделски култури. Да отделят достатъчно внимание и на подходящите минерални торове и препаратите за растителна защита.

Наскоро бяха приети Законът за хранителната верига и Законът за храните, които трябва да осигурят възможността за решаване на проблемите по веригата от земеделската продукция до трапезата на човека. Много важен акцент представлява създаването на Консултативния орган към Министъра на земеделието и храните, орган, който да съблюдава и координира политики по здравословно хранене, по насърчаване производството и предлагането на пазара на все повече български здравословни храни, за защита здравето на потребителя.

Много още може да се каже и за любимите ни сортове зеленчукови култури, но нека оставим това за следващия път.

**С проф. Лукипудис разговаря
Петко Делибеев**

Марка сокове „улавя“ захарта с филтър

Френският производител на сокове Cidou използва „безпрецедентен производствен процес“ за да произведе сокове, с намалено съдържание на захар. Гамата от нови сокове, наречена „Les Desucrés“ (фр. – обеззахарен), е направена от чист плодов сок, част от който се заделя, а другата се филтрира. Това позволява на Cidou да „улавя“ захарите.

След това филтрираният „обеззахарен“ сок се смесва със заделения чист сок, без значение дали е за серията „Сладка ябълка“, „Плодове от градината“ или „Мултиплод“. Резултатът е напитка с 30% по-малко захар (съдържа 6,5 грама захар на 100 мл.) от стандартен чист сок, който е класифициран „В“ според схемата за етикетиране Nutri-Score.



Кокосова вода вместо сок

Френската марка сокове Joker, собственост на Eckes Granini, разработи сок с 30% по-малко захар. Представените за пръв път през януари 2018 г., гама сокове са с по-малко захар благодарение на добавянето на кокосова вода. Те са налични на пазара с няколко основни вкуса – портокал, мултивитамин и цитруси.

Кокосовата вода е бистра течност, намираща се в кокосовия

орех. Обичайно 100 мл. кокосова вода съдържа 2,6 грама захари, за сравнение захарите в 100 мл. портокалов сок са 8 гр. Според схемата за етикетиране Nutri-Score, продуктът на Joker е с 30% намалена захарност и се класира в категория „В“.

Оттогава френските супермаркети Auchan намалиха съдържанието на захар с 30% в собствената марка сокове, произвеждани за тях от Eckes Granini. Пуснати на

Брашно от тигрови ядки вместо захар

Израелската Strauss Group постигна намаляване на захарта с 30% в своя фин сладък млечен шоколадов бар. Заменяйки захарта в две от основните съставки – диетични фибри (17%) и смляно брашно от тигрови ядки (5%), хранителният гигант успя да запази сладкия вкус и кремообразната текстура на шоколада. Грудката на растението острица (*Cyperus esculentus*) е естествен източник на сладост. Богата е на витамини и минерали, които са неразтворими във вода, диетични фибри. Съдържа също и мазнини, подобни на тези, които се намират в зехтина. Други хранителни предимства включват високо съдържание на устойчиво нишесте, което „служи като субстрат за щадящи червата бактерии“. Може би най-важното в този контекст е леко сладкият вкус на грудката, който може значително да намали захарта в продукта, като същевременно запази познатия вкус на шоколада.

След две години проучвания и разработване, продуктът беше представен на пазара през септември миналата година. Тогава Ейял Дрор, изпълнителен директор на Щраус Израел, приветства „международния пробив“: *Благодарение на креативността, опита и професионализма в тази област успяхме да създадем нова и подобрена рецепта, предлагайки на потребителя редица продукти, които са по-здравословни, като същевременно запазихме техния страхотен вкус.*



пазара двата нови продукта на Auchan „Портокал с мандарина“ и „Мултивитамин“, акцентират аромата на кокосовия орех на етикетата и са класифицирани в категория „В“, като продуктите на Joker.

Витамини и минерали, допринасящи за нормалната функция на имунната система, разрешени за здравни претенции

д-р Аксиния Антонова

Продължава от брой 3/4 2020

2.2.Витамини

2.2.1. Витамин А

Витамин А, известен като ретинол е мастноразтворим витамин, който се среща в две различни форми, в зависимост от хранителния източник – главно ретинол и ретинолови естери в храни от животински произход, и провитамин А, известен като Бета-каротин в храни от растителен произход. Биологичната стойност на веществата с активност на витамин А се изразява като ретинол еквивалент (RE).

