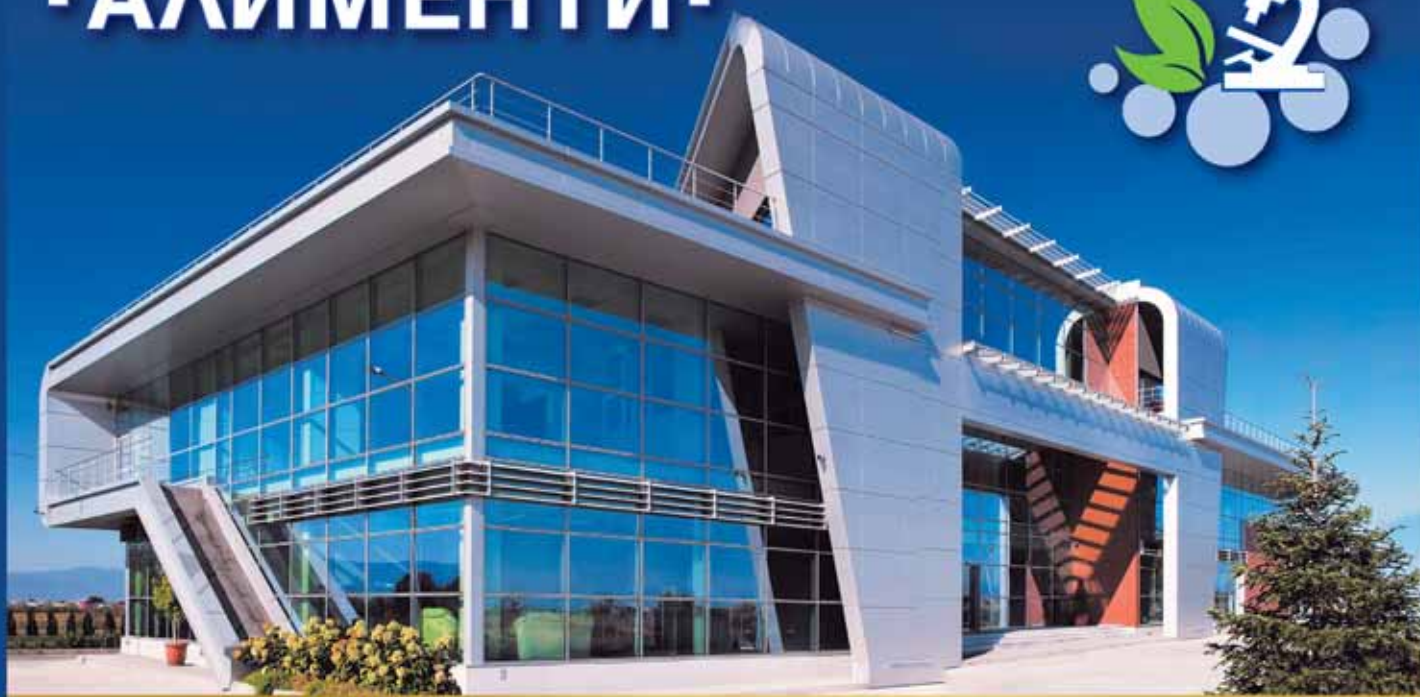


ЛАБОРАТОРНО КОНСУЛТАТИВЕН ЦЕНТЪР ЗА ПРЕВЕНЦИЯ
И ОБУЧЕНИЕ ПО БЕЗОПАСНОСТ НА ХРАНИТЕ

• АЛИМЕНТИ •



- Замярсители
- Видова принадлежност
- Изотопи
- Биоактивност на храните
- ГМО
- Алергени
- Пестициди
- Микроорганизми
- Остатъци
- ВМП
- Тежки метали
- Качество на храните

4204 - с. Царацово, обл. Пловдив
тел.: 03127 2200, факс: 03127 2202

www.alimenti-bg.com
e-mail: alimenti@abv.bg

Екипът на лаборатория

• АЛИМЕНТИ •

*Ви желае Весело посрещане
на предстоящите празници!*



ЛИТЕРАТУРА В ПОМОЩ НА ПРОИЗВОДИТЕЛЯ



Наръчник
„Изчисляване
на енергийната
стойност на
храните“



Наръчник
„Шоколадът“



Наръчник
„Определяне срока
на годност на
храните“



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



www.fpim-bg.org



WorldFood
Uzbekistan

WorldFood Uzbekistan

**Where Food Industry
meets Uzbekistan**

29-31 March 2017
Uzexpocentre, Tashkent

WorldFood Uzbekistan
is the country's leading
international trade
exhibition, covering all the
key industry sectors
for the Food industry market

Find out more at
www.worldfood.uz



 **ufi**
Approved
Event



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

www.fair.bg

FOOD **TECH**

22-26 ФЕВРУАРИ 2017


ufi
Member


IFP
Bulgaria

Международен панаир Пловдив



Dunapack Rodina

Packaging

„ДУНАПАК-РОДИНА“ АД е водещ производител на велпапе и опаковки от велпапе.

Заводът стартира в далечната 1962 г., и повече от половин век произвеждаме нашите продукти с грижа и любов, трупаме опит и създаваме традиции в целулозно-хартиената промишленост.

Вече 14 години сме част от австрийската група за производство на хартия и опаковки PRINZHORN HOLDING. Концернът е най-големия производител на хартия и средства за опаковане в Централна и Източна Европа. Благодарение на интеграцията си в PRINZHORN HOLDING, ние предлагаме богат избор от комбинации и видове хартии при производството на велпапе. Това ни прави водещи в производството на индивидуални поръчки със специфични изисквания към състава и качеството на велпапето.

Заводът произвежда 3- и 5-пластно велпапе, плоскощанцови опаковки, всички размери слотерни опаковки с високо качество на печат до 5 цвята (4 цвята + лак) и възможност за залепване (до 6 точки).

Инвестиционната политика на „ДУНАПАК-РОДИНА“ АД е насочена към непрекъснато подновяване и автоматизиране на производството с цел въвеждане на нови иновации и технологии и непрекъснато подобряване на качеството на произведаното велпапе.

През октомври 2016 г. компанията взе участие в 8-мият Национален конкурс за най-добра опаковка „ПРИЗ ПАК 2016“. Представени бяха 3 различни продукта от вида готови за рафта (Shelf Ready Box) опаковки – две опаковки за Kerpi и опаковка Kubeti. И трите опаковки бяха наградени в конкурса.



Опаковка, готова за рафта Kerpi, „Е“ вълна.

Иновативността на тази опаковка е в това, че се използва едновременно за транспорт и за дисплей в магазините.

Дисплеят, който трябва да се отваря в магазина, обикновено е с перфорация, която дава груб вид на опаковката, докато тази опаковка има чист срез. Съставена е от две части, които допълнително усилват здравината на опаковката. Лепи се автоматично на машина без никаква човешка намеса.



Опаковка, готова за рафта – Kerpi слънчогледови ядки за салати. „Е“ вълна.

И тази опаковка се използва едновременно за транспорт и за дисплей в магазините. Кутията е съчетание от висококачествен 5-цветен печат с инструкция за експлоатация на опаковката и преден капак, който предпазва продукта от външни замърсявания.



Опаковка, готова за рафта за Kubeti

„В“ вълна, 5-цветен висококачествен печат, който дава реална представа за продукта. Има голям светъл отвор отпред, позволяващ свободен достъп до продуктите в опаковката, който същевременно защитава съдържанието от разпиляване. „Ушичките“ в горната част на опаковката позволяват подреждането на няколко опаковки една върху друга.



С цел разширяване на портфолиото ни за печат на опаковки от велпапе през месец ноември бяха направени тестове и произведени опаковки с нови растерни валове, които позволяват използването на клишета с много по-добра разделителна способност (LPI). Произведена беше опаковка **Коледна кутия.**



Благодарение на нововъведените иновации и технологии, Дунапак-Родина АД е в състояние да удовлетвори и най-специфичните изисквания на своите клиенти и да предложи най-конкурентна опаковка.

