

70
години

6-7/2021

ХХХХХ

®

www.fpim-bg.org

**ХРАНИТЕЛНО-
ВКУСОВА
ПРОМИШЛЕНОСТ**



Приз Пак
2021 връчи
наградите си

Ползата
от бума с
е-храни

Новости

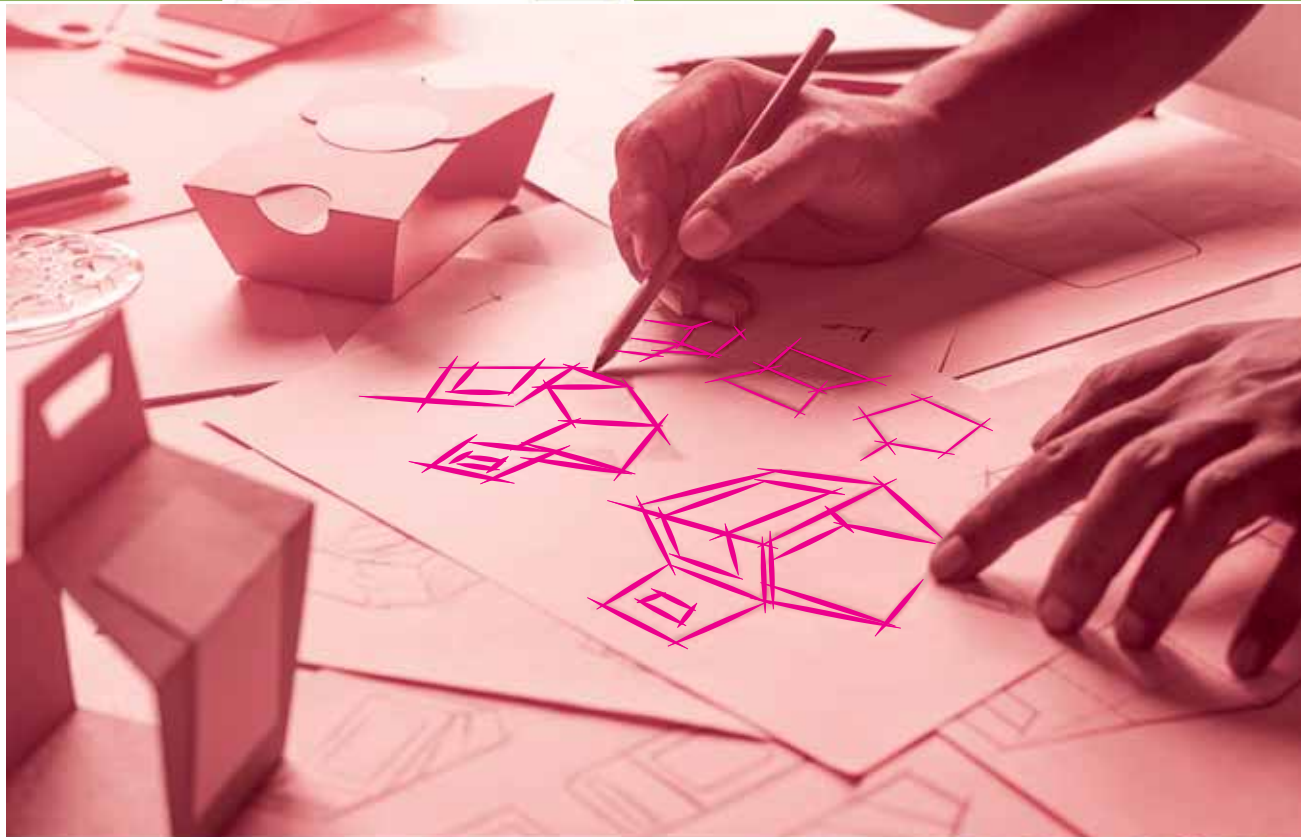
Още за
етилен оксида

Децата и
опаковките
за храни и
напитки

За кефира и
комбуча...

Вести от УХТ

Храни и наука



МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР
ПЛОВДИВ

ufi
Member



Bulgaria
IFP

INTERNATIONAL FAIR
PLOVDIV



foodtech

23-27 ФЕВРУАРИ 2022

Международна изложба за храни и
напитки, опаковки, машини и
технологии

www.fair.bg



Гудекс АД е производител на метални винтови капачки, предназначени за хранителната индустрия. Дружеството е основано през 1992 година в град Пещера и над 25 години предлага на своите клиенти качество в производството на винтови капачки, както и на литография и лакиране на метални листа.

Гудекс АД разполага с надеждно оборудване доставено от реномирани германски производители, както и суровини от най-добрите доставчици в Европа. Ние прилагаме добра производствена практика, затова нашите клиенти получават висококачествени продукти, произведени в най-кратки срокове. Производственият капацитет на дружеството надвишава 30 милиона капачки на месец и постоянно нараства благодарение на непрекъснатото подобрене на оборудването и производствените процеси.

Гудекс АД произвежда и продава метални винтови капачки с различен диаметър (от 30 до 100 мм), цвят и дизайн предоставени от нас или по поръчка на клиента. Капачките могат да бъдат с или без вакуум индикатор, както и за различна термична обработка (пастьоризация или стерилизация). Вложените суровини в производството, покалаена ламарина с различни дебелини, лакове (BPA-NI), мастила и пластизоли, са в съответствие с актуалните европейски регламенти относно материалите и предметите, предназначени за контакт с храни.

Технически данни / Technical Data

Размер Dimension	Външен D Outside D	Профил на капачката Profile				Височина H Height H			Размер Dimension
		RTO	RTV	RTS	RSV	Regular	Medium	Deep	
30	33,6	•	•			•			30
33	35,9	•	•			•			33
38	42,0	•	•			•	•	•	38
43	44,7	•	•	•	•	•			43
53	56,2	•	•	•	•	•			53
58	60,2	•	•	•	•	•		•	58
63	66,5	•	•	•	•	•		•	63
66	69,4			•	•	•		•	66
70	73,4			•	•	•		•	70
82	85,1			•	•	•			82
89	92,8			•	•	•			89
100	103,4			•	•	•			100

- Regular** – Standard cap with an overall height of up to approx. 10 mm
- Medium** – Medium-drawn cap up to an overall height of approx. 13 mm
- Deep** – Deep-drawn cap with an overall height of up to approx. 15 mm

През 2005 г. **Гудекс АД** въвежда система за производствен контрол и се сертифицира по ISO 9001.

Производството на дружеството отговаря на най-високите изисквания на бранша и стандартите. Това се осигурява от специалистите ни по контрол на качеството, което се следи на всеки етап от производството: контрол на всяка партида суровини и материали, лакиране, печат, щанцоване и опаковка.

За да се гарантира високото качество на нашите капачки и тяхното съответствие с най-новите изисквания на Европейското законодателство, прилагаме ежедневни тестове във фирмената лаборатория, както и периодични такива в независима акредитирана лаборатория.

Качествени метални капачки



България, 4550 Пещера
 ул. Георги Къосеиванов 19
 тел.: +359 350 6 22 70
 мобилен: +359 888 216636
 e-mail: sales@gudex-caps.com
 www.gudex-caps.com



СЪДЪРЖАНИЕ

Година LXX
Брой 6-7/2021

*Този брой на сп. ХВП се издава с подкрепата
на АПБНБ и Кока-Кола ХБК България*

Приз Пак 2021 връчи наградите си	5
Онлайн продажба на хранителни продукти: как се извлича сега полза от бума с е-храните?	10
Новости	12, 22, 28
Бъдете различни	13
Установени в ЕС случаи на храни с етилен оксид	14
Опаковката за храни и напитки в контекста на детските възприятия	17
За кефира и комбуча извън бутилките	23
Наблюдател	29
Евровести	33
Вести от УХТ	35
Захар срещу подсладители. Ползи и недостатъци. Съветите на специалистите	38
Италиански изкушения	42
Бизнесспавочник	43



Фирми, представени в броя:

АРСТ

Готи

Гудекс

Лесафр България

**Международен панаир
Пловдив**

ФНТС

ЦСБ Систем България



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.: 02 988 05 89;
e-mail: dizart@abv.bg

Адрес на редакцията:

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

Печат: Вуду принт ООД; www.voo-doo.eu

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

Абонамент чрез Български пощи и „Доби прес“

Абониране в редакцията през цялата година !

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

ХВП[®]

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 Technology -
Plovdiv, Agricultural Academy at the Ministry of Agriculture,
Food and Forestry

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 2 988 05 89

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

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

Design: Zora Yancheva,
Tel.: + 359 2 988 05 89, e-mail: dizart@abv.bg

Address: BULGARIA, 1000 Sofia, 108 Rakovsky Str.,
fl. 6, office 605,
Tel./Fax: +359 2 988 05 89; GSM: +359 88 4646 919;
e-mail: info@fpim-bg.org

Printing: Voodoo Print LTD; www.voo-doo.eu



Здравейте, уважаеми читателю,

Не зная как е при Вас, уважаеми читателю, но аз все често си мисля за Конфуций и неговата фраза **Проклятие е да живееш в интересни времена**. Интересно какво ли би казал мъдрецът днес, ако живее в милата ни Родина?

Но, да оставим „говорещите глави“ от екрана да коментират нелеката ситуация, в която е изпаднала страната ни, а ние да си гледаме работата и да вървим напред, въпреки всичко. Защото именно **въпреки всичко** българската хранителна и питейна индустрия успява достойно да изпълнява благородната си мисия да изхранва българския народ. Това показаха и хранителните изложения в ИЕЦ (виж. стр.31)

А ние обещахме в миналия брой, че ще завършим Националния конкурс Приз Пак 2021 и ще проведем съпътстващата конференция, посветена на опаковките. Е, хванахме последния влак преди забраната и ги проведехме – ще прочетете в броя. Някак мимоходом отбелязахме и забележителния юбилей на списание ХВП – все пак малко издания могат да се похвалят със 70-годишна история, но все пак го отбелязахме. (виж. стр.5)

И тук искам да благодаря, от името на малкия ни екип, на Вас, абонатите на списание ХВП, които със своята скромна лепта ни помагате да съществуваме, да работим за Вашата информираност, да поддържаеме и другите си функции – сайт, фейсбук, е-бюлетин. Надявам се, че и следващата година ще останете до нас, за да продължим заедно да се трудим за развитието на този важен за икономиката на страната ни, а и за живота на всички българи, отрасъл.

А сега, приятно четене и знайте, че нашите страници са отворени за Вашите въпроси и мнения, за популяризиране на новостите и успехите, които реализирате, въпреки всичко.

*Петко Делибеев,
главен редактор*

**Не пропускайте да попълните
Талон за абонамент
и да ни го изпратите**

Content

Year LXX
Issue 6-7/2021

The 2021 Prize Pack awarded	5
Online grocery sales: how to benefit now from the e-food boom	10
News	12, 22, 28
Be different	13
EU-established cases of ethylene oxide foods	14
Food and beverage packaging in the context of children's perceptions	17
For Kefir and Kombucha unbottled	23
Observer	29
Euronews	33
News from UFT	35
Food and science	38
Businessguide	43



Companies represented in the issue:

ARST
CSB System Bulgaria
Gothi Petrunov
Gudex
International Plovdiv fair
Lesaffre Bulgaria
FSEU



30



32

Приз Пак 2021 връчи своите награди

Трудните условия, които създава пандемичната ситуация в света, ни накараха да вземем пример от производителите на разтворимо кафе и да направим събитие „Три в едно“. Така на 20 октомври, само ден преди затыгането на мерките успяхме да проведем три събития: Отбелязахме 70-годишнината на списание ХВП, връчихме наградите от тринайсетия Национален конкурс за най-добра опаковка „Приз Пак 2021“ и проведохме Националната научно-практическа конференция „Тенденции в опаковането на храни и напитки – технологии, материали, екология и нормативна уредба“.

Със задоволство отбелязвам, че въпреки епидемията, немалко хора се престрашиха да участват присъствено в конференцията, а много се включиха по интернет.

Но да вървим по „сценария“: естествено, започнахме с няколко думи за юбилея и благодарности към всички, които помагат на списание ХВП да оцелее в тези трудни времена, споделени от главния редактор на списанието, Петко Делибеев:

Седемдесет години за едно списание не са никак малко. И ни се искаше да отбележим подобаващо тази годишнина. За съжаление неблагоприятната здравна и икономическа обстановка ни попречи. И все пак нека отделим няколко минути, за нашето списание.

Няма да се спирам на историята му, защото е доста дълга. Само ще отбележа, че през 1951 година започва да излиза списание „Стопанство и търговия“, като орган на Министерството на доставките и хранителната промишленост. Основната статия в първия брой е посветена на хранителната индустрия и тази тема остава преобладаваща в не-



Петко Делибеев, в средата, разказва за историята на сп. ХВП. До него г-жа Яна Иванова и проф. Йордан Гогов

говите издания до 1957 г., когато започва да излиза като сп. „Хранителна промишленост“, забележете, като орган на Министерството на хранителната промишленост. В трудната обстановка в края на 90-те години то е пред закриване и тогава група ветерани от отрасъла се обединяват в Кооперация „Хранително-вкусова промишленост“, която продължава издаването му като списание „Хранително-вкусова промишленост“.

Тук е мястото да отдадем заслужена почит на Атанас Петров, проф. Марин Гърдев, Стефан Цачев, Трайко Христов, Христо Стоянов, които вече не са сред нас. Сърдечна благодарност и на доцент Георги Джатов, инж. Милчо Бошев, инж. Руска Маврова, проф. Стефан Дичев, които и днес са рамо до рамо с нас, за всеотдайността им при съхраняването и развитието на списанието.

Така се запазва най-старото научно-приложно издание в областта на хранителната и питейна индустрия, както и науката за храните, което излиза и днес в тези трудни времена. Неговата уникалност

не е само в дълговечието – то е основна трибуна за популяризиране на





постиженията на българската хранителна наука и помощник за развитието на научните кадри в тази област. Въпреки новите изисквания в областта на висшето образование, като регистрирано в НАЦИД, IFIS и някои други бази данни, то продължава да дава рамо на научните работници за тяхното кариерно израстване.