Ретинолът участва в сложната система на зрението, като централната негова роля е поддържане на механизмите на фото-трансдукция. Също така той е важен за системното поддържане на растежа и целостта на клетките в телесните тъкани чрез действието на ретиноевата киселина.

Недостигът на витамин А, особено при кърмачета и деца е свързан с повишена заболяемост от различни инфекции, включително респираторни и храносмилателни инфекции.

Научните становища на ЕОБХ, относно обосноваването на здравните претенции, свързани с витамин А, представят причинно-следствената връзка между хранителния прием на витамин А и редица жизнени функции и процеси в човешкото тяло. Тези становища отразяват научните доказателства за приносът на Витамин А за нормалната функция на имунната система, включително имунната система при кърмачетата и децата, за нормална диференциация на клетките, за поддържане на нормалното състояние на кожата и лигавиците, за поддържане на нормално зрение и за нормалния метаболизъм на желязото.

По отношение на подобряване дейността на имунната система, активността на витамин А се дължи главно на стимулиращото въздействие на ретиноевата киселина върху пролиферацията на Т-лимфоцитите (бели кръвни клетки, които играят основна роля при клетъчно медирания имунитет) и оказва влияние върху Т-хелперния баланс на клетките. Дефицитът на витамин А влошава способността на макрофагите да поглъщат и убиват бактериите. Казано накратко, ефектите на

витамин А върху имунната система са свързани с регулиране на имунните реакции и контролиране и регулиране на гените, свързани с имунния отговор.

Референтни стойности на хранителен прием (DRV)

Панелът NDA определя концентрация от 20 µg ретинол/g черен дроб (0,07 µmol/g) при възрастни, като адекватна плазмена концентрация на ретинол, осигуряваща адекватните му запаси и предотвратяването на дефицита и свързаните с него клинични прояви. Тази стойност се счита като база за определяне на AR от витамин А за всички възрастови групи, като за възрастни тази стойност е 570 µg RE/ден за мъже и 490 µg RE/ден за жени, за кърмачетата и децата, приблизителните AR са в диапазона от 190 µg RE/ден при кърмачета на възраст 7–11 месеца до 580 µg RE/ден при юноши на 15–17 години. Референтният хранителен прием за населението (PRI) за мъже е 750 µg RE/ден и 650 µg RE/ден за жени. За възрастовата група на кърмачетата и децата PRI варира от 250 до 750 µg RE/ден. За бременни жени стойността на AR е определена на 540 µg RE/ден и PRI от 700 µg RE/ден, а за кърмещи жени, вземайки предвид загубите на витамин А с млякото, са определени стойности на AR от 1020 µg RE/ден и PRI от 1300 µg RE/ден. (Таблицы 4,5 и 6)

Хранителни източници

Храните, богати на ретинол, включват месо и субпродукти (черен дроб), масло, маргарин, обогатен с ретинол, млечни продукти и яйца, докато храните, богати на β-каротин, включват зеленчуци и плодове, като сладки картофи, моркови, тиква, тъмнозелени листни зеленчуци (спанак, броколи, зелен лук, магданоз), сладки червени чушки, манго и пъпеш.

2.2.2. Витамин В12

Витамин В12 е водоразтворим витамин, полезен за периферната и централната нервна система, поддържащ активността на имунната система и състоянието на нервните клетки. Витамин В12 представлява специфична група кориноиди,

Пиво с по-висок антиоксидантен капацитет чрез добавяне на билки – мента и маточина (*Mentha x piperita* и *Melissa officinalis*)

гл. ас. д-р Ива Томова, проф. д-р Габриела Маринова, доц. д-р Иванка Петрова, доц. д-р Иван Иванов, гл. ас. д-р Надежда Петкова, гл. ас. д-р Мина Тодорова

Резюме

Проведени са ферментационни опити в тръби с обем 0,5 l с два щам пивни дрожди (56 *Saccharomyces carlsbergensis* [Weihenstephan] и 80 *Saccharomyces cerevisiae* [долноферментиращ]), като към мъстта е добавен екстракт от билки (мента и маточина) в концентрация 3 g/l, с цел повишаване на антиоксидантния капацитет на пивото.

Наличието на екстракт от билки в мъстта не води до смущения в развитието на дрождите. В присъствието на билките се наблюдава по-пълно ферментиране на екстракта на мъстта, по-високо алкохолно съдържание, подобро усвояване на α -аминния азот и слабо намаляване на горчивината (в сравнение с контролите).