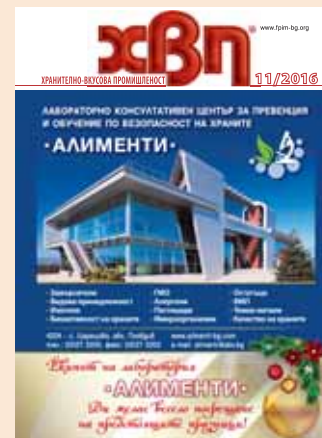
ОЧАКВАМЕ ВИ!

**ДУНАПАК-РОДИНА АД, гр. Пловдив, бул. „Марица“ 97, тел. 032/904 501, 032/904 801,
Mail: mail@dunapack.bg, sales@dunapack.bg, www.dunapack.bg**

Съдържание

Година LXIV
Брой 11/2016

| | |
|--|----|
| Приз Пак 2016 е факт | 5 |
| AX-SERIES – нов стандарт в кодирането и маркирането на вашите продукти | 9 |
| Тържество на ХВП | 10 |
| Традиционно опаковане в листа в страните от Източна Азия | 14 |
| Светът е все „по-гладен“ за органична храна | 16 |
| Маркетинг на продукт от ХВП | 19 |
| Зорпас – много повече от пекарни | 22 |
| Наблюдател | 24 |
| Влияние на дозата от различни бентонити върху основни физикохимични и органолептични показатели на бяло вино | 28 |
| Коледна къща от... бисквити | 34 |
| Бизнессправочник | 38 |



Фирми, представени в броя:

Аркон
АРСТ
Вени и Ко
Дунапак Родина
ЕС ТИ ИМПЕКС
Интерпак
ИТЕ Узбекистан
ИФО Дизайн
Лаборатория „Алименти“
Международен панаир
Пловдив
СЖС
ФНТС
ЦСБ България



Здравейте, уважаеми читателю,

Краят на годината ни поднесе един сложен и противоречив месец – политиците си показаха рогата и предизвикаха политическа криза, бизнесът в ХВП показва нарасналите си възможности и предизвика възторг и уважение не само сред потребителите, но и сред търговските си партньори у нас и в чужбина.

Но да оставим политиците да се оправят, въпреки че това силно ни засяга, и да се върнем към нашата си нива. И тук не мога да не цитирам един министър: „*Ние имаме предприятия, които са наистина много по-добри от предприятията в цяла Европа, независимо, че последни изпълнихме всички изисквания. Убедена съм и вярвам, а и като потребител го казвам, че произвеждаме едни от най-добрите храни в Европа и в света. В този смисъл поздравявам хранителната индустрия.*

Какво ни липсва? Казва се презентирание, казва се представяне на потребителя, че произвеждаме най-качествената и най-добра храна. И в тази посока трябва да работим...“ Това са думи на министър Десислава Танева при откриването на Деня на хранителната промишленост. Цитирам я не само защото са истина, а и защото искам да подчертая, че списание ХВП и неговия издател Кооперация ХВП, непрекъснато се стремят да работят в посока утвърждаване на авторитета и самочувствието на българските производители на храни и напитки. И сме убедени, че това е верният път.

А сега искам да благодаря на всички вас, които посетихте щанда ни по време на изложенията в Интер Експо Център, и най-вече на онези, които вече се абонираха за нашето списание. Трябва да отбележа, че почти всички абонати от 2016-та вече се абонираха и за 2017-та. Вярвам, че всички вие ще подновите абонамента си, и не само това, популяризирайки своите продукти и услуги чрез нашите страници ще ни помогнете да се развиваме и да обогатяваме съдържанието с още повече актуална и полезна информация.

За да сме си взаимнополезни, тази година ви предлагаме и един сериозен бонус при целогодишно участие в нашия бизнессправочник, чрез който ежесечно ще напомняте на повече от 7500 потенциални читатели от отрасъла за себе си и винаги ще сте пред очите им. (вижте стр. 37)

И понеже сме в навечерието на Коледа и Нова година, позволявам си да Ви поканя да се включите в декемврийския ни брой, като отправите поздравление до своите бизнес партньори, или просто като покажете своите възможности и новости в производството или услугите, които предлагате. Списанието ще излезе в първите дни на Новата година.

**Накрая Ви пожелавам от името на екипа на сп. ХВП
Весели Коледни празници
и щастливо посрещане на Новата година!
Петко Делибеев**



Ориентирът за Вашия успех.



CSB-System

**Бизнес ИТ-решението
за цялото Ви предприятие.**

**CSB-System AG пожелава
на своите клиенти и
партньори Весела Коледа
и успешна 2017 година.**



CSB-System

**Нашата система
за Вашите цели**

ЦСБ-Систем България ЕООД
ул. Преслав 19, 4000 Пловдив
info.bg@csb.com
www.csb.com

| | |
|--|----|
| Prize Pack 2016 is a fact | 5 |
| AX-SERIES – a new standard for coding and marking of your products | 9 |
| Celebration of food industry | 10 |
| Traditionally packing sheet in East Asia | 14 |
| The world is becoming more “hungry” for organic food | 16 |
| Marketing of product of the food industry | 19 |
| Zorpas - much more than bakeries | 22 |
| Observer | 24 |
| Influence of bentonite type and dose on the hysicochemical and organoleptic properties of white wine | 28 |
| Christmas hut from... biscuits | 34 |
| Businessguide | 38 |

Companies represented in the issue

Alimenty Laboratory
ARCON
ARST
CSB Bulgaria
Dunapack Rodina
FSEU
IFO Design
Interpack
ITE Uzbekistan

Plovdiv International Fair
ST Impex
SGS
Veni & Ko



Със съдействието на Университет по хранителни технологии – Пловдив и Селскостопанска академия към МЗХ

Редакция:

проф. г-р Веселка Дулева гм, доц. Георги Джатов,
проф. Йордан Гогов, г-р инж. Магдалина Гаджева,
инж. Милчо Бошев, г-р Светлана Минкова,
чл. кор. проф. д.т.н. инж. Стефан Драгоев
проф. д.т.н. инж. 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
Ангел Драганов, тел.: 02/ 987 64 82;

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

Адрес на редакцията:

София 1000, ул. „Раковски“ 108, ет. 6, офис 605;
GSM: 088 4646 919; 087 9406 562;

Експонация и печат „ИФО Дизайн“, ООД
София 1614, кв. Горна Баня, бул. „Николай Хрелков“ 2 А
тел.: 02/ 957 88 05, 957 86 76

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, “Добри прес”, РП.

АБониране в редакцията през цялата година !



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

Editorial board:

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

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

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

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

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

Address: BULGARIA, 1000 Sofia, 108 Rakovsky Str., fl. 6,
office 605, Tel./Fax: +359(0)2 988 05 89;
GSM: +359 88 4646 919; +359 87 9406 562
e-mail: info@fpim-bg.org

Exposure and printing IFO Design Ltd.
tel.: + 359 (0) 2 957 88 05, 957 86 76
e-mail: office@ifodesign.net



Приз Пак 2016 е факт

Стара истина е, че е по-лесно да направиш нещо ново, отколкото да възстановиш нещо старо, да го върнеш към живот. Може би затова удовлетворението на малкия екип на нашето списание и неколцината ни помощници от успешното провеждане на **Осмия Национален конкурс за най-добра опаковка Приз Пак 2016** е наистина голямо.

Доволни сме, че през миналата година успяхме да възстановим конкурса, като разчитаме на широката аудитория и авторитет на списание ХВП, за да дадем възможност за изява на всеки, който се занимава с производство на храни, напитки или опаковки.