В последните години, като отчита динамичното развитие на хранителната и питейна индустрия в света, списанието се стреми да публикува много и актуална информация за световните новости в нея, следи актуалните изменения в нормативната база за сектора.

Поддържайки своята политика на научно-приложно издание, то се разпространява само по абонамент, но отчитайки инвазията на интернет в живота на хората, може да го прочетете и в е-вариант, издава и е-бюлетин – обзор на ХВП у нас за отминалия месец, поддържа сайт и фейсбук страница.

Като всяко съвременно списание ние разчитаме много на бизнеса в областта на хранителната индустрия и затова ще ми позволите да отдадем заслуженото на няколко фирми, които са с нас от дълги години, за което сърдечно им благодарим: ЦСБ Систем България

– най-дългогодишният ни партньор; Лесафр България, АЛМЕР ЕООД, АРСТ ООД, Готи Петрунов ООД, Кока Кола Хеленик Ботлинг компани България АД, Порше Бг.

Благодарим и на всички останали фирми, които са използвали страниците на списанието, за да популяризират своята дейност. Сърдечно благодарим и на браншовите организации от отрасъла, които винаги са готови да ни подкрепят, но специалната ни благодарност е за АПБНБ, СПБ и Сдружение „Храни и напитки България“, които ни подадоха ръка в тези трудни времена

Вече отбелязах, че ХВП е и научно списание. Не можем да си представим нашата работа в тази област без дългогодишното партньорство с Университет по хранителни технологии в Пловдив, за който е нашата голяма благодарност.

Благодарни сме и на Селскостопанска академия и по специално на Института по криобиология и хранителни технологии, с който поддържаме добри контакти.

Не можем да отменим и партньорството с Федерацията на научно-техническите съюзи, което е на повече от 20 години и за което сърдечно благодарим.

При други обстоятелства бихме могли много да разказваме за списанието. Но нека завършим с благодарността към всички, които са ни помагали в хубавите и в трудните години. Обстоятелствата не ни дават основание за далечен поглед в бъдещето, но се надяваме, че с помощта на абонати, рекламодатели, спонсори и научни учреждения, списание „Хранително-вкусова промишленост“ ще продължи да допринася за развитието на българската хранителна наука и индустрия.



*Благодарност към АПБНБ
и г-жа Жана Величкова,
изп. директор*

*Благодарност към Сдружение
„Храни и напитки България“ и
г-жа Яна Иванова,
изп. директор*





Петко Делибеев връчи на присъстващи представители на споменатите институции и фирми благодарствени грамоти.

Благодарност към ФНТС и г-жа Лилия Смедарчина, зам.-председател



Плакет „Приз Пак 2021“ и Диплом получават:

Чили Хилс Фудс ООД

За Тубус под формата на бомбичка, пълнен с взривоопасни люти сосове за оригинален подход при представяне на продукта и 100 процента рециклируема. ▷



И дойде моментът за наградите от Конкурса „Приз Пак 2021“. Въпреки неблагоприятните условия, организаторите на Националния конкурс за най-добра опаковка „Приз Пак“ успяха да привлекат за участие 16 опаковки. Явно тенденцията за намаляване на пластмасовите опаковки е стимулирала производителите на картонени опаковки, които доминират в тазгодишното издание на Конкурса.

Наградите на отличените опаковки бяха връчени от професор Йордан Гогов, експерт по качество и безопасност на храните и председател на журито на Конкурса:





Вуду принт ЕООД

За Коледна кутия „Елха“ – ефектна кутия за бонбони, която в транспортен вид е правоъгълна. Използваният картон и щадящи мастила правят кутията изцяло рециклируема. Обединяващият бандерол може да бъде



Ди Ес Смит България АД

За Опаковка за преоценени плодове и зеленчуци – за отговорно пазаруване и намаляване на хранителните отпадъци и за Опаковка с променлива височина за четири бутилки – удобна за електронна търговия с интелигентен дизайн и намалени разходи за логистика. И двете опаковки са 100 процента рециклируеми.

Дунапак Родина АД

За Персонализирана

кутия за онлайн търговия за хранителни продукти. В зависимост от нуждите на клиента може да се оформят 4 типа кутии с различни вложки. Висококачествен двуцветен печат и добри транспортни характеристики. Произведена в съответствие с Директива 94/62/ЕО относно опаковките и отпадъците от опаковки. Рециклируема.



персонализиран и за Проект на кутия за две бутилки – осигурява защита на стъклените бутилки, здрава и удобна за директно позициониране на рафта и за потребителя, с „прозорчета“ за виждане на продукта. Изцяло рециклируема.



В категорията Опаковки за нехранителни продукти журито награди

Смърфит Капа България ЕООД

За Опаковка за стенна тоалетна + структура за вграждане всяка в отделна опаковка и луксозно опаковани в общ елемент. Оригиналната опаковка предпазва съдържанието при транспорт, удобна е за манипулиране и подлежи на вторична преработка.



По предложение на организаторите на конкурса журито единодушно реши да връчи плакет „Приз Пак 2021“ на Асоциацията на производителите на безалкохолни напитки за нейното съдействие при организирането и провеждането на Националния конкурс „Приз Пак 2021“.

След връчване на наградите пристъпихме към третата съставка на нашия събитиен микс – Конференцията.

Вече отбелязахме, че разнообразната тематика на предвидените в нея презентации бе привлякла немалко (за ситуацията) участници – и в залата и в интернет. Сигурен съм, че всички те не смятат времето си, посветено на

това събитие за изгубено. Това се доказва и от активните дискусии, които бяха провокирани от представените теми.

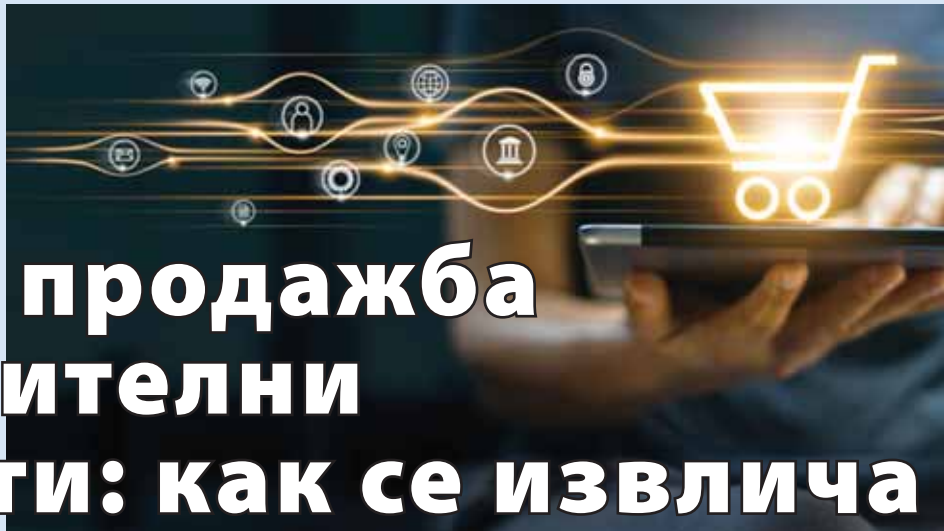
Тон бе даден още след първата презентация на Антон Пейчев от Дирекция „Управление на отпадъците и опазване на почвите“ при МОСВ, посветена на основните мерки по прилагане на Директива (ЕС) 2019/904 за намаляване въздействието на еднократните пластмасови продукти. Тази дългоочаквана наредба провокира много въпроси към лектора, на които, трябва да отбележим, че той отговори компетентно и с практическа насоченост. Очаквайте в следващия брой повече за Наредбата.

Така продължи конференцията през целия ден: Изследвания върху пластификаторите за кофички за кисело мляко и нова технология за преработване на отпадъци от PET, през развитието на сектора на безалкохолната ни индустрия и предизвикателствата, пред които ни поставя електронната търговия, до опаковките за нея и интелигентните опаковки. А темата за тенденциите в дизайна на опаковките на храни и напитки за деца ви предлагаме в този брой.

Желанието на присъстващите да получат презентациите за последващо преглеждане и осмисляне на чутото явно показва, че по-редната конференция, съпътстваща Конкурса „Приз Пак“ е предизвикала интерес и е била полезна за участниците.

Остава ни да се надяваме, че през следващата година, с едно разумно поведение на цялото ни общество, ще разхлабим желязната хватка на „короната“ и ще можем спокойно и на още по-добро ниво да проведем тези важни за отрасъла събития.





Онлайн продажба на хранителни продукти: как се извлича сега полза от бума с е-храните?

Тимо Шафрат

„Короната“ дарява онлайн търговията на хранителни продукти с масивен растеж. Вероятно актуалният бум е трейлър на продажбите на хранителни продукти от бъдещето. Какво означава това за производители и търговци?

Дългосрочно коронакризата се превръща в голям шанс за производствени предприятия и търговски фирми, при положение че те могат да продават продуктите си чрез собствени електронни магазини или чрез платформи като Амазон. По данни на вестник *Lebensmittelzeitung* през март 2020 г. онлайн заявките в Интернет в Германия са се увеличили с повече от 55 процента в сравнение със същия месец от предходната година.

Така кризата е неспирацията мотор за една тенденция, която експертите от дълго време виждат да навлиза. Консултантската фирма Oliver Wupman наскоро прогнозира, че онлайн оборотът с хранителни стоки ще се увеличи поне петорно до 2030 г.. Още през 2019 г. едно проучване на консултантската фирма Kearney оцени положително пазарните шансове: макар потребителите все още да обичат да пазаруват директно в магазина, една част от покупките на хранителни продукти се премести в Интернет. При правилно отношение нишата била – според тогавашното заключение – особено лукративна.

Е-храните функционират само когато електронният магазин и ERP системата са добре свързани

Естествено с това прозрение още нищо не сте продали, още по-малко онлайн. Един електронен магазин за хранителни стоки не се изгражда за една нощ, но това не Ви се и налага. Тъй като актуалният бум на е-храни е само един трейлър за бъдещето. Най-вероятно поведението на пазарува-

не на потребителите ще се промени трайно и значително. Дори за тази прослойка купувачи, които иначе се активни само на място, онлайн поръчките стават все по-атрактивни. Какво е важно сега:

1. Мислете първо за съществуващите клиенти

С онлайн продажбите на продуктите си Вие правите преди всичко едно: добавена стойност за клиентите си. В първата стъпка използвайте този ефект от лоялността на клиентите, вместо веднага да тръгвате на лов за потенциални нови клиенти, които все още въобще не познават Вашата фирма. Понеже това по правило изисква значително по-голям разход на инвестиции, тъй като Вие първо трябва да направите магазина си известен.

2. Останете първоначално активни на регионално ниво

Естествено, кой не мечтае за глобална витрина за продажба на продуктите си? Останете обаче първоначално активни на регионално ниво, това е значително по-икономично. Защо? За да се въведе на пазара един електронен магазин извън региона, струва много време и пари.

3. Използвайте своя електронен магазин като заместител на „нормална“ интернет страница

Не гледайте на инвестицията в електронен магазин като на допълнителни разходи, а като заместител на „нормалната“ интернет страница. Вашите клиенти ще са радостни, когато се шляят във Вашия магазин и намират висококачествено представени продукти.

4. Свържете ERP система с електронен магазин

Ако вече използвате подходяща ERP система, като техническа база за дигиталната количка за

пазаруване, толкова по-добре. Тъй като тук ERP наистина е от решаващо значение, от нея между другото зависи колко лесно ще можете автоматизирано да прилагате индивидуални ценови споразумения или намаления. Също и съществуващите каталожни структури трябва да бъдат отразявани без прекъсване. Успее ли перфектната интеграция на двата свята – ERP и електронен магазин – вече наистина може да се стартира онлайн.

OTTO-Gourmet: от стартъп за храни до лидер на пазара в онлайн премиум сегмента

Братята Волфганг, Шефан и Михаел Ото отдавна показваха, че става. Тяхното предприятие OTTO-Gourmet от 2005 г. много успешно продава премиумни хранителни продукти като Kobe-Beef и Wagyu-Steak – чрез своя електронен магазин. За да работи без проблеми, Magento магазинът е свързан чрез интерфейс към ERP софтуера на CSB-System. Тази връзка е от решаващо значение за успеха на дигиталния бизнес модел, тъй като тя наред с поддръжката на цените съблюдава всички важни за хранителните продукти аспекти като данни за тегло, данни за срок на годност, размери на партиди и най-вече обратната проследимост.

Чрез директната комуникация на ERP модулите с Magento онлайн магазина се гарантира при заявка автоматичното осигуряване наличността на артикулите и се съблюдават сроковете за доставка. По такъв начин директно след влизането на поръчката могат да се активират комисионирането и изпращането. *Така ние гарантираме най-бързите срокове на реакция и в крайна сметка също така много и доволни клиенти* – казва управителят Волфганг Ото.

Любопитни случаи на използване на електронни магазини се срещат също и в чисто B2B областта. Два актуални проекта на наши клиенти по темата.

Пример 1: Franken-Gut залага на Интернет портал за цялостна филиална система

В отдела на Franken-Gut, отговарящ за Edeka, залагат от миналата година на онлайн система за поръчки за свързаните филиали. Това, което преди се е вършило по телефон, факс и имейл, днес протича изцяло онлайн. В момента приблизително 160 филиала на Edeka ползват системата и в собствена Интернет страница ползват ордерен списък със заявки от фабриката. Тук могат да се избират както регулярни стоки, така и рекламни артикули, общо 2500 артикула и могат да бъдат подготвени в сроковете за доставка. Наред с индивидуалната история на заявки за EDEKA филиалите, интегрираното управление на рекламации е ценна допълнителна придобивка: нови

процеси на рекламацията могат да се обработват директно в портала, но те са също така и веднага на разположение в ERP системата с пълна информация за последваща обработка.