Антиоксидантната активност на пивата, съдържащи мента и маточина, показва 49-56% повишение спрямо контролните пива (100% ечемичен малц). Добавянето на екстракт от билки води до по-високо съдържание на полифеноли в готовото пиво, но не допринася съществено за повишено количество флавоноиди. И при двата щам се наблюдава значително повишение (над 40%) на количеството антоцианогени в пивата, съдържащи билки, спрямо контролните варианти.

Получените пива са светли, бистри, с чист вкус (леко кисел), както и силен аромат на маточина. Пивото, получено при ферментация с щам 80, има засилена горчивина и по-добра дегустационна оценка, отколкото полученото с щам 56.

Ключови думи: антиоксидантна активност, полифеноли, антоцианогени, флавоноиди, ферментация, пивни дрожди, мента, маточина



Beer with higher antioxidant capacity by adding herbs - peppermint and lemon balm (*Mentha x piperita* and *Melissa officinalis*)

prof. PhD Gabriela Marinova¹, assoc. prof. PhD Silvia Mileva¹, assoc. prof. PhD Ivanka Petrova², s.as. PhD Iva Tomova¹, assoc. prof. PhD Ivan Ivanov², s.as. PhD Nadejda Petkova², s.as. PhD Mina Todorova²

1-Institute of Cryobiology and Food Technologies, Sofia 1407, 53, Cherni vrah blvd., AA gabriela.i.marinova@gmail.com, ibhi@speedbg.net

2-University of Food Technologies, Plovdiv

Abstract

Fermentation experiments in volume 0,5 l with two brewing yeast strains (56 *S. carlsbergensis* [Weihenstephan] and 80 *S. cerevisiae* [bottom-fermenting]) and wort with added herbs (peppermint and lemon balm) extract in concentration 3 g/l were carried out. The goal of the experiments was to produce beer with higher antioxidant potential.

Herbs extract presence in wort did not disturb yeast propagation. In the presence of herbs, there were better wort extract fermentation, higher alcohol content, better α -amino acids nitrogen utilization and slightly decreasing in bitterness (in comparison with control variants).

Antioxidant capacity of 100% barley malt-containing beers with added herbs extract (DPPH method) showed 49-56% increasing in comparison with control beers, which contained only malted barley. Herbs extract adding inflicted higher release of polyphenols in final beer but it didn't contribute significantly for higher flavonoids content. There was considerable increasing (more than 40%) in anthocyanins amount of herbs-containing beer in comparison with control variants for both strains.

The resulting beers were bright, with clear taste (slightly acid) and strong lemon balm flavour. Beers produced by strain 80 offered enhanced bitterness and had better



Regulatory requirements for the use of protected names of agricultural products and foods, marketed on the EU market

Prof. Yordan Gogov¹, chief assistant Gergana Krumova-Valcheva²

¹ Bulgarian Association of Accredited Laboratory for analyses and diagnostic – Plovdiv

² National Diagnostic and Research Veterinary Medicine Institute - Sofia

Abstract

A detailed review on the regulatory requirements for the use of the protected designations of agricultural products and foods, marketed in Bulgaria and on the EU market has been made. The requirements of the designations of the origin and geographical indications, as well as of traditional specialties, are examined in detail. The procedure for preparation and submission of requests to the EU for entry in the European registers of products with protected names of origin, protected geographical indications and in the register of foods of traditional specific character is described. The scope of protection and the relevant prohibitions on the use of protected names have been interpreted. The established EU symbols for protected designations of registered agricultural products and foodstuffs are presented. Special attention is paid to monitoring of compliance by approved private controllers and official controls, carried out by the competent authorities in accordance with European and national legislation. There are also brief annotations of registered protected names of 8 types of Bulgarian products and applications for future registration of some new products with protected designations.

Keywords: protected designations, traditional technologies, European and national legislation.