Защото днес, когато темата за безопасността на храните, за запазването на тяхното качество при съвременните мащаби на търговията, за устойчивостта в развитието на икономиката – в конкретния случай, съобразяването с екологията, значението на опаковката нарасна значително. Свидетели сме на интелигентни опаковки, на смарт етикети, на всякакви иновативни подходи в тази област. Не трябва да пропускаме и търговската страна, защото не е тайна, че опаковката има сериозно влияние при избора на продукта. И всичко това ни показваше, че сме на прав път.

Впрочем ние не сме откриватели – подобни конкурси се провеждат в много страни по света, включително има и „Оскар“ за най-добра опаковка...

Затова искаме да благодарим на фирмите, които се престашиха и подадоха заявки за участие в нашия конкурс. И докато миналата година кандидатстваха пет фирми, от които бяха отличени три, тази година постъпиха 11 заявки, от които за наградата Приз Пак 2016, бяха номинирани 7.

И понеже сме на вълна благодарности, не мога да не благодаря на Българската агенция за безопасност на храните, която ни съдейства чрез своите специалисти не само за конкурс,

но и за провеждането на предшестващата го Научно-практическа конференция на тема: „**Съвременни тенденции и нови технологични решения в опаковането на храни и напитки**“, на която бяха коментирани интересни за производителите теми, и представени новости в областта на съвременното опаковане (виж сп.ХВП бр.10/2016).





Благодаря и на колегите от браншовите организации – на производителите на безалкохолни напитки, на пивоварите, на преработвателите на плодове и зеленчуци, които ни помагаша. Благодаря на организатора на тези представителни за България изложения – Интер Експо Център, с който вече няколко години поддържа много добри партньорски взаимоотношения. Не мога да не спомена и колегите от специализираните списания Целулоза и хартия, Опаковки и печат, Progressive Magazine, които ни подкрепиха в това начинание.



И така, **Осмият Национален конкурс за най-добра опаковка Приз Пак 2016** е факт. Факт са и наградите, определени от компетентно жури с председател проф. д-р Йордан Гогов – експерт по безопасност на храните, които връччихме по време на хранителните изложения в Интер Експо Център на 11. 11. 2016г.

Журито оценяваше опаковките по това да представят опакованите продукти по най-добрия начин, с пълна и точна информация за потребителя, със своите физикомеханични и физикохимични качества да гарантират безопасно и функционално съхранение и транспорт, да предлагат удобство за ползване и възможност за вторична употреба, рециклиране, или безопасно унищожаване, т.е. да отговарят и на изискванията на новите тенденции в световната икономика, без да пропуска дизайна.

След като прегледа постъпилите заявки – подробна документация и самите опаковки, и след неминуемите в такива случаи дискусии и някои малки компромиси, журито определи следните **носител** на наградата **Приз Пак 2016**:

1. „Дунапак-Родина“ АД – За три вида транспортна опаковка, готова за представяне на продукта на



Носителите на Приз Пак 2016 след награждаването по време на хранителните изложения в ИЕЦ.

рафта. Изработени от микровелпапе, те осигуряват лекота и здравина на опаковката и възможност за качествен печат и отговарят на актуалните изисквания на търговските вериги.



2. „Офсет“ ЕООД – Серия кутии за сладкарски изделия. Освен елегантния дизайн, конструкцията позволява бързо и удобно сглобяване без необходимост от машинно лепене. Картонът е със сертификат от SGS за устойчиво управление на горите, от които е добита суровината.



3. „Хлебопроизводство и сладкарство“ ЕООД, град Троян – за хартиена опаковка за „Хляб Бял“, с под 10% полимерни материали. Опаковката осигурява по-дълго запазване на продукта, хигиеничност и визуален достъп при представянето му в магазина. Позволява автоматично пълнене и качествен печат с мастила на водна основа. Произведена е във фабрика „Клондайк“ ООД, с. Труд, Пловдивско

4. „СуиКо“ ЕООД – Гъвкава опаковка за съхранение на зърнени храни и варива от CPP фолио, с издължена горна част, която позволява лесно отваряне, снабдена със залепващ стикер за многократно затваряне и отваряне при употреба на продукта. Пример как с едно хрумване и почти без допълнителни средства може да се облекчи потребителя.



interpack®

PROCESSES AND PACKAGING
LEADING TRADE FAIR

EVERY
INNOVATION
HAS ITS
STARTING
POINT

DÜSSELDORF, GERMANY
04^{TO} 10 MAY 2017

INTERPACK.COM

Deutsch-Bulgarische
Industrie- und Handelskammer
F.J. Curie Str. 25 A
1113 Sofia _ BULGARIA
Phone: +359 2 8163031
mila.pavlova@ahk.bg _ bulgarien.ahk.de

Messe
Düsseldorf



5. „Кока Кола ХБК България“ АД
– За стъклена бутилка 750 млл, която е обратна, т.е. щадяща околната среда и в този контекст също така рециклируема, с което способства и за намаляване на използването на пластмасовите опаковки.

6. „Диавена“ ООД – За стерилизирани консерви риба тон в слънчогледово олио и в зехтин с прозрачен капак. Акцентът тук освен преимуществото за пряк зрителен достъп до продукта е, че прозрачният капак е удобен за отваряне и безопасен за потребителя.



Грамота за Номинация за участие

7. „Бест Фрутс“ ЕООД – Тетра Пак опаковка за сок Горски плодове и Студен чай – лайм, магнолия и мента. Като се има предвид спецификата на Тетра Пак опаковките, журито реши да номинира двете опаковки, като оценка на сериозните усилия на „Бест Фрутс“ ЕООД, за опазване на околната среда, според издаден от Организацията за оползотворяване на отпадъците „Екопак България“ АД сертификат.



Честито на носителите на Приз Пак 2016!



Силно ни се иска да вярваме, че в конкурса ни през 2017-та ще се включат много повече фирми, че работата на журито ще бъде още по-тежка и безкомпромисна, и току виж някои от нашите призъори стигнат и до световните конкурси...

*Следете в списанието и на сайта ни съобщенията за **Приз Пак 2017** и не изчакайте последния момент, за да се включите. Очакваме Ви!*

**За екипа на Приз Пак
Петко Делибеев**

Изпълнителният директор на АПБНБ, Жана Величкова, връчи наградата на представителите на Кока Кола ХБК – Ива Митровска (с дипломата) и Леворка Кекез.



AX-SERIES – нов стандарт в кодирането и маркирането на вашите продукти

За поредна година Аркон България ЕООД взе участие в изложението СВЕТЪТ НА МЛЯКОТО, което се проведе в София в периода 9-12 ноември 2016 г. На него фирмата представи различни съвременни решения за продуктова маркировка – мастиленоструйни, термотранферни и лазерни принтери, както и оборудване за печат на етикети и опаковане.

Мастиленоструйната технология се превърна в стандартно решение за маркировка в 90% от приложенията в хранително-вкусовата индустрия. Тя е лесна за инсталиране и изключително гъвкава, което значи принтиране върху практически всяка повърхност.

През 2016 г. безспорният лидер в производството на индустриални мастиленоструйни принтери **Domino UK Ltd** представи новата усъвършенствана серия Ax-Series.

Ax-Series е последно поколение мастиленоструйна технология, която е създадена за най-широко разпространените приложения. Тя дава възможност за бързо отпечатване на съобщения и кодове на няколко реда при висока скорост, като гарантира намаляване на отхвърлените в следствие на некачествен отпечатък кодове от устройствата за прочитане. Принтерите лесно се интегрират в съществуваща производствена линия, а новите i-Pulse мастила не се изтриват дори и след най-тежките следпечатни процеси, включително стерилизация и замразяване. Можете да печатате висококонтрастни, трайни кодове в черно, синьо, жълто, червено и бяло, които са ясни, четливи и покриват всички международни стандарти.