Пример 2: Luiten Food намалява разходите чрез преместване на процесите по заявките в Интернет

Холандският търговец на едро Luiten Food също подобри комуникацията със своите клиенти с помощта на система за електронни магазини. Семейното предприятие има над 75 години опит в импорта и търговията с дивеч и птиче месо и предлага общо над 3000 артикула. Взискателен бизнес, който и от електронния магазин изисква доста – например, тъй като артикули, чиято МДГ изтича скоро, трябва да бъдат поставени автоматично в магазина. Наред с интерфейса за представяне на електронния магазин важното тук също така е и взаимодействието с ERP системата: артикулните данни се изобразяват в магазина без дублирано запазване на данните, актуални наличности могат да се показват под различни форми и и се изготвят специфични за адрес цени, като се съблюдават всички условия. ИТ и финансовият мениджър Roald Heinsbroek съобщава за намалени разходи за персонал и понижени разходи като цяло, понеже „*входящите заявки и процесите в тази област бяха успешно преместени в Интернет*“.

Технологията на електронните магазини като оптимизатор на процеси и двигател за развитие

В крайна сметка посланието за търговци и производители е едно и също: инвестицията в електронни магазини може да се изплати много бързо. Тъкмо в B2B бизнеса те предлагат многообразни шансове за спестяване на време и разходи, за повишаване на лоялността към клиентите и за увеличаване на оборота. И дори ако оптимистичните прогнози до днес да не са се сбъднали напълно въпреки редовните увеличения на оборота – това в момента се променя драстично. А и след коронакризата онлайн търговията с хранителни стоки би трябвало да продължи възхода си.

Кризата като шанс – това не е просто мениджърска мъдрост, а новата реалност при е-храните.

По <https://food-blog.csb.com/>



ЦСБ-Систем България
ул. Преслав 19
4000 Пловдив
Тел: 032 646 370
Факс: 032 648 988
E-mail: info.bg@csb.com
www.csb.com

Нови дестилати за безалкохолни и нискоалкохолни напитки

Kerry оповести официалния дебют на Botanicals Collection Zero 2.0 – линия вкусови екстракти за безалкохолни и нискоалкохолни напитки. Второто поколение растителни екстракти на компанията съдържа 0 процента етанол и може да намери приложение също и при традиционните алкохолни напитки.

Фирмата пусна своята първа Collection Zero през 2020 г. Новата колекция предлага подобрена стабилност без замъгляване и утаяване, като целта ѝ е да осигури комплексни вкусови нотки за „перфектното питейно преживяване“. Вкусовите екстракти са произведени посредством собствена техника за извличане и дестилиране и отговарят на изискванията за чист етикет.



Вкусът е изключително важен за всички потребители на нискоалкохолни и безалкохолни напитки – коментира Франсис Де Кампос Ферейра, директор за вкусовото порт-

фолио в Kerry и допълва – Нашата уникална линия Botanicals Collection Zero 2.0 предлага не само свежите нотки от първото издание, но и по-комплексни вкусове, наподобяващи онези, налични при традиционните алкохолни напитки. Друг източник на притеснение за потребителите е дали нискоалкохолните и безалкохолни напитки, които консумират, са получени по естествен път, и именно затова е важно да отбележим, че новата продуктова гама е създадена на база изцяло натурални и устойчиви растителни суровини.

Млечен топинг с нула захар



Conagra Brands разширява своето портфолио Reddi-Wip с въвеждането на бит млечен топинг, подходящ за следващите кето диети потребители. Reddi-Wip Zero Sugar е направен от истинска сметана и има едва 15 калории при 0 грама захар на порция.

Новото предложение, което не съдържа изкуствени овкусители и глутен, може да се използва с кафе или във вид на топинг за плодове, гофрети, смутита, сладкиши, пайове и кето десерти.

На мястото на обикновената захар в него е вложена сукралоза, посредством която е пресъздаден „сладкият вкус на истинска сметана“, характерен за стандартния Reddi-Wip.

Благодарение на Reddi-Wip Zero Sugar потребителите, които съблюдават кето диета, и онези, които следят за нивата си на консумация на захар, могат да продължат да се наслаждават на вкусовото изживяване, предлагано от нас – смята Ашли Спейд, директор за бранда Reddi-Wip в компанията-производител.

Нова гама плодови сокове

Ocean Spray представя нова линия по-леки плодови сокове със занижено съдържание на калории, базирана основно на червените боровинки и наречена Frutas Frescas.

Напитките са направени от истински плодов сок, не съдържат изкуствени подсладители и предлагат сто процента от препоръчителната дневна доза витамин С на порция.

Новите изделия дебютират в три варианта: червена боровинка, ананас и маракуя; червена боровинка, лимон и малина; както и червена боровинка, малина и круша.

Фирмата въвежда и два нови вкуса към гамата 100% Juice: червена боровинка-бъз и червена боровинка-диня. Двата дебюта идват заедно с анон-



сираната наскоро бутилка от 64-унции (около 1800 грама), използвана при линията функционални напитки за деца Growing Goodness.

Катрина Грейвс, главен бранд мениджър в Ocean Spray, коментира: Гамата Frutas Frescas добавя към нашето продуктово портфолио нова линия плодови напитки с очарователни вкусови комбинации и с редуцираното съдържание на калории и захар, които нашите клиенти търсят.

BAKING CENTER™

LESAFFRE 



През септември в София отвори врати най-новият **Baking Center™** на **Lesaffre Group Inc.**. Той е част от световната мрежа пекарски центрове на компанията и свидетелства за разширяването на дейността ни в България. Снабден е с най-ново поколение дигитални фурни и оборудване, в партньорство с MIWE. В новия пекарски център на Лесафр България работят обучени и сертифицирани консултант-технолози, които предлагат своята експертиза в услуга на бизнеса и предават уменията си на следващото поколение пекари и технолози.

Нашата мисия е:

„Да бъдем еталон за новаторски съвременни решения, да предлагаме експертност и опит в услуга на нашите клиенти“

За Лесафр България:

Лесафр България ЕООД е основана преди 22 години и е част от **Lesaffre Group Inc.**, международен експерт и лидер в областта на ферментационните процеси и технологии. **Lesaffre Group Inc.** осигурява широк спектър от продукти за производството на хляб и хлебни изделия, хранителни продукти и добавки, напитки, животински храни и био-етанол. Групата е създадена през 1853г в северна Франция и днес работи на 5 континента, в 50 страни, със 70 завода и 10 изследователски центъра. Оборътът на групата за 2021г е над 2 млрд. евро. В компанията работят над 10 500 служители и над 550 учени и експерти. 1/3 от хлябовете по света са направени с продукти на Лесафр и всеки ден 1 млрд души се изхранват пълноценно и здравословно с храни, приготвени с продукти на Лесафр.

За допълнителна информация, моля, свържете се с Лесафр България ЕООД на тел. 0887 395 830 и office.bg@lesaffre.com.

Бъдете различни!

Повече от 165 години ние от Lesaffre работим заедно с пекари от цял свят. Разполагаме с изключително дълбоки познания за процесите, суровините и рецептите, които споделяме със своите партньори и клиенти. За да бъдем в крак със съвременните тенденции следим развитието на сегмента в повече от 50 държави на 5 континента. Затова предлагаме иновативни и модерни решения както за индустриалните производители, така и за бутиковите хлебарници.

Свържете се с нашите технолози, за да разработим за Вас уникални рецепти, съобразени с Вашите конкретни нужди и производствени мощности.

www.lesaffre.bg

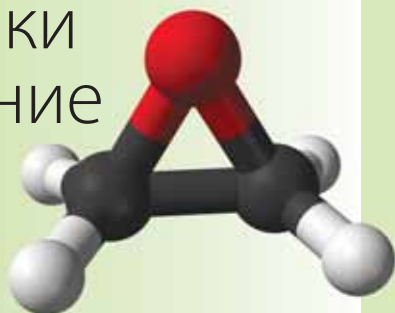



LESAFFRE
ОТ 1853
ПРАВИМ ХЛЯБА ГОЛЯМ

Лесафр България ЕООД
гр. София, Бул. Искърско шосе 7, сграда 6, офис 1;
Телефон: 0885 863 213
e-mail: office.bg@lesaffre.com


LESAFFRE
ОТ 1853
ПРАВИМ ХЛЯБА ГОЛЯМ

БАБХ с мерки по отношение на етилен оксида



Във връзка с предупреждението на Асоциация „Активни потребители“, че отровен химикал е откриван системно в храни на българския пазар и страната ни е била многократно предупреждавана от други страни в ЕС, от Българската агенция по безопасност на храните съобщиха, че Република България, като държава членка на Европейския съюз (ЕС), е била сигнализирана чрез Мрежата на Европейската комисия за предупреждение и сътрудничество за общо 150 установени несъответствия от различно естество при храните от началото на 2021 година.

Компетентният орган по отношение на безопасността на храните – Българската агенция по безопасност на храните (БАБХ) е предприела всички мерки и действия, съобразно законовите си правомощия при получаването на съобщенията.

32 от съобщенията през 2021 година касаят установено наличие на етиленов оксид в съставки и добавки (гума локуст бийн и гума ксантан), които се влагат в минимални количества при производството на точно определени видове храни.

Четири от съобщенията се отнасят за хранителни продукти, в които са вложени съставки, които съдържат етиленов оксид над определените норми.

В нито един от случаите не е доказано наличие на етиленов оксид над установените норми в готовия за консумация продукт.

От страна на БАБХ незабавно след получаване на съобщенията чрез Мрежата на Европейската комисия са извършени проверки на място във всички обекти, които са посочени в съобщенията.

Бизнес операторите, които съгласно законодателството носят отговорност за безопасността на предлаганите от тях храни и Агенцията са предприели всички необходими мерки за спиране продажбата на засегнатите продукти.

Резултатите от мерките и действията на българския компетентен орган са докладвани на ЕК и са били приети.

За всички случаи на потвърдена реална опасност за здравето на потребителите БАБХ публикува съобщения на електронната си страница и информира гражданите със съдействието на българските медии.

Предлагаме на вниманието ви информация за мерките, предприети от ЕС по отношение на етилен оксида в храните.

Установени в ЕС случаи на храни с наднормено съдържание на етилен оксид

В края на 2020 г., компетентните органи на няколко държави членки на Европейския съюз (ЕС), установяват наличие на остатъци от веществото етилен оксид в сусамови семена, включително и в храни, съдържащи сусам, като крекери, бисквити, хляб или сосове за салати (дресинг). През юни 2021 г., остатъци от етилен оксид са открити и в добавката в храни E 410 (гума от плодове на рожков), използвана предимно при производството на сладоледи.

В ЕС етилен оксидът е забранен за употреба като активно вещество в състава на продукти за растителна защита. Етилен оксидът е мутагенен, канцерогенен и токсичен за репродукцията, поради което не е възможно да се установи токсикологична референтна стойност за безопасен прием. Поради това, храни с наднормено съдържание на етилен оксид не могат да бъдат пуснати на пазара.

Въведение

Индия е един от основните доставчици на сусамови семена в ЕС. Повече от половината от обема на вноса (около 70 000 тона годишно) произхожда от Индия.

В началото на септември 2020 г., Белгия подава нотификация по Системата за бързо предупреждение за храни и фуражи (RASFF), в която се съобщава за наличие на етилен оксид (30 mg/kg) в сусамови семена с произход от Индия. Допълнителни аналитични данни от

държавите членки на ЕС също са докладвани в RASFF, показващи, че сусамът може да съдържа високи концентрации на етилен оксид. Най-високата отчетена концентрация е 86 mg/kg, което значително надвишава законово установената в ЕС максимално допустима граница на остатъчни вещества (МДГОВ) за етилен оксид в сусамово семе от 0,05 mg/kg. Възможно обяснение според експертите би могло да бъде това, че етилен оксидът е използван за дезинфекция (фумигация) на сусамовите семена, за да се премахне замърсяването им със *Salmonella* spp.

Етилен оксидът е запалим, безцветен газ при температури над 10,7°C, чийто мирис при токсични нива наподобява на етер. Той е известен и с други имена като оксиран, епоксидан, оксациклопропан, диетиленоксид, а химичната му формула е C₂H₄O. Той се среща в производството на разтворители, антифриз, текстил, детергенти, лепила, полиуретанова пяна и фармацевтични продукти. Основната употреба на етилен оксид е като междинен продукт при производството на етиленгликол.

Етилен оксидът има бактерицидни и фунгицидни свойства и се използва, както за стерилизация на хирургическо оборудване и медицински изделия, така и за намаляване на броя на микроорганизмите (напр. *Salmonella* и *E. Coli*) в билки, подправки (като сусамови семена) и добавки в храните, които са чувствителни

към топлина. Той е по-щадящ към хранителния продукт, отколкото други методи, като стерилизацията с пара.

Законодателство

От 1991 г., в ЕС етилен оксидът е забранен като пестицид.

Регламент (ЕС) 2015/868¹ установява МДГОВ за етилен оксид в сусамови семена от 0,05 mg/kg.

Член 19 от Регламент (ЕО) № 396/2005² забранява използването на суровини, несъответстващи на установените МДГОВ от пестициди, при производството на преработени хранителни продукти.

¹ Регламент (ЕС) 2015/868 на Комисията от 26 май 2015 година за изменение на приложения II, III и V към Регламент (ЕО) № 396/2005 на Европейския парламент и на Съвета по отношение на максимално допустимите граници на остатъчни вещества за 2,4,5-Т, барбан, бинапакрил, бромофос-етил, камфехлор (токсафен), хлорбуфам, хлороксурон, хлоролинат, ДНОК, диалат, диносеб, динотерб, диоксатион, етилен оксид, фентин ацетат, фентин хидроксид, флуциклоксурон, флуцитринат, формотион, мекарбам, метакрифос, монолинурон, феноктрин, профам, пиразофос, квиналфос, ресметрин, текназен и винклозолин във или върху определени продукти, *ОВ L 145, 10.6.2015г., стр. 1-71.*

² Регламент (ЕО) № 396/2005 на Европейския парламент и на Съвета от 23 февруари 2005 година относно максимално допустимите граници на остатъчни вещества от пестициди във и върху храни или фуражи от растителен или животински произход и за изменение на Директива 91/414/ЕИО на Съвета, *специално българско издание: глава 03 том 063 стр. 55 - 70*





www.arstood.com

АРСТ ООД
НЕРЪЖДАЕМА СТОМАНА
ПРОИЗВОДСТВО И ТЪРГОВИЯ
 тел.: 042 601 477; факс: 042 601 471
 e-mail: office@arstood.com



Добавката в храни Е 410 (гума от плодове на рожков или гума локус бийн) е стабилизатор, който се използва за запазване консистенцията на продукта и за увеличаване на вискозитета му. Разрешена е за употреба в хранително-вкусовата промишленост с Регламент (ЕО) № 1333/2008³. Използва се като желиращ агент при производството на: замразени десерти, сладоледи, хлебни изделия, сосове, кетчуп, месни и зеленчукови консерви, топени сирена, ферментирани млечни продукти, различни десерти.