Нормативни изисквания при употреба на защитени наименования на земеделски продукти и храни, предлагани на пазара в ЕС

Проф. д-р Йордан Гогов¹, гл. ас. д-р Гергана Крумова-Вълчева²

¹ Българска асоциация на акредитираните лаборатории за изпитване и диагностика - Пловдив

² Национален диагностичен научноизследователски ветеринарномедицински институт - София

Резюме

Направен е подробен преглед на нормативните изисквания при употреба на защитени наименования на земеделски продукти и храни предлагани в България и на пазара в ЕС. Подробно са разгледани изискванията на използваните наименования за произход и географски указания, както и за храни с традиционно специфичен характер. Описан е реда за подготовка и представяне на искания до ЕС за вписване в Европейските регистри на продукти със защитените наименования за произход, защитени географски указания и в регистъра за храни с традиционно специфичен характер. Интерпретиран е обхвата на защита и съответните забрани за използване на защитените наименования. Представени са утвърдените символи на ЕС за защитени наименования на регистрираните земеделски продукти и храни. Специално внимание е отделено на контрола за съответствие от одобрени частни контролиращи лица и официалния контрол осъществяван от компетентните органи в съответствие с европейското и национално законодателство. Представени са и кратки анотации на регистрираните защитени наименования на 8 вида български продукти, както и на заявки за бъдеща регистрация на някои нови продукти със защитени наименования.

Ключови думи: защитени наименования, традиционни технологии, европейско и национално законодателство



⇒ regard to the establishment of the Union symbols for protected designations of origin, protected geographical indications and traditional specialities guaranteed and with regard to certain rules on sourcing, certain procedural rules and certain additional transitional rules, 2014, (OJ L 179, 19.6.2014, p. 17–22.)

5. **Commission Implementing Regulation (EU) № 668/2014** of 13 June 2014 laying down rules for the application of Regulation (EU) No 1151/2012 of the European Parliament and of the Council on quality schemes for agricultural products and foodstuffs, 2014, (OJ, L 179, 19.6.2014, p. 36–61.)

6. **Commission Implementing Regulation (EU) № 835/2014** of 31 July 2014 entering a name in the register of traditional specialities guaranteed (Филе Елена (File Elena) (TSG)), 2014, (OJ, L 230, 1.8.2014, p. 8–9.)

7. **Commission Implementing Regulation (EU) № 837/2014** of 31 July 2014 entering a name in the register of traditional specialities guaranteed ЛУКАНКА ПАНАГЮРСКА (LUKANKA PANAGYURSKA) (STG), 2014, (OJ, L 230, 1.8.2014, p. 12)

8. **Commission Implementing Regulation (EU) № 941/2014** of 3 September 2014 entering a name in the register of traditional specialities guaranteed [Роле Трапезица (Role Trapezitsa) (TSG)], 2014, (OJ L 264, 4.9.2014, p. 1).

9. **Commission Implementing Regulation (EU) № 1020/2014** of 25 September 2014 entering a name in the register of protected designations of origin and protected geographical indications (Българско розово масло (Bulgarsko

rozovo maslo) (PGI)), 2014, (OJ L 283, 27.9.2014, p. 31).

10. **Commission Implementing Regulation (EU) № 1370/2011** of 21 December 2011 entering a name in the register of protected designations of origin and protected geographical indications [Горнооряховски суджук (Gornooryahovski sudzhuk) (PGI)], 2011, (OJ L 341, 22.12.2011, p. 39–40.)

11. **Commission Implementing Regulation (EU) 2015/2257** of 4 December 2015 entering a name in the register of traditional specialities guaranteed (Кайсерован врат Тракия (Kayserovan vrat Trakiya) (TSG)), 2015, (OJ L 321, 5.12.2015, p. 17–22.)

12. **Commission Implementing Regulation (EU) 2017/1106** of 21 June 2017 entering a name in the register of traditional specialities guaranteed (Пастърма говежда (Pastarma govezhda) (TSG)), 2017, (OJ L 160, 22.6.2017, p. 27–32.)

13. **Commission Implementing Regulation (EU) 2019/537** of 28 March 2019 entering a name in the register of protected designations of origin and protected geographical indications ('Странджански манов мед' (Strandzhan-ski manov med)/'Манов мед от Странджа' (Manov med ot Strandzha) (PDO)), 2019, (OJ L 93, 2.4.2019, p. 1–2.)

14. **Regulation (EU) № 1151/2012** of the European Parliament and of the Council of 21 November 2012 on quality schemes for agricultural products and foodstuffs. 2012, (OJ L 343, 14.12.2012, p. 1–29.)

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, 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 250 места, в центъра на София.

ЗАПОВЯДАЙТЕ ПРИ НАС!