Предимствата, които ви дават мастиленоструйните принтери Ax-Series са много:

- Бърз печат на ясни и чисти кодове.
- Лесна интеграция – поддържа най-добрите индустриални комуникационни протоколи.
- Лесен за конфигуриране – интуитивен интерфейс Domino с нов дизайн.
- Повишаване на производителността чрез премахване необходимостта от спиране на линията.
- Изключително здрав – стандарт IP66 и др.

Аркон България ЕООД е ексклузивен представител на **Domino UK Ltd** на българския пазар. Повече информация за новостите в индустриалното маркиране можете да намерите на нашия уебсайт или от нашите специализирани листи по телефона.



АРКОН БЪЛГАРИЯ ЕООД
Адрес: 1404 София, бул. България,
к-с Бокар, бл. 39, ет. 1,
Тел: +359 2 9523933, +359 2 9523653
Факс: +359 2 9544643
Имейл: info@arcon.bg
Уебсайт: www.arcon-printing.bg

Тържество на ХВП

Дали защото това бе вече десето издание, дали защото са верни думите на министър Танева, които ще прочетете малко по-долу, но тази година хранителните изложения в началото на ноември наистина се превърнаха в тържество на нашата хранителна и питейна индустрия, естествено и на всичко, свързано с нея. Шестте изложбени зали на Интер Експо Център (ИЕЦ) посрещнаха 21 160 души по време на най-големите изложения в хранително-вкусовата промишленост и Хорека сектора в България – **Месомания, Светът на млякото, Булпек, Салон на виното, Интерфуд & Дринк и СИХРЕ**.

От 9 до 12 ноември 416 изложители и 362 подизложители от 32 държави, 71 чуждестранни фирми от Германия, Гърция, Катар, Македония, Република Корея, Италия, Австрия, Гърция, Испания, Полша и Франция оформиха най-големия форум за успешен бизнес в страната и региона. Производители, дистрибутори, търговци от България и десетки други държави, представиха последните постижения на хранително-вкусовата промишленост и Хорека сектора – храни, напитки, суровини, машини, технологии, измервателна техника, опаковки, хотелско, ресторантско оборудване и обзавеждане, услуги.



„България отчита ръст в хранително-вкусовата промишленост. За първите осем месеца на тази година в сравнение с 2015 г. при преработката на сурово мляко ръстът е 6,4%, а при производството на млечни продукти е около 1%. При месата и месните продукти ръстът е с близо 1,5%, с 7,6 % е растежът при производството на вино спрямо същия период на миналата година“ каза министърът на земеделието и храните Десислава Танева при откриването на изложението. *„Радвам се и ми е изключително приятно, че за поредна година ще представим постиженията в хранителната индустрия. България произвежда едни от най-добрите храни и това си личи и днес“*, бяха думите, с които тя откри международните изложения.



“Това е най-силната година за изложенията в 10-годишната им история от обединението на 6-те бранша до този момент“, сподели управителят на ИЕЦ Ивайло Иванов по време на откриването. *“Днес е празник за българското производство и изложенията са начин да се убедим, че българският вкус е най-добрият“*, каза и омбудсманът Мая Манолова.



Колективни участия на български месопреработватели, млекопреработватели, винопроизводители, преработватели на плодове и зеленчуци, биопроизводители, както и колективни участия от Италия и Южна Корея обогатиха изложбената палитра. Посолствата на Република Корея, Южна Африка и Полша също се включиха във форума.

Дните на изложенията бяха наситени с пове-



че от 20 делови събития и инициативи, конференции и семинари, които превърнаха и тази година Интер Експо Център в генератор на успешен бизнес за отрасъла.

За първа година Българска стопанска камара и Enterprise Europe Network, с подкрепата на Интер Експо Център, организираха двустранни бизнес срещи Food4Life (Храна за живот). В тях участваха рекордните 120 компании от 16 държави, които проведоха над 200 бизнес срещи, което превърна събитието в най-успешната платформа за създаване на бизнес в реална среда.



Немска бизнес делегация, водена от организацията German Meat, обединяваща едни от най-големите месопроизводители и месопреработватели, се среща с български фирми, членове на Асоциацията на месопреработвателите в България. Двете страни представиха възможностите за развитие на партньорството между производителите на месо и месни продукти от Германия и България.

Всяка една професионална изложбена тематика получи възможност да представи висококачествени продукти и нововъведения в своя бранш. Българските месни и млечни продукти, хляб и хлебни изделия, разнообразието от бъл-

гарски и чуждестранни вина, био производство и здравословният начин на живот диктуваха темпото, в което се движеха часовете през четирите изложбени дни.



31 фирми получиха „Златните медали“ за храни и напитки. Те бяха отличени в конкурса „Златен медал с диплом“ 2016 за качествени и оригинални пазарни продукти и/или адитиви, представени от фирмите. Целта на Конкурса е да се поощри и насърчи хранителния бизнес при производството и предлагането на български храни с доказани и уникални качества. Главните критерии на Комисията от експерти с научен и практически опит бяха: български продукти





от български суровини, вкусови качества и етикетирене.



На корейския щанд всеки ден беше демонстрирано приготвянето на множество традиционни ястия от майстор готвачи. Темата, избрана от азиатските гости беше: *Корейската храна – вкусна и полезна*. Женшенът на кралете, оризови кексчета с екстракт от женшен, Пибимбап – мешан ориз и много други изкушения бяха опитани от гостите на корейския щанд.



По време на СИХРЕ се проведе първото издание на нов кулинарен форум Gastronomix. Събитието се организира от Българската асоциация на професионалните готвачи. *„Надяваме се GASTRONOMIX да се наложи като място, което задава последните световни кулинарни тен-*

денции на родна земя и като международно събитие, което популяризира българската кухня, българските шеф-готвачи и добрите ресторанти“, сподели Андре Токев, един от съорганизаторите по време на откриването.



Професионални готвачи и ученици от гимназии и техникуми с кулинарен профил премериха сили в кулинарното състезание UniChef, което се организира от Unilever Food Solutions. Надпреварата беше разделена на две категории – за професионални готвачи и за ученици от гимназии и техникуми с кулинарен профил. Победител в категорията за ученици стана Христо Фильов, а Антонио Иванов грабна първо място сред професионалните готвачи.

За пръв път в България се проведе кръг от



шампионата Espresso Italiano Champion, в който 10 от най-добрите български баристи се бориха за правото да представят България на Световното първенство в Италия през 2017 г. Бариста Николой Григоров стана първият носител на титлата Еспресо Шампион на България и след



оспорвано състезание влезе в историята на българската кафе-култура като първия българин – носител на титла от шампионат на Instituto Nazionale Espresso Italiano (Италианския национален кафе институт).



В Булпек участваха и учебни заведения, които подготвят бъдещите кадри на бранша: Професионална гимназия „Велизар Пеев“, Софийска гимназия по хлебни и сладкарски технологии, Софийска професионална гимназия по туризъм. Това е наистина една добра възможност младите специалисти да се докоснат не само до най-добрите продукти в бранша, но и да се срещнат с най-изтъкнатите специалисти, които представят своите продукти или посещават изложението. Този ценен опит не може да се придобие никъде другаде, смятат организаторите на изложението от Интер Експо Център.



Няколко от многобройните посетители на изложението си тръгнаха с награди. На 12 ноември бяха изтеглени имената на спечелилите участници в играта с анкетни карти.

Отминаха 4 наистина пълноценни дни, изпълнени с много работа, делови и колегиални разговори, интересни мигове и срещи, провокиращи една скрита надежда – дано догодина е още по-добре!



Традиционно опаковане В листа В страните от Източна Азия

д-р Софрони Върбев

В източния бит сериозно място заема използването на растителни листа за опаковане в кулинарната практика. Различните типове имат и характерни качества, благодарение на които те се използват в специфични сфери.