Съгласно Приложението към Регламент (ЕО) № 231/2012⁴ **употребата на етилен оксид за стерилизация на добавки в храните е забранена.**

Риск за здравето на консуматорите

Етилен оксидът е силно летливо и реактивно вещество. Като такъв, той остава само в много малки количества в обработените/тритирани с него продукти.

Етилен оксидът е класифициран като **канцероген, мутаген и с токсично действие върху репродуктивността**. Консумацията на храни, съдържащи наднормени количества етилен оксид, **представява потенциален риск за здравето**. Поради това, излагането на етилен оксид чрез консумация на храни трябва да бъде сведено до минимум, като на пазара не трябва да се допускат замърсени продукти или ако има такива те трябва да бъдат изтеглени от пазара.

Предприети мерки

По отношение на установените сусамови семена с остатъци от етилен оксид, като защитна мярка е приет Регламент за изпълнение (ЕС) 2020/1540⁵. Този Регламент изисква Индия да извършва предварително тестване на сусамовите семена, предназначени за износ за ЕС, за да се удостовери съответствието им с установеното МДГОВ от етилен оксид от 0,05 mg/kg.

³ Регламент (ЕО) № 1333/2008 на Европейския парламент и на Съвета от 16 декември 2008 година относно добавките в храните, *ОВ L 354, 31.12.2008г., стр. 16-33.*

⁴ Регламент (ЕО) № 231/2012 на Комисията от 9 март 2012 година за определяне на спецификации на добавки в храните, включени в списъците в приложения II и III към Регламент (ЕО) № 1333/2008 на Европейския парламент и на Съвета, *ОВ L 83, 22.3.2012г., стр. 1-295.*

⁵ Регламент за изпълнение (ЕС) 2020/1540 на Комисията от 22 октомври 2020 година за изменение на Регламент за изпълнение (ЕС) 2019/1793 по отношение на семената от *Sesamum* с произход от Индия, *ОВ L 353, 23.10.2020г., стр. 4-7.*

Тестването трябва да бъде потвърдено с официален сертификат, който трябва да придружава всяка пратка. Освен това, Регламентът увеличава честотата на проверките на граничните контролни пунктове за сусамови семена, с произход от Индия, изисквайки проверка на 50% от всички пратки, представени на границата на ЕС.

Компетентните органи на държавите членки на ЕС продължават и разширяват официалния контрол, като се изследват и други храни, различни от сусам, с произход от други трети страни освен Индия.

Във връзка с нотификация за предупреждение № 2021.2966, подадена на **8 юни 2021 г.** в RASFF, относно установяване на остатъци от етилен оксид в добавка в храните Е 410, използвана предимно за производство на сладоледи, Европейската комисия е провела срещи на 29 юни, 30 юни и 13 юли 2021 г. с кризисните координатори на държавите членки в областта на храните и фуражите, заедно с други експерти в областта на остатъци от пестициди и добавки в храни. Целта на тези съвещания е предприемането на „хармонизиран подход“ от държавите членки за управление на риска, свързан с установяването на остатъци от етилен оксид в добавката в храни Е 410.

На последната към момента среща (13 юли 2021 г.), държавите членки и Европейската комисия стигнаха до съгласие, че всички продукти, предимно сладоледи, произведени с добавка за храни Е 410, съдържаща остатъци от етилен оксид, трябва да се считат за „**небезопасни или неподходящи за консумация**“, тъй като не е възможно да се определи „безопасно ниво на експозиция на етилен оксид“ за консуматорите.

Поради това и с цел да се осигури високо ниво на здравна защита на населението, производителите и търговците на храни, които са пуснали такива продукти на пазара на ЕС, трябва под контрола на националните компетентни органи **да изтеглят тези продукти от пазара** или при необходимост да бъдат върнати от потребителите.

д-р Светлана Черкезова
Център за оценка на риска
по хранителната верига
 По <http://corhv.government.bg>,

Опаковката за храни и напитки в контекста на детските възприятия

гл. ас. д-р Иванка Добрева-Драгостинова
 деп. „Дизайн“ Нов български университет

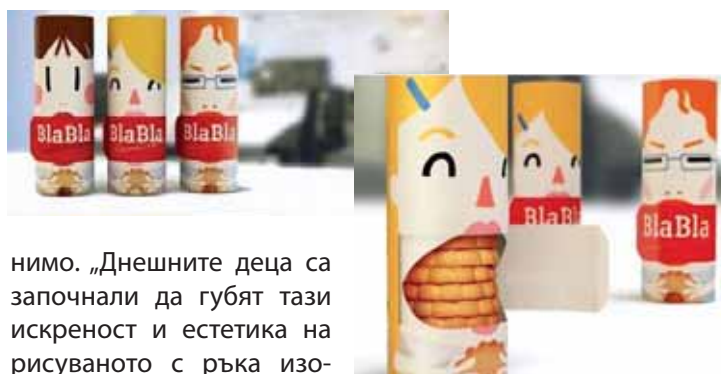
Дизайнът на опаковки е една от най-бързо развиващите се сфери на дизайна и съвсем оправдано е силно подвластна на всички промени в нагласите и търсенето от страна на потребителите и бизнеса. Може да се каже, че дизайнът на опаковки е отражение на степента на развитие на едно общество. Опаковките за деца са още по-интересни, но и сложни за изучаване, защото става дума за потребители в различни възрастови групи и отличаващи се от възрастните по начина, по който осмислят визуалната информация.

При проучване и анализ могат да се открият любопитни тенденции в графичното решение на опаковките, които са свързани с промяната на начина, по който съвременните деца възприемат и взаимодействат със света около тях.

Наблюдава се например, че опаковки за храни и напитки със снимки или дори с изображения на деца, освен ако не са наложени от марката, като че ли вече не са актуални. Вероятна връзка може да търсим с все по-малкото значение на непосредственото усещане на децата помежду им и на засилването на въздействието на дигиталните средства за комуникация, игра, забавление, учене. Присъствието на детския образ, когато го има, е силно стилизирано, а често дори сведено до знаковост.



Любопитно е и че рисувани на ръка изображения се срещат рядко. И това също е обяс-



нимо. „Днешните деца са започнали да губят тази искреност и естетика на рисуваното с ръка изображение, поради това, че рядко са се срещали с такъв вид изкуство [1].“ Графичното решение на опаковките за храни и напитки за деца, най-често са изцяло продукт на компютърната графика и оформление. Характерни са силно стилизирани образи, условна цветност, наситен и равен цветен тон.



При опаковките за деца все по-често се виждат образци, при които липсва пряка

връзка на графичното изображение със съдържанието на пакета. Положително е, че при част от тези примери, продуктът е частично видим и графичното решение допринася за атрактивността му, внасяйки някаква





закачка или сюжет.

В последните години белият фон се налага все по-убедително и затвърждава по-изчистена и минималистична визия на опаковките. Това определено е положителна тенденция и помага за преодоляване на погрешно възприетото мнение, че всичко около детето трябва да е пъстро и цветно и че това е основният начин да се привлече положителното внимание. От екологични съображения и отразявайки търсенията на родителите за натурални, екологични и био храни и продукти, белият фон често започва да се заменя с натуралния цвят на неизбелена целулоза. Този подход безспорно подпомага изграждането на съответната потребителска култура и у подрастващите.



Когато става дума за храни и напитки, особено за деца, е необходимо да се обърне внимание на постоянно завишаващите се изисквания и контрол на съдържание, съставки, срок и начин на съхранение и консумация и т.н. Това налага разполагането на значително количество информация върху опаковката. Сервизната информация задължително трябва да присъства и разбира се е изключително важна, но тя е насочена най-вече към родителите и възрастните, за които е значим фактор при вземане на решение за покупка. За децата много по-силна е другата мотивация – тази на подсъзнателно ниво, която определя продукта като привлекателен или не за покупка.

При стоките за деца е логично да се цели сервизната информация да се събере на една страна или да се изнесе върху допълнителен елемент като етикет или книжка. Така лицевите страни на опаковките – т.е. тези, които носят главната визуална информация могат да са повече от една. Много дизайнери създават графично решение, при което изображението излиза от границите на страната и преминава към съседните. Това е доста характерно при

опаковките за детски стоки и спомага при подредба на рафта от кутии с еднакъв артикул да се получи общ визуален и често атрактивен фриз, спомагащ за по-добрата визия на продукта и разпознаваемост върху рафта [2].

Прилагането на смислова връзка между съседните страни на опаковката може да бъде използвано и по друг начин. През 2002 г. е пусната на пазара първата опаковка с иновативен дизайн, която при правилна подредба чрез завъртане на 90°, сформира името на бранда [2]. Тази игра с изображението е много близка до детските възприятия, които първоначално възприемат характеристиките на предметите и явленията поетапно и на части, а по-късно, с развитието на логическото и асоциативно мислене се свързват в обща представа. Подходът може много сполучливо да се използва в опаковки, предназначени за деца.



Като цяло стремежът е да се проектират опаковки, обхващащи по-широк възрастов диапазон и подходящи и за двата пола. По този начин предлаганите изделия имат по-универсален характер и са насочени към по-голяма потребителска група. Развитието на детето обаче преминава през различни етапи със специфични особености на възприемане на информация, интереси, потребности. Условно може да разграничим четири възрастови категории при адресантите на опаковки.

Първата обхваща опаковането на стоки за най-малките от 0 до 12/18 месеца. При тях дизайнът е насочен по-скоро към родителите и това, което те очакват от опаковката. Водещи тенденции са – изчистена минималистична визия, неутрален фон. Търси се подчертано послание за натуралност, здравословност, високо качество, свежест и чистота на съставките. Професионално проектираната опаковка за бебешки храни и напитки е способна да внушава тези послания и да въздейства доста убедително. „Всяко образно изкуство е толкова изпълнено с фантастични и оптимистични идеи,



В други примери, дизайнът е определено провокативен и дори може да е в конфликт с естетични и нравствени ценности, но от друга страна може би успява да кореспондира и задоволи естествения стремеж към противопоставяне. Вероятно деликатната ситуация и трудният път към въздействие върху тази специфична възрастова група, може да оправдае използването и на такива средства. Въпросът е, доколко децата и младежите ще възприемат опитите да бъдат спечелени. „Изкуството за деца и тийнейджъри е едно от най-сложните, защото е нужно да бъде напълно искрено, чисто и в същото време увлекателно и поглъщащо. В произведенията за възрастни може да има флирт, явно заблуждение, възрастният ще го приеме, дори може да го изтъкува като своеобразен артистизъм, снобизъм или перфекционизъм. Децата биха били отблъснати



веднага от това, което е лицемерно и неправдоподобно. Децата и тийнейджърите са най-подозрителните ползватели на изкуството [3].“

Източници

- [1] Нейкова, Р. Съвременно детско кино, София, 2016, с. 30, 34 и 35;
- [2] Върбев, С., Развитие и прогнозни тенденции в графичния дизайн на опаковките за натурални сокове. В: Сборник доклади, Научно-техническа конференция „Опаковки-тенденции в развитието и приложението“, Пловдив, 2018, с. 15-20;
- [3] Нейкова, Р. Экранное искусство для детей и юношей в современной цифровой среде. В: Мир через экран(ы): монография. Екатеринбург, 2021, с. 78.
<https://www.trendhunter.com/slideshow/baby-food-product>
<https://www.lolwot.com/10-of-the-best-packaging-designs-ever/>
<https://bestvisualbrand.wordpress.com/2012/11/10/ideas-y-disenos-creativos/>
<https://www.behance.net/gallery/72740969/Epic-Gelato-Packaging-Design>
<https://www.designerpeople.com/blog/packaging/die-cut-window-packaging/>
<https://www.worldteanews.com/Features/goodbye-juice-hello-kids-tea>
<http://www.advertology.ru/article149783.htm>
<https://www.baby.store.bg/>
<https://www.assorti.lt/katalogas>
<https://www.coca-cola.bg/nashite-marki/cappy>
<https://dornob.com/creative-industrial-design-literalist-product-packaging/>
<https://remos.ru/blog/archive/2018/cool-kids-packaging-design/>
<https://thedieline.com/blog/2013/6/12/before-after-jupik-beverage.html?>
<https://99designs.com/profiles/2012234>
<https://in.pinterest.com/pin/255790453822555334/>
<https://www.creativeboom.com/inspiration/20-best-packaging-designs-by-graphic-design-students/>
<https://llahona.com/portfolio/teens-cacao/>
<https://www.packagingoftheworld.com/2016/06/shake-my-head-milkshakes.html>

Линия мини снаскове

Natural Delights разширява своето портфолио с новата линия снаскове за хапване в движение Mini Medjools.

Съчетавайки фурмите Medjool със семена, ядки, масла от ядки и плодове, новата гама предлага витамини и минерали, включително калий, и 150 калории на порция от четири части.

Вариантите са кокос; какао пекан; сладък и солен бадем; био червена боровинка и шам фъстък; био плодове и ядки; както и био какао и кокос.

Новите Mini Medjools са разработени в отговор на обратната връзка от потребителите, които искат от нас да създадем нещо малко, буквално една хапка, което да съдържа здравословни съставки като масло от ядки и семена от чиа – пояснява Дейвид Бакстър, маркетингов директор на Natural Delights.



Предлагат сладоледени хапки

Производителят на млечни изделия Food Union представя като допълнение към бранда Latvian Pols глазирани с какао сладоледени хапки, с което допълва съществуващата фирмена гама сладкарски изделия със сладолед.

Вдъхновеният от снега продукт, наречен Pols Snow Peaks, представлява покрити с млечен шоколад хапки, пълни с ванилов сладолед. Всяка кутия съдържа 15 сладоледени хапки и е с тегло 210 грама.