Зала №3



Зала №4

Зала, брой места	Само за делнични дни		Делнични дни		Почивни и празнични дни	
	до 2 часа	до 4 часа	над 4 часа	до 4 часа	над 4 часа	
Зала №1 (85 кв. м)	119 лв.	225 лв.	310 лв.	275 лв.	390 лв.	
Зала №2 (40 места)	119 лв.	215 лв.	295 лв.	265 лв.	340 лв.	
Зала №3 (90 места)	190 лв.	285 лв.	360 лв.	360 лв.	425 лв.	
Зала №4 (250 места)		395 лв.	495 лв.	495 лв.	595 лв.	
Зала №105 А (54 места)	109 лв.	200 лв.	295 лв.	255 лв.	340 лв.	
Зала №108		69 лв.	89 лв.	105 лв.	135 лв.	
Зала №109 (до 27 места)	85 лв.	105 лв.	140 лв.	140 лв.	190 лв.	
Зала №302 (14 места/	65 лв.	89 лв.	120 лв.	120 лв.	165 лв.	
Зала №312 (до 25 места)	85 лв.	105 лв.	140 лв.	140 лв.	190 лв.	
Зала №315 (14 места)		69 лв.	89 лв.	105 лв.	135 лв.	
Зала №507 (20 места)	72 лв.	95 лв.	130 лв.	130 лв.	175 лв.	

Цените са без ДДС и са в сила от 01. 01. 2019 г.!

София, 1000, ул. „Г. С. Раковски“ №108

Национален дом на науката и техниката

тел: 02/ 987 72 30 БЕЗПЛАТНО, факс: 02/ 987 93 60

INTRAMA

Роботизирани решения за автоматизация на опаковането

Повишена производителност, постоянна скорост и прецизност, без необходимост от почивка.

www.intrama-bg.com



Tea trading ТЕА ТРЕЙДИНГ ООД

Внос и продажба на консуматииви 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, 02 974 50 28
моб.: 088 8915 249, 088 7989 830
e-mail: teatradin@abv.bg,
www.teatradin.eu

Милмекс ООД

Производство на захарни и шоколадови изделия, диетични и диабетични продукти

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



Повече от 127 години производство на висококачествено пиво!

1892

БОЛЯРКА
ПЕРЛА В КОРОНАТА

гр. Велико Търново
ул. „Христо Ботев“ № 90
тел.: 062/616264, 062/616262
факс: 062/623804
e-mail: office@boliarka.com
www.boliarka.com

Консумирайте с удоволствие и мирно!



ОЦВЕТТЕЛИ 20 години

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

АРОМАТИ
Емулсии / Базис (Пълна гама).

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

Консерванти, Подсладители, Витамини, Масла др.

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



aromsa

ЕООД „Д-р Грозева - АРОМСА“

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

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



ТЕРМОХРАН®
et aat abet a

Машини и технологични линии за консервната промишленост.
Топлообменници и изпарителни инсталации за всички отрасли.

6000 Стара Загора, ул. Христо Ботев 117 А,
Тел: 042 622 201; 627379; 601870,
e-mail: thi@mbox.contact.bg;
sales@thermohran.com;
www.thermohran.com

lactina

НАТУРАЛНИ ЗАКВАСКИ ОТ БЪЛГАРИЯ

www.lactina-ltd.com



УХТ, Пловдив
Категория „Биотехнология“

разполага със съвременна апаратура за извършване на:

- Микробиологични анализи на суровини, храни, напитки, фуражи и др.
- Биохимични и химични анализи на суровини, храни, напитки, фуражи и др. (микотоксини и други замърсители в храните);
- Качествено и количествено определяне на ГМО в растителни и животински суровини и хранителни продукти.

За контакти: **ректор:** тел.: +359 32 643 005
факс: +359 32 644 102
rector_uft@uft-plovdiv.bg
<http://www.uft-plovdiv.bg>



ЗАХАРНИ ЗАВОДИ
Първи Оригинал

Захарни Заводи АД е най-големия комплекс в България за производство на захар, захарни изделия, спирт и опаковки.