Банановите листа са големи, гъвкави и водоустойчиви. Те се използват за приготвяне на храна, опаковане и хранително сервиране. Характерното за тях е, че придават характерен аромат на храната, която опаковат. При приготвяне на храна, те я предпазват от изгаряне също като съвременното домакинско фолио.

Суман (Suman) е уникално изкуство на опаковане с растителни листа на сладък оризов кейк, разпространено в страните на Югоизточна Азия и особено във Филипините. Опаковчиците използват голямо разнообразие от местни материали, като палмови, бананови, анахоу, бамбукови листа, черупки от кокосови орехи и др. Интересен факт е, че опаковането с листа е етап от приготвяне на храната. Пригответият ориз се изсипва в сгънатата опаковка в количество, позволяващо увеличаване на обема му при термична обработка, след което пакетът се пристяга и оставя за определено време. Следва готвене на готовия пакет, според конкретната рецепта. По време на термичната обработка цветът на опаковката е индикатор за степента на сготвяне. Готовите ястия се съхраняват в същата опаковка.

Някои опаковки са прости гънки, като опаковането на маниока в правоъгълни пакетчета. Други са с тръбна форма, като *suman inantala*. Плънката се сипва в правоъгълно бананово листо. То се навива и се прегъва в двата края. Пристяга се с тънки жилки от банановите листа.

Доста по-сложни са *suman ibos*, при които опаковането на храната се превръща в цял ритуал. При тях в началото на листото от кокосова палма се прави цилиндричен пръстен, извъртян така, че да стъпи на листото. В него

се сипва оризовата плънка, след което се обвива с по-голямата част от листото. В останалата свободна част опаковчикът отделя средната жилка на листото без да я откъсва. С двете странични части от листа пакетът се обвива и пристяга, а с жилката се стяга и завързва, за да остане плътен и не се развива.

Други ястия пък се пакетира в пирамидални форми, като *balisungsong*. Осъществяват се като се прави фуния от правоъгълно парче бананово листо, напълва се наполовина с оризовата



плънка, притиска се и се прегъва отгоре за да се затвори. Завързва се отгоре с лико, за да не се разтвори прегънатото капаче.

Banh Chung е незаменимо виетнамско ястие за Лунната нова година. Това е оризов кейк от лепкав ориз с пълнеж от бекон, зелен фасул и кракери. Характерното при него е, че се опакова с бананови листа в квадратна дървена рамка, използвана за шаблон. Така сгънатият квадратен пакет се фиксира с тънко лико от два и повече перпендикулярни реда, като пощенски колет.



Една от най-сложните кулинарни опаковки в източната кухня е на филипинските оризови кейкчета *кетупат (ketupat)*. Тя се прави от тънки ленти от листа на кокосова палма със сложни преплитания, осъществени с дланите и пръстите на опаковчика. След внимателно





пристягане, независимо от сложната плетка, при напълване със суровата оризова плънка извън пакетчето не изпада нито зрънце ориз. Получават се опаковки с форма на шлифован диамант, които завършват отгоре с дълга опашка от тънко листо. Така готовите напълнени пакетчета могат да се свържат на грозд. Това ги прави удобни за поставяне в съда за готвене, както и за изваждане от него и съхранение до консумацията им.

Малайзийският вариант на кетупат е с друга форма и цветност. Един от вариантите на опаковката е с пирамидална форма и е създадена от листата на палма с формата на длан. Те са нагънати като хармоника и при разтварянето им са на цветни зеленожълти райета.

От същите листа се създават и други опаковки - с формата на конуси, които се завързват отгоре на възел. Погледнати с непредубедено око изглеждат като морски раковини.



Други оризови кнедли - *sasa dango*, са специалитет от префектура Ниигата в Япония. Те са с яйцевидна форма и са опаковани в бамбукови листа, пристегнати с лико, благодарение на което изглеждат

като опаковани бонбони.

Листата се използват за опаковане на един от най-деликатните хранителни продукти - яйцата. Дълги ленти от листа се използват за опаковане на яйца, подредени едно под друго. Всяко яйце, за да не изпадне, е затворено от четири страни с отвесни листови ленти, а между всеки две яйца преплитането между лентите на горното и долното създава възглавница, която ги отделя и играе ролята на мек буфер.

Друга интересна форма на използване на банановите листа като опаковка и при приготвяне на храна е *Kesong puti* – опаковано бяло сирене от поречието на река Меконг. Сиренето се приготвя, след което течността се отцежда до оставане на сухо вещество. *Kesong puti* се приготвя в два варианта. Единият е в плоска квадратна или правоъгълна форма в правоъгъл-



но разкроен бананов лист, който се сгъва в пакет, пристегнат в канап. Другият вариант е цилиндрична чаша от бананов лист, поставен върху друг,



използван за дъно, в която се изсипва изцеденото мляко до горния ръб на чашката. Отгоре се поставя капаче от листо и се загъва с останалата част от долната подложка. Завързва се с лико. В тази опаковка сиренето узрява след определен технологичен период.

В Япония опаковането в слама от ожънати оризови стръкове се е превърнало в изкуство. Това е практически метод, възникнал на логи-



ЕС ТИ ИМПЕКС ЕООД

Внос и търговия с богата гама от спирателна, предпазна, регулираща и контролна тръбопроводна арматура от въглеродна и неръждаема стомана. Складови наличности и бърза доставка.



ЕС ТИ ИМПЕКС

Пловдив, ул. Кукленско шосе 21
Тел. 032 210 692
Моб. 0879 133 144, 0899 400 784
e-mail: st.impex2012@gmail.com
www.st-impex.com

<https://www.facebook.com/ES.TI.IMPEX.EOOD>

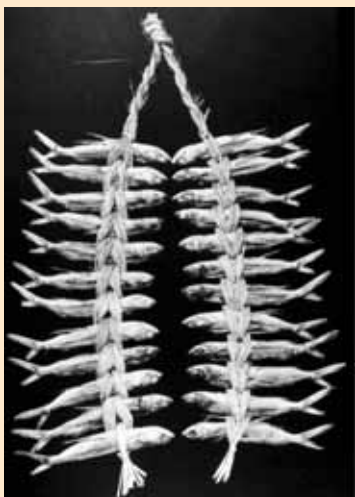


ческата основа да се използват материали „на една ръка разстояние“. Доста често тези решения са подходящи за съхранение и транспортиране, като същевременно са елементарни като идея и красиви в своята простота.



- опакованите яйца са идеален пример. Те се нуждаят от защита и сплетената слама от оризови стъбла и листа е идеално решение за опаковане, тъй като е едновременно здрава и гъвкава. Земеделският производител просто използва повторно материалите с утилитарна цел, вместо да бъдат изхвърлени.

- друг пример за това е сплетено въже от слама като амбалаж за сушена риба. Това позволява перфектна вентилация – мъдро практическо решение, позволяващо съхранение на рибата за повече от 6 месеца.



Опаковането на храна в естествени растителни материали е част от традиционния бит в страните от Източна Азия. То е достигнало до съвършенство, благодарение на вековен опит, постигайки възможно най-добрите утилитарни качества. В съвременен план може да бъде чудесен източник на идеи за съвременната опаковъчна практика.

Авторът д-р Софрони Върбев е главен асистент в Департамент "Дизайн" на НБУ

Източници

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:lbsun_Suman.jpg
<http://www.lamsao.com/cach-goi-banh-chung-p214a31638.html>
http://marojirikyuu.blogspot.bg/2006_07_01_archive.html
<http://www.foodstreet.com.my/food-street/fspage.s?aid=1>
<https://www.pinterest.com/findmeaforest/packaging/>
<https://www.amazon.com/How-Wrap-Five-Eggs-Traditional/dp/1590306198>
<https://www.pinterest.com/doinghaving/how-to-wrap-five-eggs/>
http://www.123rf.com/stock-photo/ketupat_daun_palas.html



„по-зладен“ за органична храна

Малки стопанства, част от които са в слабо развити и необлагодетелствани райони. Без използване на конвенционални препарати за растителна защита и срещу болести. Разрешена е употребата само на сертифицирани екопродукти за третиране, които са по-скъпи. Много ръчен труд. Стриктен тристепенен контрол – за сертифициране и отделно за контролиране на производството, съхранението и разпространение на стоките. Това е най-общо „трудната рамка“, в която действат тези, които са решили да се занимават с биоземеделие.