Сандра Усачева, бранд мениджър „Сладоледени изделия“, споделя: *Тук става въпрос за размиване на границите между продуктовете категории и разработване на иновации, базирани на креативността. Групата брандове на Food Union разчита на връзката си с потребителите, за да предложи уникални сладоледени изживявания и да създаде замразени сладкарски изделия, които представляват следващото ниво на иновациите.*

Новите сладоледени хапки се предлагат първоначално през онлайн магазина на Food Union в Латвия, като през ноември дебютират и в големите търговски вериги и избрани квартални магазини в Латвия и Литва.

Безглутенови снаскове с пребиотични влакна

Core Foods допълва своето портфолио с пускането на пазара на нова линия безглутенови снаскове: Core Fiber Powered Oat Snacks. Пълнозърнестите снаскове включват три варианта: веган ранчо, морска сол и зехтин, както и фъстъчено масло. Продуктите съдържат 5 грама пребиотични влакна и според производителя спомагат за подобряване на стомашно-чревното здраве.

В Core Foods вярваме, че благосъстоянието започва отвътре, и сме щастливи да предложим иновация, която ни води отвъд

секцията на замразените продукти – твърди Брет Хартман, изпълнителен директор на Core Foods. – *Потребителите търсят снаскове с чисти етикети, които не само имат отличен вкус, но и ги карат да се чувстват великолепно. С дебюта на новите ни снаскове успешно разширяваме гамата на нашите вкусни и полезни за стомаха и червата продукти.*

По-рано през годината фирмата



анонсира и линия десерти в кето стил, насочени към любителите на снаскове с ниско съдържание на въглехидрати.

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

За кефир и комбуча извън бутилките

Как ферментиралите напитки могат да стимулират имунитета и чревното здраве? Дават ли си потребителите сметка за ползите от кефира и комбучата за здравето въобще? Накъде са се отправили тези сектори и къде ще бъдат в идните пет години? Отговорите търсим от британския производител на кефир Biotiful Dairy и американската компания Kombucha Brewers International (KBI).

Въпросите, свързани с чревното здраве, продължават да възбуждат интереса на хранителната и питейна индустрия. И, въпреки че основният акцент все още пада върху правилното храносмилане, според Euromonitor International проблемът отива отвъд физическото здраве на потребителите и засяга психическото благосъстояние по „оста черва-мозък“.

В наши дни все повече потребители откриват здравословните предимства на ферментиралите продукти, каквито са кефирът и комбучата – отбелязват от компанията за пазарни проучвания в свой доклад от 2019 г. – Продажбите на подобни изделия буквално експлодират на пазари като американския, австралийския и британския, а очакваме и предстоящи дебюти на други пазари.

Всъщност отрасълът, свързан с комбуча, се радва на стабилен 30-процентов ръст в натуралния и поне 50-процентов растеж в конвенционалния канал на годишна база. В резултат продуктът – получен посредством ферментация на сладък чай с помощта на симбиотична култура от бактерии и квас (symbiotic culture of bacteria and yeast или SCOBY) – се приема за най-бързо растящата категория функционални напитки.

Кефирът, представляващ млечна напитка, ферментирала с кефирни зърна, също се движи по възходяща траектория. Според Fortune Business Insights през 2019 г. глобалният пазар на изделието е оценен на 1,23 милиарда щатски долара, като прогнозите за 2027 г. са той да достигне стойност от порядъка на 1,84 милиарда.

Предвид че ферментиралите храни по принцип съдържат полезни бактерии, и за кефира, и за комбуча се смята, че стимулират усвояването на хранителните вещества, подпомагат детоксикацията и ограничават възпаленията. Ползите от тях се рекламират като

пряко свързани не само с храносмилателното здраве, но и с подкрепа на имунната система.



Снимка: GettyImages/Fascinadora

Разбират ли обаче потребителите здравословните предимства на тези две шупнали напитки? Дали е възможно да се направи повече за подобряване на осведомеността относно важността на чревното здраве? И какви промени можем да очакваме да се случат в тези отрасли в рамките на идните пет години?

FoodNavigator постави тези въпроси пред Хана Кръм, президент и съосновател на Kombucha Brewers International (KBI), и Наташа Боус, основател на Biotiful Dairy.

Разбирането за ползите от кефира: „Британците все още тънат в мрак“

Британският кефирен стартап Biotiful Dairy е основан през 2012 г. от родената в Русия Наташа Боус. Днес брандът демонстрира най-бърз растеж в сектора на йогуртите и





Снимка: GettyImages/PeopleImages

Една от най-важните ни инициативи е кампанията „Да защитим суровата комбуча“ в САЩ – пояснява Кръм. Целта на споменатата кампания е да подкрепи посланието към представителите на американските власти, че достъпът до сурова, жива комбуча е значим приоритет за здравето и благосъстоянието на техните избиратели: *Тя актуализира остарелите разпоредби, които не отразяват законите на природата, и търси хармонизиране със сходните нам култури по целия свят.*

А през 2022 г. KVI ще стартира и Програмата „Печат на комбуча“. Базиран на Кодекса за практиките на комбуча (Kombucha Code of Practice), въпросният печат има за цел да гарантира прозрачност и да помогне на потребителите да вземат информирани решения за това, кои продукти от фамилията на комбуча са най-подходящи за тях.

Символите на почтеност, подобни на печатите за биологична или кашерна храна, са търсени както от потребителите, така и от търговците, наличието им облекчава на товарването върху комуникирането на това, кои продукти отговарят на дадени специфични изисквания и стандарти за качество – обяснява шефката на KVI.

Във Великобритания екипът на Biotiful Dairy работи върху изграждането на информираност за бранда. По-конкретно, компанията таргетира потребителите с призив да „надградят своята закуска“ с помощта на кефира.

Закуската е идеалното хранене, с чиято помощ да стимулираме чревното си здраве, по естествен път и без добавена захар – споделя Боус. – Освен това в Biotiful работим с широк кръг заслужаващи доверие посланици на бранда и инфлуенсъри в областта на здравето, като целта ни е създаването на дигитално съдържание, посветено на важността

на закуската и на ползите за чревното здраве, до които би довело включването на кефира в това хранене.

Подобряването на информираността на потребителите е императив, смята основателката на компанията. Цитираното по-горе изследване на OnePoll показва, че опасенията за чревното здраве стремително растат: повече от 80% от британските потребители споделят, че страдат от проблеми, свързани именно с него.

В действителност един на всеки петима от нас смята, че животът ни е негативно повлиян от смущения на чревното здраве, а близо една трета от британците продължават да страдат мълчаливо.

Комбуча индустрията не показва признаци на забавяне

И така, накъде продължаваме? Според Кръм „процфтяващият“ днес сектор на комбучата не показва каквито и да било признаци на забавяне: *Секторът продължава да расте с близо 20% на годишна база, като очакванията към 2028 г. да достигне стойност от порядъка на 8,5 милиарда долара, и продължаваме да сме свидетели на търсене, което болшинството производители просто не могат да обслужат.*

Дори при това положение, смята президентът на KVI, потенциалът за растеж и иновации е огромен. Новаторските предложения, лансирани под формата на „вълнуващи съставки“ от сорта на адаптогени и премиум чайове – както и „здравословни“ алкохолни напитки от типа на „хард комбуча“ – демонстрират само няколко от начините, по които производителите адаптират своя продукт към условията на нови пазари, коментира Кръм.

Пандемията също наложи необходимостта от пряка връзка с потребителя и нашите очаквания са, че абонаментните модели, наемите на кегератори и други иновативни методи за дистрибуция ще продължат да се разпространяват все по-масово. – допълва тя.

По отношение на регионалното представяне, от KVI наблюдават най-чувствителен растеж в САЩ – и особено в южните щати, където комбучата набира популярност сред представителите на поколенията Y и Z.

В Европа и Великобритания напитката навлиза в ресторантите и пбовеите, а Латинска Америка демонстрира стабилен растеж. Рабо-

тата ни с местните правителства (в Южна Америка) с цел да им помогнем да проумеят аспектите на безопасността на суровия продукт се оказва същинско предизвикателство, и някои държави все още изискват пастъризация – споделя Кръм.

Друго предизвикателство секторът среща в Австралия, където най-големите производители „заливат пазара с дълготрайни продукти, лишени от ясни етикети“, продължава тя. В резултат на това разясняването пред потребителите на различията между комбучата и содата се оказва нелека задача. И в заключение, Азия и Африка се оказват най-бавните в процеса на възприемането на напитката – поне в районите извън най-големите градове: И все пак, ежедневно чуваме за нови и нови брандове, появяващи се в тези райони. Най-сериозните препятствия там продължават да бъдат съобразяването на



Снимка: GettyImages/Qwart

комбуча с местните вкусови предпочитания и справянето с липсата на студена верига на доставките.

По www.foodnavigator.com

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 №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



Зала №3

Шоколадови веган блокчета на овесена база



Lindt & Sprüngli обявиха пускането в Обединеното кралство на новата си растителна рецепта шоколадови блокчета за Вегенария 2022г. Новите шоколадови блокчета ще бъдат направени от смес от първокласно какао, безглутенова овесена напитка и бадемова паста. Двамата варианта включват Lindt Classic Recipe Vegan Smooth и Lindt Classic Recipe Vegan Hazelnut, с допълнителни хрупкави парчета лешник. Веган баровете на Lindt ще бъдат без глутен и са подходящи за хора страдащи от целиакия. Те ще се предлагат от януари следващата година.

Две нови сирена за празниците

Британският производител на сирене Norseland пушна два нови варианта сирене под марката си Ilchester за празничния сезон. Новите вариации на вкус включват сирене чедър с лют червен пипер и лайм, и зрял чедър с карамелизиран лук и портвайн. Лиза Харисън, старши бранд мениджър, казва: *Пандемията принуди много хора да отменят коледните си планове миналата година, затова Коледа 2021 ще бъде голям празник, тъй като ще можем да се съберем с приятелите и семействата си за парти. Нашите сезонни сирена винаги са популярни и ние се стремим да предложим сирене, което отразява сезонните вкусове, както и сирена, които са универсални за различни ястия или поводи. Нашите люти чушки и сирене лайм носят топлина, съчетана със свежестта и пикантния вкус на лайм. Това е сирене, което може да добави малко подправка към ястията, но може и да се консумира самостоятелно върху дъска за сирене. А карамелизираният лук и портвайн в зряло сирене чедър обединява вкусовете на зимата и Коледа. Всеки обича чаша порто по Коледа, а карамелизираният лук добавя вкусна сладост, за да допълни перфектно чедъра.*



Хранителна добавка за облекчаване на псориазиса

AxisBiotix пусна в Обединеното кралство и САЩ пробиотична хранителна добавка, насочена към облекчаване на симптомите на псориазис. Създадена от изследователи в SkinBioTherapeutics, новата добавка съдържа „специфично подобрени бактерии“, насочени към облекчаване на възпалението, причинено от псориазис. AxisBiotix-Ps се продава под формата на прах и може да се разтваря в студени напитки или да се добавя към храната ежедневно. Не съдържа стероиди. Стюарт Ашман, главен изпълнителен директор на SkinBioTherapeutics, казва: *Радваме се, че можем да направим AxisBiotix-P достъпни за всеки потребител в САЩ и Обединеното кралство. След години научни изследвания, сега искаме да подкрепим псориазисната общност с нов подход за справяне със симптомите, под формата на хранителна добавка без рецепта, която е лесна за употреба в ежедневието.*



Нашето потребителско проучване доведе до отлични резултати по отношение на намаляването на зачервяването, сърбежа и лющенето сред по-голямата част от участниците и се надяваме, че много хора ще намерят облекчение, като използват нашия продукт.





Кока-Кола ХБК България отбелязва годишнини със специален филм

Историята на сърцето на компанията – хората, са представени в 5 филмови епизода

Кока-Кола ХБК България отбелязва годишнините на двата си завода у нас – в Костинброд и Банкя, със специален филм, в който представя двигателя на бизнеса и на кого се дължи прогреса на организацията. В пет кратки епизода компанията разкрива сърцето на производствените си центрове – хората, които подпомагат процеса по създаване на напитките, които са част от продуктовото семейство на Кока-Кола ХБК България.

25 години след стъпването на Кока-Кола ХБК България в Костинброд и 15 години след присъединяване на завода за минерална вода в Бан-

кя към продуктовото разнообразие на компанията, всеки ден 400 професионалисти оставят своята следа в историята на двата завода. Фокусът на уникалния по рода си филм са разказите на хората, работещи там, всеки с различен стаж и отговорности, представящи ключови моменти от мащабното производство и етапите на развитие и модернизация на мощностите, личните си истории, емоциите, които ги съпътстват, работейки за една от най-вълнуващите компании и предпочитан работодател у нас и преживяванията, останали в спомените им, свързани с любимите продукти и обичаното

работно място. Общото между всички са страстта и отдадеността, която влагат в работата си, а крайната им цел – качествени продукти и щастливи потребители.

Всеки от епизодите, който ще потопи зрителите в магията на производството и е представен в онлайн пространството, е базиран на един от петте стратегически стълба за развитие на компанията – Портфолио, Професионалисти, Продуктивност, Планета, Партньори. Поредицата може да бъде проследена в YouTube канала на компанията – Coca-Cola HBC Bulgaria.



България вече произвежда бонбоните Smarties®

С инвестиция от 19 млн. лева в машини от ново поколение Нестле България поставя старта на производството на международната марка бонбони в шоколадова фабрика в Люлин.

Фабриката, разположена на площ от над 4 000 кв.м., е оборудвана с около 100 машини от най-ново поколение, чиито автоматизирани процеси гарантират чисто и ефективно производство на 2 300 000 консуматорски опаковки до края на годината. Те ще бъдат предназначени за местния пазар и за експорт към 10 страни по света.

Бонбоните Smarties® са създадени с мисия да провокират въображението на децата по света. Те се произвеждат от висококачествено какао, добито по всички етични стандарти, с намалено количество захар и **изцяло естествени оцветители от натурални продукти.**

Осемте цвята на Smarties® се постигат със спинулина, шафран, малц, репичка, цвекло и куркума. Заради използването на натурални проду-

кти, процесът на оцветяване може да отнеме до 10 часа.