гр. Горна Оряховица
ул. „Свети княз Борис I“ 29
тел.: 0618/69500
факс: 0618/21709
e-mail: office@zaharnizavodi.com

„ПИЛКО“ ЕООД

Производство и преработка на птиче месо

7200 Разград,
Индустрална зона, П.К. 181
тел.: 084/ 66 10 86; 66 10 87
факс: 084/ 66 10 92
e-mail: pilko@mbox.digsis.bg



САЛОН ЕООД

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

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





Кулинарно Майсторство
ОТ 1991

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



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

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



Хлебопроизводство и сладкарство ЕООД - Троян

Производство на хляб и хлябни изделия, козунаци, погачи, гюнерпумки

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

Булгарконсерв Руните

Консервирани зеленчуци. Компоти

София 1463, бул. България 81, 8х. А, ет. 8, оф. 11
тел.: 02 953 24 21, 02 952 66 56, 02 952 03 76
факс: 02 953 24 28
e-mail: office@bulgarconserv07.com
www.bulgarconserv07.com

„РАДУЛОВ“ ЕООД

Газирани, негазирани напитки

6010 Стара Загора
Индустриален квартал
тел.: 042/ 60 47 46,
факс: 042/ 63 84 23
e-mail: radulov@mail.orbitel.bg
www.radulov-bg.com



ДОБРУДЖА ООД

ПРОИЗВОДСТВО НА ХЛЯБ И ТЕСТЕНИ ИЗДЕЛИЯ

Генерал Тошево 9500,
ул. Св. Св. Кирил И Методий 1,
тел. 057312485
e-mail: alisa_gt@abv.bg

„ДИМИТЪР МАДЖАРОВ-2“ ЕООД

Висококачествени месни и млечни продукти с автентичен вкус

4027, гр. Пловдив,
бул. "Васил Априлов" №180
телефон: 032 907 000
факс: 032 941 435
имейл: office@madjarov.bg

Производител на халви от 1999



Халва * Локум * Тахан

гр. Ямбол, п. к. 8600
Производствена база: ул. „Клокотница“ 99
Тел.: 046/661838; факс: 046/664727
E-mail: office@hettrik.bg
www.hettrik.bg



ЕТ „Зорница – Илия Радев“


Проектиране, разработка и производство на PET преформи и PET бутилки, пластмасови изделия

Пазарджик 4400, ул. "Петър Бонев" 174
Тел/факс: 034/ 45 29 93, тел.: 034/ 45 29 39
<http://zr-bg.com>



Производство на сладкарски изделия

1510 София
жк. Хаджи Димитър
тел: 02/ 936 72 25, 936 78 06
e-mail: aea_company@yahoo.com
www.aeabg.com



Хипро България ООД

Производство на фуражи, концентрати за фуражи, яйца и стокови носачки

5200 Павликени,
ул. Дъското шосе 6,
тел.: 0610 52669,
факс: 0610 52670;
e-mail: office@hipro.bg
www.hipro.bg



www.cremozzo.com

КООП ХВП

е новият представител на изложението **WORLDFOOD UKRAINE** за България

От 03 до 05 ноември 2020 г. в Киев ще се проведе WORLDFOOD – единственото Международно изложение в Украйна за храни и напитки, машини, технологии и обслужване.



Важно място за бизнес срещи на представителите на хранителната и питейна индустрия с местни дистрибутори, търговци на едро и дребно, с производители, ресторантьори и хотелиери.

WorldFood Украйна предлага уникална и цялостна програма от съпътстващи събития, която привлича сериозни бизнес посетители (по статистика от 2019 г. 93% от тях са отговорни за вземане на решения) от всички региони на Украйна.



Пазар с 42 милиона население ви очаква!

Ако желаете да разширите своите пазари, заявете участие в изложението при нас:

e-mail: fpim_adv@abv.bg, info@fpim-bg.org;

тел./ факс 02/ 988 05 89; тел. 02/ 987 64 82; GSM 088 464 6919;

www.fpim-bg.org

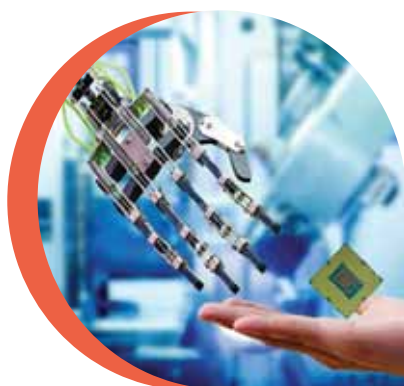
МЕЖДУНАРОДЕН ТЕХНИЧЕСКИ ПАНАИР 2020

ufi
Member



IFP Bulgaria

Пловдив
14-19 септември



www.fair.bg