Изискванията обаче явно не плашат производителите, показват официалните възходящи данни за развитие на биоземеделието, защото светът става все „по-зладен“ за органична храна.

България вече се нарежда в средата на таблицата, като по размер на сертифицираните площи и е на 24-о място от общо 45 държави в Европа с общо 74 351 ха.

„През тази година влизаме под светлината на прожекторите с много голямо увеличение на сертифицираните площи в сравнение с предходната (32%), което ни нарежда на второ място в Европа след Русия (70%)“; обобщава д-р Стоилко Апостолов, управител на фондация „Биоселена“ и участник от българска страна в екипа изследователи, подготвили доклада „Светът на биоло-

гичното земеделие 2016“.

Растежът е непрекъснат и устойчив от 2003 г. досега, като особено осезаеми са промените след 2007 г. Оттогава площите с биоземеделие в страната са се увеличили 7 пъти, а сертифицираните оператори са нараснали 13 пъти.

През 2015 г. сертифицираните оператори на биопродукти в България са достигнали 6173, а през 2010 г. са били едва 820. За периода 2006 - 2015 г. броят им се е увеличил около 28 пъти, стана ясно по време на Втората национална кръгла маса на тема “Производство и маркетинг на български биопродукти”. Форумът беше организиран от БСК и фондация ФАЕЛ с участието на повече от 40 представители на производители, преработватели и търговци на биопродукти, институции, университети.

Най-много се сертифицират ливади и пасища. При биорастениевъдството най-голям ръст има при трайните насаждения (орехи, лешници, бадеми, кестени), следвани от зърнено-житните и техническите култури (етерични масла, медицински растения и подправки). Най-малък ръст е отчетен при пресните био плодове и зеленчуци (пъпеши, ягоди, култивирани гъби и др.), отчита Министерството на земеделието и храните (МЗХ).

Данните показват, че България е на първо място в света по износ на биосертифицирана маслодайна роза и лавандула. Поради повишения интерес към производството на биовино през последните няколко години има увеличаване на площите с винени сортове грозде, отглеждано по биологичен начин. При биоживотновъдството най-голям ръст (24%) е отчетен при пчеларството. От 46 хил. през 2010 г. пчелните семейства се увеличават до 178 хил. през 2015 г. посочи Добринка Павлова, директор на дирекция “Биологично земеделие и растениевъдство” в МЗХ.

Проритетна подкрепа

Биологичните методи на производство са приоритет в Програмата за развитие на селските райони (ПРСР) 2014 - 2020 г. Специални мерки по програмата подкрепят усилията на производителите на „чиста храна“. “Биологично земеделие” е нова мярка (11) в програмата, която включва две подмерки – „Плащания за преминаване към практики и методи за биологично земеделие“ и „Плащания за поддържане на практики и методи за биологично земеделие“. Новост е въвеждането на компенсаторно плащане за биопроизводство за пасищни животни (говеда, биволи, овце, кози). Плащането е изчислено на глава добитък, но се обвързва и се изплаща на единица площ фуражни култури и/или ливади и пасища в съотношение 1 животинска единица/1 ха.

Преработката и маркетингът куцат

Основен проблем за биоземеделието е, че в България почти не се извършва преработка

на биопродукти. Пазарът в страната не е голям, покупателната способност не е особено висока и това обяснява защо едва 10% от биопродуктите остават тук, а останалите са предназначени за експорт. Според Ели Илиева от Българската асоциация „Биопродукти“ липсва целенасочена подкрепа за преработката на първичната биологична продукция. Това е причина добавената стойност от този вид производство да се изнася, посочи тя.

България изостава и по отношение на маркетинга на органични продукти, като последното изследване за потребителските нагласи е проведено през 2009 г. Липсва постоянно наблюдение на пазара на биопродукти, официалната статистика също не отчита този сегмент, коментира д-р Стоилко Апостолов.

Според него основен проблем пред биопроизводството в страната са и ниските добиви – в повечето случаи те са наполовина от добивите в конвенционалното земеделие, а при голяма част от площите не се прибира никаква реколта. През 2014 г. 36% от биоплощите в България не са били реколтирани изобщо. Тези показатели говорят за примитивно производство, ориентирано основно към субсидии. В същото време миналата година Швеция обяви, че вече са изравнени средните добиви от конвенционално и биопроизводство, съобщи д-р Стоилко Апостолов.



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

ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification

„Арст“ ООД
6000 Стара Загора,
кв. „Индуриален“
ул. Промислена
тел.: +359 42 601 477
търговски отдел тел.: +359 42 601477
факс: +359 601471
office@arstood.com
http://arstood.com



Като един от големите проблеми в биопроизводството се очертава и чистотата на семената. В тази връзка от особено значение са развитието на **научните изследвания** и контролът, коментира проф. д-р Христина Янчева, ректор на Аграрния университет в Пловдив. По думите ѝ научните изследвания в сферата на биоземеделието са концентрирани върху: създаването на сортове култури и породи животни, които са по-добре адаптирани към условията на биологичното производство в различните региони; иновативни методи за борба с плевелите, болестите и неприятелите; нови продукти за защита (растителни екстракти, биологични агенти за контрол) и използване на техники от прецизното земеделие (дигитални технологии, GPS и др.). Членовете на Българската асоциация „Биопродукти“ определят като проблеми и недостатъчната информираност на потребителите за предимствата на биохраните, отсъствието на мерки за реклама, промоция и развитие на вътрешния пазар на биологични продукти, липсата на специализирана борса. Експертите от Асоциацията настояват биопродуктите да бъдат по-широко застъпени в обществените кухни и в националните програми „Училищно мляко“ и „Училищен плод“.

Улрике Щрака, търговски представител на Австрия в България, сподели, че в Австрия има над 21 000 биопроизводители, а една пета от земята е годна за биопроизводство. Тя поема ангажимент да съдейства за участие на българските

производители в ежегодния биофермерски пазар във Виена.

Глобален пазар за 80 млрд. долара

Търсенето на органични продукти в световен мащаб расте дори във времето на криза с между 10 и 15% всяка година. Глобалният пазар на биохрани и напитки през 2014 г. се оценява на 80 млрд. долара, от които близо 40 млрд. се реализират в Северна Америка, а 35 млрд. – в Европа.

Официални данни за България липсват. Но е факт, че в ЕС има недостиг на биопродукти и пазарите са отворени за качествени български биопродукти. Основните дестинации на български био продукти са Европа, САЩ, Канада, Япония.

Излизането на био- и натуралните продукти от профилираните магазини и засилващият се интерес на търговските вериги към тях е една от трайните тенденции в последните години. Фермерските пазари са друг канал за продажба, разширява се и онлайн предлагането. Обичайно биопродуктите са с около 30% по-скъпи от техните конвенционални еквиваленти.

По света и в ЕС

Биологичното земеделие в световен мащаб се практикува на 43,7 млн. ха в 172 страни по света. Приблизително 27,6% от площите са в Европа, посочи Нина Рашева от дирекция „Биологично земеделие и растениевъдство“ в МЗХ.