С грижа за здравето на децата, бонбоните се предлагат и в мини опаковка, съобразена с точната дневна порция въглехидрати за едно дете. **Smarties са и първите шоколадови бонбони, които се предлагат в изцяло хартиена и 100% рециклируема опаковка.**

Гости на официалното откриване бяха вицепремиерът Атанас Печанов, министърът на икономиката Даниела Визиева, министърът на регионалното развитие и благоустройството Виолета Комитова, кметът на София Йорданка Фандъкова и посланикът на Швейцария в България Раймунд Фурер.

За нас е чест да отворим завесата пред вас за новото производство на Smarties® – вторият международен бренд, който ще се произвежда в България. Това повдига стандартите за производство и поставя икономиката на страната ни на друго ниво. Последната инвестиция за Smarties от 19 000 000 лв. и разкриването на



70 нови работни места в момент на световна криза, когато изчезват бизнеси и хора губят работата си, добива още по-голямо значение като съвкупно въздействие върху икономиката и пазара на труда. – заяви изпълнителният директор на Нестле България Петър Стоилов.

За 27-годишната си история у нас компанията Нестле е изградила имиджа си на стратегически инвеститор в България със средно 10 млн. лв. годишни инвестиции в производствени мощности, условия на труд и инфраструктура. През 2020г. компанията е удостоена със званието „Инвеститор на годината“.

По <https://www.nestle.bg/>



Браншовиците настояват за по-нисък ДДС за храните

В изпълнение на своята основна задача за защита интересите на членовете си, Браншовите организации от отрасъл Хранителна и питейна индустрия са изпратили мотивирано писмо до министъра на финансите на Република България, г-н Валери Белчев и до администрацията на Министерски съвет. То е реакция на публикувания за обществено обсъждане проектозакон за ДДС. Като се обръщат към г-н Белчев, Браншовите организации подчертават: Във връзка с обявената обществена консултация на законопроект за изменение и допълнение на Закона за данък върху добавената стойност в периода 05.10.2021-01.11.2021 год., национално представителните браншовите организации от хранително-вкусовата индустрия – членове на Националния консултативен съвет по храните, апелираме за включване в законопроекта на

допълнително изменение, с което да бъде намалена на 9 на сто ставката на данъка за храните.

Конкретното ни предложение в тази връзка е за включване на допълнителен параграф в Законопроекта за изменение на чл. 66, ал. 2 със добавяне на нова точка 8: „8. Храни, с изключение на алкохолни напитки“.

Разпоредбата на ал. 2 на **чл. 66** следва да бъде адаптирана допълнително с оглед на това, че в обхвата на предложението попадат и храните по действащата т.4 от Закона за ДДС.

Следват аргументирани мотиви за това искане. Писмото е подписано от 14 браншови организации в отрасъла.

С пълния текст може да се запознаете на www.fpim-bg.org



Програма срещу разхищението на храна

Произведените, но неконсумирани (изхвърлени) храни имат редица взаимосвързани последици по отношение на продоволствената сигурност, човешкото здраве, икономическото развитие и въздействието върху околната среда. От гледна точка на жизнения цикъл на продуктите, изхвърлените храни представляват, освен пропуснатата възможност да се изхрани нарастващото световно население, и огромен натиск върху околната среда чрез:

- използването на природните ресурси (земя, вода и енергия);
- замърсяването на околната среда (вода, въздух, почва);
- загубата на биологичното разнообразие.

Това, което засилва безпокойството, е генерирането на големи загуби на храни на световно и европейско равнище, наред с прогнозите за силен демографски растеж (с над 30%) на населението на света (около 9,3 млрд. души през 2050 г), за промяна в хранителните навици и за намаляване на капацитета за производство на храни поради ефектите от изменението на климата, ерозията на почвата и от нарастващото търсене на земя за енергийни цели.

На фона на това, че в света почти един милиард души са недохранени и още един милиард гладуват, и че за производството на неконсумираните храни се използват ценните природни ресурси и се образуват допълнителни емисии на парникови газове, проблемът за предотвратяването и намаляването на загубата и разхищението на храни заема важно място в обществените и политическия дневен ред.



Тази ситуация налага да се предприемат мерки за промяна на отношението към загубите на храни, като единствен начин за осигуряване на устойчиво производство на храни за увеличаването се население на света, както и за намаляване на неблагоприятното въздействие на хранителните системи върху околната среда.

Това е част от контекста на приетата от правителството Национална програма за предотвратяване и намаляване на загубата на храни, която обхваща периода 2021-2026 г.

С приемането на документа се слага началото на дългосрочна национална политика за справяне с този проблем, за решаване на въпросите, свързани с осведомеността и ангажираността по проблема с разхищението на храни. Също така се изпълнява ангажиментът на страната ни, като член на Европейския съюз, за постигане на цел 12.3 за устойчиво развитие на Организацията на обединените нации.

Изпълнението на дейностите по програмата следва да обедини усилията както на компетентните държавни структури в страната, така и на участниците по хранителната верига.



Хранителните изложения 2021

Макар и по-скромно отпреди епидемията Интер Експо Център, с помощта на браншовите организации от отрасъла, успя и тази година да организира и проведе най-голямото изложение за храни и напитки у нас. Наред с всичко друго, изложението тази година показаха, че, както каза при откриването министър Христо Бозуков: *Заедно можем да се справим с предизвикателствата*. Той благодари на Интер Експо Център и браншовите организации за труда, благодарение на който София застава на европейската и световната карта на изложението от хранително-вкусовия бранш. Проф. Бозуков бе категоричен, че всички предизвикателства могат да се решат с общи усилия и подкрепи ставката на ДДС за сектора да стане 9%. Отчитайки, че изложението са мястото за среща на нови бизнес-партньори и иновации, Христо Бозуков пожела успех на присъстващите.

Все в тази посока бяха и думите на управителя на Интер Експо Център, Ивайло Иванов: *Благодаря на всички за подкрепата през всички години досега. Благодаря на екипа на Интер Експо Център, който направи всичко възможно за провеждане на изложението; благодаря и на всички изложители, които се включиха* – каза той и пожела на целия бранш благоприятна икономическа обстановка.

Алиша Ернандез, съветник в посолство на САЩ в България, благодари за възможността американски компании да представят артикули у нас и напомни, че много фирми в САЩ използват български продукти. *Добрата храна и добрите напитки събират хората* – допълни тя. *Провеждането на изложението днес е символ на българския предприемач и неговата жизнеспособност* – каза Добри Митрев, председател на БСК. Той напомни, че въпреки сложната глобална обстановка, благодарение на българските предприемачи у нас до криза с храните и спекула с цените по време на пандемията, не се е стигнало.

Мариана Кукушева, председател на Национален браншови съюз на хлебарите и сладкарите



пожела на официалните лица и участниците успешни изложения и край на пандемичната обстановка, напомняйки, че българските продукти и вкусове присъстват на повечето щандове. Председателят на Асоциация на месопреработвателите в България Атанас Урджанов поднесе подарък на управителя на Интер Експо Център по случай 20-годишния юбилей на Центъра и не скри задоволството си от единството в бранша, изразяващо се в подкрепата към изложение МЕСОМАНИЯ, което се провежда за 28-и път.

За разлика от миналата година сега бяха възстановени „Златните медали“, с които бяха удостоени 40 продукта на 15 компании. ИЕЦ стана и арена на вкусове от близо и далеч. Кулинарни магьосници, предаващи знанията си и създаващи истински шедеври в рамките на дългоочаквания формат *Маратон на вкусовете* впечатляваха посетителите.

Изложението бяха посетени от голяма полска делегация от млекопреработватели, а богатата съпътстваща програма създаде възможности за получаване на много информация от извора, за нови бизнес контакти и поглед в бъдещето. За пореден път изложението доказа ползата от подобни форуми, които се превръщат в полезна демонстрация на новостите, на възможностите на българската хранителна и питейна индустрия, на преките контакти и създаването на нови партньорства.

Като постоянен медиен партньор на ИЕЦ, списание ХВП и тази година присъства със свой щанд на изложението, където наред със списание ХВП предлагаше и специализирана литература на посетители и изложители.



Коктейл със смокини

Всеизвестно е, че истинската кулинария без фантазия е немислима. А това с пълна сила важи и за един взискателен жанр в предлагането на питиета, какъвто са коктейлите. Ето как един майстор в професията, Майк Улф от Нешвил, щат Тенеси, САЩ се вдъхновява от природата, за да създава своите коктейли.

Той обича да се разхожда в градината си и в чашите му са попадали билки, ягоди, малини, боровинки и шипки, както и всякакви видове цветя, подходящи за храна. А когато дойде късното лято смокините са един от неговите любими източници на ботаническо вдъхновение. Те са и екзотични, и лесни за отглеждане – казва Улф, авторът на ръководствата за питиета *Garden to Glass* и *Barantined*. Подходящите за ядене листа от смокиновите дръвчета имат изтънчен вкус на кокосови орехи. Чудесни са за разбъркване в питиета (виж рецептата). *Всъщност, смокините се съчетават добре и с ароматни билки като мащерка, градински чай (Salvia officinalis) и розмарин. Ще бъдат много вкусни при приготвяне на безалкохолен ледено студен и горещ чай – твърди Улф.*

На фермерския пазар изберете плодове, които не са прекалено меки. Така ще се съхраняват в хладилника около една седмица. Ако имате дърво в двора си или щедър съсед, от който можете да си наберете смокини, очаквайте капки от сок като мляко. Това е признак, че трябва да ги откъснете и да им се насладите веднага. Непременно нарежете няколко и ги сервирайте със сирене и мед. Но, запазете някои от тях за по-подходящ случай. Когато узреят от лъчите на късното слънце смокините стават чудесно и за питиета. – казва Улф. – Това е така, защото крият един възхитителен „ликьор“ в обвивките си, които са като от кадифе.



Майсторът на коктейли препоръчва...



Изстудени смокини

Доза за 1 коктейл

Продукти:

- ✓ 1 голямо листо от смокиня, накъсано на парчета по 5 см.,
- ✓ 30 г. вода от кокосови орехи,
- ✓ 15 г. ободрително питие от смокини (рецептата по-долу),
- ✓ 1 капчица горчивка Angostura,
- ✓ 40 г. бял ром (Улф препоръчва Plantation 3 звезди или El Dorado),
- ✓ 30 г. шери Manzanilla,
- ✓ 25 г. лимонов сок,
- ✓ газирана вода, за завършване отгоре джоджен или листа от смокиня

Приготвяне

В съд за приготвяне на коктейл разбъркайте накъсаното на парчета листо от смокиня, водата от кокосови орехи, питието от смокини и горчивката. Добавете рома, шерито,



лимоновия сок и 6 кубчета лед. Разклащайте енергично, докато не се изстуди добре. Прецедете двукратно във висока стъклена чаша. Сипете вътре газираната вода. Украсете с джоджен или с листа от смокиня.

За ободрителното питие:

Продукти: 2 чаши захар, 2 чаши вода, 6 до 10 много зрели смокини нарязани на четвъртинки, настърганата кора на 1 лимон, настърганата кора на 1 портокал, 1 натрошена пръчка канела.

Приготвяне

В тенджера сипете захарта и водата. Сложете да ври на слаб огън, разбърквайки, докато се разтвори захарта. Добавете смокините, корите от цитрусови плодове и натрошената пръчка канела. Варете на слаб огън. След 15 минути намалете топлината, така че сместа да ври съвсем слабо. Похлупете с капак и варете 30 минути. Махнете от печката и оставете да се охлади. Прецедете в буркан за съхранение. В хладилник ще се запази поне един месец.

Съвет: За по-силен вкус направете ободрителното питие един ден предварително.

Мая Гелева
По сн. "Garden & Gun Cheers!"
август/септември 2021 г.

Преработените храни могат да бъдат добри

Проучване разкри, че повечето британци не знаят какво означава „преработено“ и мнозинството го свързват с нездравословно състояние. Думата „преработено“ има лоша репутация. Проучване сред повече от 2500 възрастни в Обединеното кралство разкрива, че 51% я свързват с нездравословни храни.

Интересното е, че проучването на Upfield разкрива колко от нас (почти две трети от британците) не знаят или не са сигурни какво представляват преработените храни. В Обединеното кралство има и регионални общи черти в начина, по който хората възприемат храната. Най-ниският процент от населението в регионите на Обединеното кралство, което смята преработените храни за нездравословни, са шотландците – 46%, докато в Североизточна Англия процентът се увеличава до 58%.

Образованието във Великобритания

Видно е, че трябва да се извърви дълъг път, за да се образуват хората и разберат какво представляват преработените храни.

Тридесет и осем процента от респондентите не са наясно, че преработените храни могат да бъдат растителни, вегетариански или вегански, че те могат да бъдат всички тези неща и да съдържат изцяло натурални съставки.

Националната здрава служба (NHS) определя преработена храна като всяка храна, която е била променена по някакъв начин по време на приготвянето. По същество една храна може да бъде обработена чрез няколко основни действия, като например превръщането на зърно в брашно.

Изследването на Upfield също така установява, че 60% от британците не знаят, че преработените храни могат да се приготвят без изкуствени съставки. Веднъж информирани, че някои преработени храни, като маргарин, не съдържат изкуствени съставки, 51% казват, че е по-вероятно да променят мнението си и закупят такива продукти.

Освен това, почти всеки трети не осъзнава, че преработените храни могат да бъдат полезни, например за намаляване на холестерола.

Съобщенията за това какво представлява здравословната диета ни накара да внимаваме с „преработените“ храни и с право, като се има предвид, че значителен брой са с високо съдържание на сол, наситени мазнини и захар,



както и с многобройни оцветители, добавки и аромати, добавени към тях. Въпреки това, някои преработени храни всъщност могат да бъдат доста полезни за нашето здраве – казва Роб Хобсън, автор и диетолог за Upfield.

Петдесет и осем процента от анкетираните не са знаели, че маргаринът, след като е преработен, не съдържа трансмазнини (и то вече повече от десетилетие), качество, което го прави по-здравословна алтернатива на млечното масло.

Маргаринът вероятно е една от най-не-разбраните преработени храни и е трудно да се разграничи от опетнената си репутация – продължава Хобсън. – Марки като Flora съдържат само четири естествени съставки плюс добавка на витамини А и D, а сортовете с по-ниско съдържание на мазнини предлагат здравословна алтернатива на маслото, която е полезна за сърцето.

Време е да се промени легендата около преработените храни, тъй като те не всички са създадени еднакво и включването на определени продукти във вашата диета може да предложи както удобство, така и ползи за поддържане на вашето добро здраве. – според Дамян Гуха, генерален мениджър на Upfield UK & Ireland – Хората стават все по-наясно какво ядат и какво вкарват в телата си. Това е страхотно начало, но от хранителните компании, търговците на дребно, правителството и медиите зависи да образуват обществеността правилно, за това какво е и какво не е част от диетата им и как това се отразява на тяхното здраве.

Наистина е важно хората да разберат разликата между добрите и лошо преработените храни, откъде идват и кога могат да се използват в диетите.

По <https://www.newfoodmagazine.com/>

Етикети от 100% рециклирани влакна

Финландската фирма UPM Raflatac е водеща в производството на пълна гама продукти за хартиени етикети, изработени със 100% рециклирани влакна, предназначени за нуждите на етикетирането на храни, търговия на дребно и логистика. Гамата включ-

ва първите налични в търговската мрежа термохартиени етикети без фенол, направени от 100% рециклирани влакна. Тези етикети са добър избор за приложения в логистиката и етикетирането на дребно и допринасят за цялостната устойчивост на опаковката.

Новата продуктова гама на фирмата предлага на производителите начин да увеличат дела на рециклираните материали в своите опаковки. Това намалява натиска върху горите и позволява кръгова икономика. Гамата е FSC® сертифицирана и етикетите поддържат същите функции

като етикетния материал, изработен от необработени влакна.

Необходимостта от намаляване на отпадъците и облекчаване на натиска върху първичните източници на суровини е очевидна и нараства. Един от начините да се постигне това е чрез рециклирани материали. Ние продължаваме да водим устойчивото етикетирание, като въвеждаме на пазара етикети от термохартия със 100% рециклирани влакна. Преминването към тези етикети предлага множество ползи за устойчивост както за собствениците на марката, така и за околната среда – казва Виле Полари, директор в UPM Raflatac.

По <https://www.upmraflatac.com/>



Килограм фураж – килограм риба

Първокласното биологично представяне на рибата доказва, че подходът на Norcod е правилен

Норвежкото предприятие в областта на аквакултурите Norcod постигна нов впечатляващ резултат в амбициозното си пътуване към целта да се наложи като водещия в света целогодишен доставчик на първокласна треска, отглеждана във ферми. Наскоро компанията приключи събирането на първата си пилотна партида риба, пусната в морето през януари 2020г.

Рибата показва Bfcr (Biological feed conversation rate – коефициент на преобразуване на биологичния фураж) 1,007, с което постига дори по-добро от очакваното оползотворяване на фуража.

Използвахме 1,007 кг фураж за получаване на 1 кг треска в цялата ферма, като в един от водоемите постигнахме Bfcr точно единица, което е фантастично – коментира производственият директор на Руне Ериксен. Той отговаря за формулирането на хранителната стратегия в Norcod, но държи да отдаде дължимото на служителите на компанията за здравата им работа. – Лично аз съм изключително доволен, но успехът ни се дължи на ангажираността на нашите техници на място, които

се грижат за рибата ежедневно и гарантират, че хранителният режим се спазва точно.

Рибите, със средно тегло от порядъка на 3,7 кг всяка, са реализирани на европейския и северноамериканския пазар. Получаваме много положителна обратна връзка по отношение на качеството на продукцията, а един испански мениджър за категорията на белите риби ни писа простичко: „Отлична е!“ – допълва главният изпълнителен директор на Norcod Кристиан Рибер.

Според него тази обратна връзка е силно мотивираща както за персонала, ангажиран на терен във всички производствени бази на компанията, така и за търговските мениджъри. Тя циментира доверието в нашия бизнес модел и доказва, че отглеждането на треска е жизнеспособно не само на хартия, оправдава нашия фокус върху отговорната развъдна дейност и благосъстоянието на рибите, както и основната ни цел – да предложим източник на здравословни белтъчини за един гладен свят – споделя той.



За да успее в отглеждането на треска – сфера, в която мнозина други са се провалили, Norcod се възползва както от прогреса в биологията, така и от новите технологии, инвестирайки в най-актуалните и природосъобразни производствени методи, включително сервизни лодки на батерии.

Основният бизнес на Norcod AS е комерсиално морско отглеждане на треска. Действащите понастоящем морски ферми на Norcod се намират в Централна Норвегия, където условията за отглеждане на треска са отлични. Компанията допринася за опазването на океана, като оказва минимално въздействие върху околната среда, подкрепяйки в същото време местните общности. Norcod е листвана на борсата Euronext Growth в Осло.

По <https://www.tradingview.com/>

УХТ разкрива нова специалност

УХТ разкрива нова специалност „Технология на виното и високоалкохолните напитки“, която ще бъде с егидата на Международната организация по лозата и виното (OIV).

Магистърската програма се създава по инициатива на генералния директор на OIV Пау Рока и с решение на Академичния съвет на университета, събщи функционалният декан по образователни програми и мобилност проф. Георги Костов. Програмата е със срок на обучение 2 години, като обучението по нея ще стартира от учебната 2022/2023 г. С нейното въвеждане УХТ ще бъде третият университет в света след Университета на Монпелие във Франция и Университета „Дейвис“ в САЩ, който ще присъжда дипломи с етикета на OIV.

Специалността включва дисциплини от четири модула: лозарски, енологичен, законодателство, маркетинг, комуникации и качество и безопасност и опазване на околната среда. Те са специфични и ще оформят познанията на студентите във всички аспекти на производството на вино.

В лозарския модул са включени 4 дисциплини – ампелография (б.а. – науката, която се занимава с изучаване и описване на видовете и сортовете лози, както и на процеса на изменението им под влиянието на околната среда и целенасочената дейност на човека), канопи мениджмънт (б.а. – контролиране на количеството и качеството на гроздето), техники за отглеждане на лозя и агроекология и климатични промени.

В енологичния модул са включени 10 дисциплини, които покриват целия спектър при производството на вино – от основните за получаване на вино, през първичното винопроизводство до обработката, стабилизацията и бутилирането на виното.

Включени са дисциплини, които разглеждат анализа на виното, производството на високоалкохолни напитки на основа вино и виноматериали, микробиологията на виното и високоалкохолните напитки.

В модула, свързан със законодателството, маркетинга и комуникациите са включени 4 дисциплини, а в модула с безопасността и опазването на околната среда още 4 дисциплини.

Предвидено е лекционните курсове да се водят от преподаватели от катедра „Технология на виното и пивото“ в УХТ, а така също и преподаватели от Германия, Франция, Италия и Испания, които имат експертиза в съответните области.



УХТ сключи меморандум с Асоциацията на международните консултантски дружества по хранителни услуги в Италия

УХТ и Асоциацията на международните консултантски дружества по хранителни услуги в Италия (FCSI ITALIA), сключиха рамково споразумение за сътрудничество. То беше подписано от ректора проф. д-р Пламен Моллов и от президента на FCSI ITALIA д-р Масимо Гибилес в рамките на HostMilano, международно изложение, посветено на хранителните услуги и хотелиерството. Провежда се на всеки две години и предлага всичко необходимо за изграждане на успешен бизнес, като една от целите му е да насърчава международните отношения.

С меморандума се слага началото на съвместна програма за сътрудничество, насочена към разработването и стартирането на проекти, свързани с културата, обучението и развитието в сферата туризма, гастрономията, хранителните технологии, проектирането и дизайна в областта на общественото хранене. Предстои да бъдат създадени работни групи за организирането на съвместни инициативи. От италианска страна те ще бъдат координирани от Луиджи Тонелато и Детелина Стоянова, а от наша – от доц. Галин Иванов, зам.-ректор на УХТ и доц. Кирил Михалев, функционален декан.

В Италианската консултантска компания има представители на различни висши училища и публични институции, като една от техните дейности е подготовката и повишаване квалификацията на обучителите в туризма и кетъринга. В тази област можем да стартираме нашата съвместна дейност – посочи проф. Моллов.

По <https://uft-plovdiv.bg/>

Учени от 7 държави с разработки на конференция в УХТ

Учени от Испания, Франция, Румъния, Беларус, Полша и Северна Македония взеха участие в 68-мата научна конференция „Хранителна наука, техника и технологии – 2021“ на Университета по хранителни технологии. За първи път в своята история тя се проведе изцяло в онлайн формат, съобщил членът на организационния комитет проф. д.н. Георги Костов, функционален декан по образователни програми и мобилност.

Чуждестранните гости се включиха с доклади и постери, като в рамките на двете пленарни сесии и постерните презентации бяха представени резултатите от 48 научни разработки.

Основен акцент на форума бе участието на екипа на проф. д-р Рафаел Паган от Университета на Сарагоса в Испания. Той изнесе пленарен доклад на тема „Микробна инактивация чрез нови технологии и комбинирани процеси“. Рафаел Паган е автор на 120 научни публикации в областта на микробната инактивация.



Научната конференция бе подкрепена от проект „Укрепване на изследователските постижения и иновационния капацитет на УХТ- Пловдив чрез устойчиво развитие на индивидуално изработени хранителни системи с програмируеми свойства“, финансиран от МОН в рамките на национална програма „Европейски научни мрежи“. Проектът има за цел да увеличи общия научен потенциал, капацитета за технологичен трансфер и знания на УХТ на национално ниво и европейско ниво чрез т. нар. twinning стратегия с три водещи европейски научноизследователски организации – Университета на Сарагоса, Испания; Университет „Клод Бернар“ Лион, Франция,

Нови академик и член кореспондент в УХТ



Чл.-кор. проф. Атанас Иванов Павлов е избран от Събранието на академиците в БАН за академик.

Роден е през 1967 г., а през 1992 г. завършва Университет по хранителни технологии, Пловдив, специалност „Технология на биопроизводствата“.

Избран е за академик в отделението „Аграрни и лесовъдни науки“. Основните му научни приноси са в направленията: биологично активни вещества от растителни in vitro системи с приложение в хранително-вкусовата, козметичната и фармацевтичната промишлености, нови и нетрадиционни

и Lyon Ingénierie Projets. Той има три специфични задачи, чиято цел е да повишат общото научно и технологично ниво на УХТ и да увеличат регионалния потенциал на университета като научен и образователен лидер в България и Европа.

В рамките на пленарна сесия бе представен и проектът “EIT Food RIS Consumer Engagement Labs”, финансиран EIT Food, иновационната общност в областта на храните към Европейският институт за иновации и технологии EIT, орган на ЕС, в рамките на програма на ЕС за научни изследвания и иновации „Хоризонт 2020“. Той дава възможност за провеждане на сесии с предварително подбрани групи потребители на база на специфични критерии, които се използват за разработването на нови типове хранителни продукти.

биореакторни системи за култивиране на растителни системи *in vitro*, клетъчна агрономия. През 2014 г. е избран за член-кореспондент на БАН.

За пръв път в света формулира концепцията за интегриран подход за структуриране и оптимизиране на биосинтетичните процеси при растителните *in vitro* системи в края на първото десетилетие на 21 век. Този подход има широк отзвук сред международната научна общност.

В мотивите за избора му за академик се казва, че разработките му откриват нови хоризонти при решаването на проблеми, свързани със зелената сделка и климатичните промени в света. Изтъква се още, че е достоен и доказан продължител на традициите на българската школа в областта на растителните технологии.

Като преподавател в УХТ е създател на 9 учебни програми за обучението на студенти в областта на биотехнологията на растителните вторични метаболити. До момента е подготвил 9 докторанти, от които 7 са хабилитирани, всички са удостоявани с различни научни награди.

Професор д-н Алберт Кръстанов е избран от Събранието на академиците за член-кореспондент на БАН.

Член-кореспондент Алберт Кръстанов е професор в катедра „Биотехнология“ на Университета по хранителни технологии Пловдив. Роден е през 1960 г. В УХТ работи от 1988г. Основните му научни приноси в областта на инженерната ензимология са свързани с биореактори и активни покрития, базирани на имобилизирани ензими и клетки, инкап-



сулация на ензими в линейно-дендритни съполимери, пробиотици, биологично активни съединения в български етерично-маслени и лечебни растения.

През последните 5 г. има 30 дипломанти и 5 докторанти (двама успешно защитили)

Бил е гост-преподавател в Университета на Осака, Япония и Университет на гр. Велор, Индия.

В поздравителен адрес до двамата учени проф. Пламен Моллов, ректор на УХТ, казва:

Драги колеги, използвам случая да Ви благодаря за удоволствието да работим заедно, за извървения от Вас научен и професионален път! Изразявам искреното си уважение към Вас и Вашия принос и заслуги за развитието и утвърждаването на Университета по хранителни технологии. Желая Ви удовлетворение от постигнатите цели и още много нови успехи, които да Ви мотивират да продължавате напред.

Вашето признание е чест за нас!



Организационният комитет на научната конференция спазва традицията и връчи виртуално удостоверение на преподаватели, преминали успешна хабилитация през последната година. През този период академична длъжност „Професор“ са заели петима преподаватели – Валентина Алексиева, Десислав Балев, Недялко Катранджиев, Петър Панайотов и Снежинка Константинова. 7 преподаватели са заели академичната длъжност „Доцент“ – Весела Шопска, Георги Тосков, Десислава Влахова-Вангелова, Михаела Иванова, Росица Денкова-Костова, Силвия Топлева и Юлиан Тумбарски. В академичната длъжност „Главен асистент“ са повишени трима преподаватели – Ангел Данев, Ангел Личев и Милена Димитрова-Дичева.

По <https://uft-plovdiv.bg/>

Grant Access

ГРАНТ АКЕС ЕООД

Разработване и управление на проекти по европейски и други програми

тел.: 089 84 55 638

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

Превръщаме добрите ви идеи в успешни проекти!