Първенци са Австралия (17,2 млн. ха), Аржентина (3,1 млн. ха) и САЩ (2,2 млн. ха). Страните с най-голям дял биоплощи от общата земеделска площ са Фолклендските острови (36,6%), Лихтенщайн (30,9%) и Австрия (19,4%). Нарастване има във всички региони на света с изключение на Латинска Америка. Уругвай, Индия и Русия са трите страни - отличнички по абсолютен размер на новосертифицирани площи.

Според данните на Евростат през 2015 г. биоземеделието в Европа заема площ от над 11 милиона хектара или 6,2 процента от обработваемите земи.

Страните с най-големи площи за биоземеделие в ЕС са Испания, Италия, Франция и Германия – те са и сред десетте държави с най-големи биологични площи в света.

Само в две страни от ЕС площите за биоземеделие са намалели от 2010 до 2015 г.: Великобритания (-29 на сто) и Холандия (-4 на сто).

Слабо развито е биоземеделието в Малта (0,3 на сто от общите площи), Ирландия (1,6 на сто) и Румъния (1,8 на сто).

Разбира се, ние трябва да се съобразяваме със световната тенденция и да потърсим мястото си на световните пазари, защото, както показва този бегъл анализ, възможности за това имаме.

Ваня Иванова

полиграфически комплекс

София, кв. Горна Бана, бул. Николай Хрелков 2А,
тел 957 8805, 957 8673, office@ifodesign.net



IFOD
DESIGN





СПИСАНИЯ
ИНФОРМАЦИОННИ БЮЛЕТЕНИ
ВЕСТНИЦИ
ФИРМЕНИ ПРОДУКТОВИ КАТАЛОЗИ
ЕТИКЕТИ
ХАРТИЕНИ И КАРТОНЕНИ ОПАКОВКИ
КНИГИ





Маркетинг на продукт от ХВП

Продуктите на хранително-вкусовата промишленост (ХВП) представляват най-голямата част от сегмента на бързооборотните стоки на един пазар и тяхното маркетингово е комплексна и многоетапна дейност в рамките на остро конкурентна, пазарна среда.

В рамките на тази пазарна среда, продуктът от хранително-вкусовата промишленост в редки случаи се различава категорично от конкурентните си и налагането му е дългосрочен процес на изграждане и налагане на марката с консистентна и последователна комуникация на основните характеристики на продукта или марката. Те от своя страна са следствие от философията на марката и дългосрочната стратегия за изграждане на образа на марката.

Изборът на стратегия и комуникационно послание е неразривно свързан с тяхното включване в рамките на всички последващи маркетингови активности, които, за да бъдат ефективни и резултатни, трябва да бъдат синхронизирани към целевата група, независимо от комуникационните канали, които ще бъдат

използвани.

Най-често използваните канали за комуникацията и налагането на марка или продукт от хранително-вкусовата промишленост са следните:

- Електронни и печатни медии – телевизия, печатни медии. Тук е необходимо да отбележим, че конкретно в случая на хранителен продукт не се препоръчва използването на радио, тъй като комуникацията в този канал е неефективна – потребителят има нужда да види продукта, за да бъде резултатна комуникацията,

- Външна реклама – билборди, „ракети“, брендиране на спирки на градския транспорт, нестандартни форми на брендиране и др.

- Събития, дегустации, семплинг (*от англ. sampling – опитвам, - б.р.*) – най-директният и непосредствен начин потребителят да опита продукта и да се запознае с неговите качества,

- Интернет – уеб сайт на марката, социални мрежи. Каналът е подходящ за организирането на различни игри с потребителите като е препоръчително естеството на игрите и зададените въпроси да бъдат релевантни към продукта или



SGS

КОГАТО ТРЯБВА ДА СТЕ СИГУРНИ ИЗГРАЖДАНЕ НА ДОВЕРИЕ В ПОТРЕБИТЕЛЯ



АНАЛИЗИ

Добавки в храни

- Консерванти, Оцветители, Подсладители

Замърсители

- Микотоксини
- Пестицидни остатъци;
- Тежки метали;
- Диоксини и PCBs;
- Остатъци от ветеринарно – медицински препарати;
- Примеси от чуждородни мазнини

Хранителна стойност на продукта

Показатели за представяне на хранителна информация на етикета



СЕНЗОРНИ АНАЛИЗИ

В сензорната лаборатория на СЖС България ЕООД, можем да Ви дадем отговор на следните въпроси:

- Харесван или приемлив е Вашият продукт?
- Продукт А ли е по-добър от продукт В?
- Кой от тези продукти А, В, С, D... Биха предпочели консуматорите най-много?
- Сравняване на еднотипни продукти – Вашият и тези на конкуренцията? Кой ще бъде предпочетен?
- Други, в зависимост от Вашите изискванията

Контакти:

Анелия Андреева
02 910 15
anelia.andreeva@
sgs.com

Чест прием е използването на детски персонажи в комуникацията, които консумират продукта. Този подход затвърждава качествата му и обвързва емоционално родителите, а децата от своя страна го припознават и оказват влияние индиректно или директно върху покупката.

Полезност

Ако натуралността трябва да се доказва, то ползата за организма може да се усети от потребителя. Консуматорите все повече обръщат внимание на здравословното хранене, четат все повече съдържанието, обръщат внимание на външния си вид и броя на калориите, които приемат. Полезността също може да доминира над вкуса и да се превърне във водещ фактор за покупка.

Поради връзката между натуралния произход и полезността за организма, често тези послания вървят заедно. Използват се от производителите на сокове, консервирани и диетични храни, млечни продукти, зърнени култури и ядки. За да се защити това послание допълнително се използват и прозрачни опаковки, посочват се витамините и минералите, както и ползата от тях.

Връзка с хората

Храните и напитките са създадени от хората и са предназначени за хората. С ежедневната им консумация те стават част от нашия живот, личен багаж, поведение. Затова много марки акцентират върху неизменното им присъствие в ежедневието ни – денят ни започва с кафе, освежителна напитка, обяд в офиса, вечеря у дома. Храненето ни събира с роднини, напитките с приятели, а някои продукти ни обещава и свърхестествени способности. Комуникацията напомня за социализация, социализацията напомня за продукт. От всички подходи този е един от най-емоционалните и обвързващи. Компаниите се стремят да ни внушат, че животът ни без техните продукти би бил непълен.

Трагичия

Някои от марките печелят доверието към себе си благодарение на традицията си в производството и годините опит в сегмента. Често това не е най-важният фактор, но подсъзнателно създава авторитет и доверие. Допълните индикации за историята на продукта увеличават неговата атрактивност – напр. ако компанията е първата, създала този продукт въобще или е първата, стъпила на пазара, това е отчетлив индикатор за експертност.

Начините за комуникация на традицията са изписването на годината от създаването на компанията, на бранда, пускането на ретро опаковки на продукта или разказ за създателите.

Поведение на бранда

Някои марки са трудно отличими от конкурентите си по начина, по който се представят на пазара, въпреки че всички имат свой индивидуален облик. Сходна или същата концепция за продукт могат да пуснат всички конкуренти на пазара и тук отличаването е това, което може да донесе предимство.

Често марките добавят допълнителни аксесоари, които допълват философията на марката или имат функционална полза за консуматора. Това могат да бъдат промо-пакети, подаръчни комплекти или просто декоративни елементи.

Опаковка

Тя е неизменната и най-видима част от стратегията. Може да се превърне дори и в най-характерния елемент за бранда. Добрият дизайн на опаковката може сам да се превърне в причина за покупка, но само той не е достатъчен за задържи това поведение. Лошият дизайн или опаковка респективно може да провали продажбата. Най-важното за нея е да отговаря на позиционирането и на очакванията на потребителите към категорията. В наши дни много компании предпочитат семпли опаковки, разчитайки на комуникацията и намаляването на себестойността. Изключение, разбира се, правят премиум продуктите.