Access Granted!

Захар срещу подсладители. Ползи и недостатъци. Съветите на специалистите (Обзор)

доц. Десислава Гюрова, дм

Резюме

Настоящият обзор има за цел да представи ползите и недостатъците при консумацията на захар или подсладители. Разгледани са основните видове подсладители, които се явяват алтернативи на захарта. Посочена е тяхната употреба в храни и напитки, както и редица примери и съвети на специалистите за консумацията им с оглед безопасността за човешкото здраве.

Ключови думи: храни, захар, подсладители, ползи

Sugar vs sweeteners. Benefits and disadvantages. The advices of the specialists

(Review)

Assoc. Prof. Desislava Gyurova, PhD

Summary

This review aims to present the advantages and disadvantages of consuming sugar or sweeteners. The main types of sweeteners that are alternatives to sugar are discussed. Their use in food and beverages is mentioned, as well as a number of examples and advices from experts on their consumption in a view of human health safety.

Key words: food, sugar, sweeteners, benefits



Според Американската Асоциация по храни и диабет, повишената консумация на захар е водеща причина за дегенеративни заболявания. Всеки ден американците консумират средно 22 чаени лъжички захар, а тийнейджърите до 34 чаени лъжички на ден [4]. Една от причините е съдържащата се добавена захар [3]. Тя е в 80 процента от продуктите в магазините за хранителни стоки.

Специалистите съветват ако е възможно да се изключи захарта от храната, и по този начин да се намаля:

- Киселинен рефлукс
- Раздразнено дебело черво
- Умора
- Мигрена;
- Тревожност и стрес
- Болки в ставите
- Обриви [5]

Също така, може да се избегнат сериозни последици за здравето като затлъстяване, високо кръвно налягане, повишени триглицериди и висока кръвна захар. В тази връзка, диетологът от клиниката в Кливланд, Анна Тейлър посочва кои думи върху етикетите на храни показват съдържание на добавена захар като дава следния пример - ако продуктът няма плодове или млечни продукти в съставките, всички захари в храната са от добавени захари. Общата захар в храни, съдържащи плодове или мляко, включва добавени и естествено срещащи се захари.

В периода, когато се появили изкуствените подсладители [7], много хора си помислиха, че те нямат калории! Но храната не е само калории. Тя е информация. И различните храни имат различен ефект. Като цяло подсладителите не са полезни за здравето. Те стимулират апетита и „опаковат“ килограмите, като същевременно излагат на риск от затлъстяване, диабет тип 2, сърдечни заболявания и мастен черен дроб.

Пресни или замразени плодове

Първият начин да се подслади една храна и напитка е като се използват пресни или замразени плодове. Плодовете нямат никакви празни калории, което ги прави идеален подсладител. Отново доктор Анна Тейлър съветва: да се подслади овесена каша, като се смесят банан или ябълково пюре, да се добавят плодове към обикновеното кисело мляко или да се под-

като например поддържане на диабета под контрол. Може да спомогнат при отслабване или запазване на теглото, получаване на желания вкус, но без калории.

Други предимства и ползи от алтернативите на захарта могат да бъдат формулирани така [1, 2]:

- спомогат за поддържането на кръвната захар под контрол;
- спомогат за здравето на устната кухина и зъбите;
- могат да спомогнат за предотвратяване на процеса на кариес.

Алтернативи на захарта – негосматъци

Нехранителните подсладители, захарните алкохоли и новите подсладители определено имат своите предимства, както е видно по-горе. Те също имат потенциални „капани“. Може да бъде нарушено здравето на червата. Изследванията показват, че някои изкуствени подсладители (захарин и сукралоза), както и стевия, могат да променят състава на червата. Ако подсладителите намаляват броя на добрите бактерии и възпрепятстват растежа им, може да се получи дисбаланс в червата, което може да доведе до симптоми като спазми, газове и подуване на корема. Този преглед показва, че някои подсладители могат да имат отрицателни ефекти, докато други, по-специално захарни алкохоли, могат да имат положителни ефекти [1, 2]:

Алтернативи на захарта срещу истинска захар [1]

За някои хора истинската захар може да бъде по-добрият вариант. Ето обобщение дали захарта или нейните алтернативи са най-добри във връзка с различни здравни и фитнес цели:

- Краткосрочно отслабване: Изкуствени подсладители.
- Дългосрочна загуба на тегло: Проучване сочи, че изкуствените подсладители могат да работят само в дългосрочен план ако сме много наясно с общия прием на калории и не компенсирате с други храни „загубените“ калории в изкуствено подсладени храни и напитки.
- Преструктуриране на тялото: Ако се опитваме да изграждаме мускули, няма нищо лошо от малко количество захар. Ако се опитваме да отслабнем, ще трябва да обърнем повече внимание на приема на захар (и калории), така че изкуствените подсладители да улеснят загубата на мазнини.
- Контрол на кръвната захар и управление на диабета: Изкуствени подсладители.
- Орална хигиена и профилактика на кухини: Изкуствени подсладители.
- Здраве на червата и превенция на храносмилателните симптоми: Истинска захар, но в умерени количества.

Изводи:

Като захарта, така и алтернативите на захарта е добре да се консумират умерено – това, което наистина има значение е, че потребителят следва да направи интелигентен избор на храна въз основа на текущото

си здравословно състояние.

Вероятно, добра идея е, например да стоим настрана от захарните алкохоли, ако получим слабително действие. По същия начин може да искаме да избегнем трапезната захар, ако сме склонни да получаваме захарно главоболие или ако имаме диабет [6]. Специалистите съветват – изберете ябълка пред ябълков сок; прясно изцедена лимонада пред лимонадена смес с нула калории; домашна гранола пред закупена от магазина [6]. Най-вече изберете това, което най-добре отговаря на вашите здравни нужди.

Заклучение:

Понастоящем консенсус между учени, диетолози и специалисти е, че просто не се знае достатъчно за дългосрочните ефекти на алтернативите на захарта: изкуствени подсладители, захарни алкохоли или нови подсладители, за да направят категорични твърдения, че те са по-добри или по-лоши от захарта; дали захарта или алтернативите ѝ са по-добри в дългосрочен план с оглед здравословно състояние.

Захарта, която се съдържа в един или два банана не е за притеснение, особено заради фибрите, витамините и минералите, които получаваме заедно със захарта. Ако се притесняваме за вредното въздействие на някоя от двете – захар или алтернативите ѝ – добро общо правило е, че пълноценната храна обикновено е по-добра.

За контакт с автора: доцент Десислава Гюрова, дм, отдел „Състав на храни и потребителски продукти“, дирекция АЛД, Национален център по общественото здраве и анализи (НЦОЗА), София, бул. „Акад. Иван Гешов“ №15, п.к. 1431, сл.тел.: 02 80 56 258.
e-mail: d.giurova@ncpha.government.bg; d.k.gyurova@gmail.com.

ЛИТЕРАТУРА:

[1] Capritto, A. Sugar vs. artificial sweeteners -- which is healthier? It's complicated, June 5, 2020, <https://www.cnet.com/health/nutrition/sugar-vs-artificial-sweeteners-which-is-healthier/>.

[2] Gardner, Ch. et al. Nonnutritive Sweeteners: Current Use and Health Perspectives. A Scientific Statement from the American Heart Association and the American Diabetes Association, *Diabetes Care*. 2012 Aug; 35(8): 1798–1808, Published online 2012 Jul 14. doi: 10.2337/dc12-9002.

[3] Nutrition. 19 Ingredients to avoid if you're living with no added Sugars, March 13, 2017, <https://health.clevelandclinic.org/19-ingredients-to-avoid-if-youre-living-with-no-added-sugars-infographic/>.

[4] Nutrition. What's Worse for You: Sugar or Artificial Sweetener?, January 15, 2018, <https://health.clevelandclinic.org/whats-worse-sugar-or-artificial-sweetener/>.

[5] Nutrition. Break Your Sugar Addiction in 10 Days. January 20, 2020, <https://health.clevelandclinic.org/break-your-sugar-addiction-in-10-days-infographic/>.

[6] U.S. Food and Drug Administration. Additional Information about High-Intensity Sweeteners Permitted for Use in Food in the United States, 02/08/2018, <https://www.fda.gov/food/food-additives-petitions/additional-information-about-high-intensity-sweeteners-permitted-use-food-united-states>.

[7] Wellness. The 5 Best (and Worst) Sweeteners You Can Eat. Where does your favorite sweetener line up? , April 28, 2020, <https://health.clevelandclinic.org/5-best-and-worst-sweeteners-your-dietitians-picks/>.



Крем с плодови шишчета



Начин на приготвяне:

Изстискайте двата лайма. Обелете кивито, мангото, папаята и ананаса и ги нарежете на парченца. Смесете плодовете с малините в подходящ съд и ги залейте с половината от сока лайм.

Кипнете останалия сок от лайм с 40 г захар и оставете да ври 2-3 мин. докато стане на сироп.

Междувременно разбийте яйцата с останалата захар и постепенно добавете сиропа.

Сложете сместа в подходящ съд и варете на водна баня на бавен огън като постоянно разбърквате, докато се сгъсти. Охладете веднага в студена вода.

Разбийте сметаната с миксер и деликатно я смесете със сладкарския крем и сока от лайм.

Наредете половината от плодовете на дървени шишчета. Разпределете останалите плодове и сок по дъното на 8-те чаши за сервиране и покрийте с полученния крем. Украсете десертите с плодovите шишчета.

Подготовка:

30 мин.

Готвене:

10 мин.

Необходими продукти за 8 порции:

2 лимона (лайм)
100 г малини
2 кивита
половин манго
половин папая
2 резена ананас
80 г захар
2 яйца
400 мл течна сметана
400 мл сладкарски крем Патисери

Подходяща напитка:

бяло вино;
младо десертно червено вино

Апетитни варианти:

* Може да прибавите 1 сл. бял ром.

* Към крема може да прибавите 1 ч.л. стрит на прах карамфил.

INTRAMA

Роботизирани решения
за автоматизация на опаковането

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

www.intrama-bg.com



Tea tradin ТЕА ТРЕЙДИНГ
ООД

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

1138 София, кв. Горубляне, ул. Люляк 9
тел/факс: 02 974 50 01, 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

Milmex

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 мирка!



20 години

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

АРОМАТИ
Емулсии / Базис (Пълна гама).

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

Консерванти, Подсладителни,
Витаминови, 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 aeri aderi 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
групи 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_uf@uft-plovdiv.bg
<http://www.uft-plovdiv.bg>



**ЗАХАРНИ
ЗАВОДИ**
Горна Оряховица

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



Rubikon®

**КОНСЕРВНА
ФАБРИКА
„РУБИКОН“**

Индустриална зона
Раковски,
www.rubikon.bg





DERONI
1991

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

ХЛЕБОПРОИЗВОДСТВО
И СЛАДКАРСТВО
ТРОЯН

**Хлебопроизводство и
сладкарство ЕООД -
Троян**

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

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

Dedal Attestation &
Certification
www.dedal-bg.net
office@dedal-bg.net

**Дедал-
оценяване и
сертификация
ООД**

**СЕРТИФИКАЦИЯ НА
СИСТЕМИ ЗА УПРАВЛЕНИЕ**

моб.: 0887639878 0895588259

Бул Тат® ЕООД

Производство
на захарни изделия от ориенталски тип:
халви – нуга, карамелена, слънчогледова,
сусамова, бяла халва; локум роза, локум с
добавки – с орехи, с бадеми, със смокини; локум
със сини сливи, локум с червени боровинки;
локум виолетка; различни видове тахани –
слънчогледов, сусамов бял, сусамов
пълнозърнест, фъстъчен.

гр. Бургас, кв. "Акации", ул. "Горазд" 16
тел.: 056 / 84 26 84
e-mail: bul_tat@mail.bg

„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

„Градус-1“ ООД **Градус**
Естествено - вкусно месо!

Производство на пилешко месо
и пилешки продукти, разплодни
яйца, еднодневни пилета.
Богата гама охладени
и замразени птичи продукти,
полуфабрикати, деликатеси
и колбаси.

6000 Стара Загора,
кв. Индустриален, П.К. 285;
Тел.: 042 617101;
e-mail: gradus@gradusbg.com

CREMOZZO



www.cremozzo.com

Производител на халви от 1999



ХЕТТРИК

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

ПИКАНТ

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

АЕА АЕА

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

**Българконсерв
Руните**

**Консервирани
зеленчуци.
Компоти**

София 1463, бул. България 81, вх. 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

ГЕНЕРАЛ ТОШЕВО **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



LIVENDO®

Руре™

ДЕВИТАЛИЗИРАН НАТУРАЛЕН РЪЖЕН КВАС

Девитализираните квасове представляват жив квас, чиято биомаса е била инактивирана. Това дава възможност да се удължи срока на годност на продукта, като същевременно се запазва вкуса и аромата на хляба. LIVENDO RYPE™ е квас, получен от **висококачествена пълнозърнеста ръж и естествени стартерни култури**. Представлява паста, която е оставена да ферментира естествено в продължение на 20 дни, след което е деактивирана. Така тя развива целия си аромат и вкус, които придава на вече готовите изделия.



RYPE™ е първият продукт от квасове LIVENDO в пастообразна форма. Опаковката му в кофа от 7,5кг улеснява използването, съхранението и складирането му.

+ ПРАКТИЧНА

Пастообразната форма позволява лесното влагане към тестото и правилната дозировка в зависимост от желаната интензивност на аромата.

+ МНОГО- ФУНКЦИОНАЛНА

LIVENDO RYPE™ се агантира лесно за към всички начини на производство: директен, отложен, бавна ферментация.

www.lesaffre.bg



ПРОИЗВОДСТВО И ПЕЧАТ

Рекламни стелажи



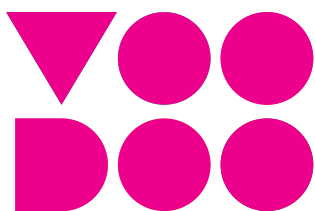
Брошурни



Опаковки



Emukemu



PRINT | PRE-PRESS | MAGIC

www.voo-doo.eu

София, ул. Витиня 33Г, 02 400 5000