Опаковката е не само начин за представяне на бранда, но и възможност за по-дълъг срок на годност, по-добра хигиена, по-малко консерванти или въобще те да липсват. Лимитираните серии могат да привлекат допълнително внимание, както и сантимент в потребителите.

Удобство

Удобството в консумацията и приготвянето е част от философията на потребителите с динамичен начин на живот, които нямат време или не могат да готвят. За тях е създадена цяла категория в промишлеността, която произвежда полуфабрикати. Това са замразени продукти, разтворими напитки, фиксове, бульони, видове паста.

Водещи в тяхната комуникация са времето за приготвяне, лесната консумация, постоянния качествен резултат.

Лаифстайл

Това обикновено са високо позиционирани продукти, които имат повече емоционално отколкото рационално присъствие. Те внушават допълнителни способности, акцентират върху самочувствието, свободата на индивида и неговата независимост. Характерни са луксозните опаковки, традицията в производството, емоционалното обвързване.

Който и от подходите в комуникацията да се избере е важно той да отговаря на потребностите от информация на потребителите на категорията. Тогава комуникацията ще добие смисъл за тях и ще спомогне за повишаване на пазарните резултати.



Автори:
Огнян Бекяров
 (ognian.bekiarov@remark.bg)
Владислав Георгиев
 (vladislav.georgiev@remark.bg)

* Налице са рестрикции по отношение на показването на консумация на определени категории продукти, като високо алкохолните напитки и тютюневите изделия.

„Зорпас“ – много повече от пекарни

Рецептата на най-големия в Кипър производител на хляб, хлебни и сладкарски изделия: чисти и висококачествени суровини, инвестиции в нови производствени технологии, постоянно удовлетворяване на нуждите на клиентите



Зорпас е най-известната фамилия в Кипър. Всеки ден всеки кипърец поне един път се среща с неин представител. На масата във всеки дом има поне по един продукт под логото на семейството – хляб, закуски, сладкиши, торти, бисквити, коктейлни сладки и соленки, мляко и сокове. Нейните 55 магазина във всички градове в страната работят по 24 часа, 7 дни в седмицата, 365 дни в годината, което е рядкост за търговския график на острова. Името „Зорпас“ носи най-голямата в Кипър верига за производство и търговия на дребно с хляб, хлебни, сладкарски и захарни изделия.

От кипърското село Атиену до космополития Ню Йорк

Безспорният лидер в хлебаро-сладкарското производство в Кипър е семейна фирма, която носи гордо марката си вече 40 години – юбилеят бе отбелязан с много инициативи, продължили повече от 3 месеца, през миналата година. „Зорпас“ е основана на 1 октомври 1975 г. от Андреас и Мария Зорпас като малка фурна в село Атиену, близо до крайбрежния град Ларнака, за да задоволява нуждите на местното население. Бизнесът ѝ започва с производството на традиционния кръгъл хляб, наречен „атиенитико“ по името на селото. В първите месеци фурната вади по 800 хляба от него на ден. И днес той е запазен знак за качество на пекарните „Зорпас“, като продължава да се произвежда, макар и вече в модерни индустриални условия.

Високото качество на продукцията, непрекъснатото покриване на желанията и нуждите на потребителите, уважението към тях при обслужването им отварят пътя на малката семейна фурна към безпрецедентно за кипърските мащаби и стандарти разширяване. С течение на времето първоначалната семейна фирма се разраства в цялостна група компании, включващи производство, търговия и кетъринг услуги. Първия

магазин от експанзията си на острова „Зорпас“ открива през 1988 г. в столицата Никозия. През 2000 г. фирмата става публично дружество, листвано на Кипърската стокова борса. В момента „Зорпас“ разполага с 58 собствени магазина в целия Кипър и три производствени бази с най-съвременното технологично оборудване. За фирмата работят близо 1600 души, сред които и много българи.



Бившата семейна фурна днес е с позиции и на международния пазар. През последните години компанията изнася свои продукти, които предлага в местни супермаркети, в САЩ, Канада, Австралия, Англия, Гърция, Саудитска Арабия, Обединените арабски емирства, Близкия Изток. През декември 2015 г. пекарните „Зорпас“ направиха своя голям пробив и реализираха една от амбициите си, като стартираха свой магазин за сладкарски изделия в Ню Йорк. Експанзията на групата в САЩ бе определена като началото на нова глава в историята на „Зорпас“, в която компанията ще се стреми да създаде мрежа от пекарни и сладкарници зад граница.

От години висшият мениджмънт на основаната от Андреас и Мария Зорпас фирма е поверен на техните трима сина и дъщеря – Костас, Димитрис, Тасос и Евантия. През ноември миналата година 50-годишният тогава Костас Зорпас, главен изпълнителен директор на компанията, бе отличен с наградата „Бизнес лидер на 2015 г.“ в сектора на своето производство от Кипърската търговско-индустриална камара.

Шеф Токев за съзвучието пиво – гурме ястия



Членовете на Съюза на пивоварите с доброволен ангажимент за хранителна информация за пивото

Едва ли някой ще отрече активната дейност на колегите от Съюза на пивоварите в България (СПБ) за популяризирането на пивото – продуктът на неговите членове. Поредната приятна изненада бе изискано гурме събитие в ресторант „Грозд“, на което шеф Андре Токев сподели някои от тайните за успешното съчетаване на ястия с различни видове пиво за перфектно вкусово усещане и балансиран начин на хранене. Преди известният шеф да се развихри, Ивана Радомирова, изпълнителен директор на СПБ, специално под-

Домакините на вечерта – Ивана Радомирова, изпълнителен директор на СПБ и шеф Токев, преди да ни поднесе своите превъзходни изненади...

Производителите с директни доставки в Метро

Министърът на земеделието и храните Десислава Танева и главният изпълнителен директор на МЕТРО България Атила Йенисен представиха програма, която ще улесни дос-

тъпа на българските фермери до търговската мрежа. Министър Танева заяви, че програмата е продължение на кампанията „Подкрепяме българското“, по време на която земеделските



производители в страната са повдигнали въпроса за отношението на търговските вериги към фермерите. „Веднага стартирахме преговорите с веригите, като основната цел е да бъде улеснен достъпът на българските фермери до търговската мрежа. „МЕТРО“ беше първата, с която постигнахме резултат, който е с взаимен интерес“, подчерта Десислава Танева и

С грижа за природата



Тодор Бургуджиев обяснява ползите от новата линия

площадка първата у нас инсталация за сортиране на стъклото и по цвят, в която инвестира 2,5 млн. лв. Съоръжението може да обработва 100 тона стъклени опаковки на ден.

Новата технология повиши капацитета на инсталацията два пъти, намали съдържанието на замърсители в готовата суровина два пъти, гарантира по-високо качество и дава възможност за разделяне на стъклото по цвят. „Това е добра новина за рециклиращите заводи в България, както и за производителите на продукти в стъклени опаковки – те ще получат по-чиста суровина и съответно по-качествени опаковки“, обясни Тодор Бургуджиев, изпълнителен директор на ЕКОПАК България и подчерта, че „ефективното управление на системата за разделно събиране на отпадъци дава възмож-

Преди 6 години на страниците на сп. ХВП ви разказахме за новата инсталация за обработване на стъклени отпадъци в с. Равно поле. И ето че наскоро ЕКОПАК България откри на същата

20 години за здравето на потребителите

Потреблението на пълномаслено кисело мляко с над 3.6% масленост, на айрян и на био млечни продукти нараства съществено през последните години. Това е ясно доказателство за предпочитанията на потребителите към по-пълноценна храна, която да удовлетворява ежедневните нужди на тях и на децата. Тези изводи бяха направени на среща с журналисти в производствената база на Лактима Балкан, посветена на 20-годишния юбилей на фирмата.

За периода 2015 – 2016 г. пазарът на пълномаслени и високомаслени кисели млека нарасна с 10% и премина границата от 50% дял. Ръстът в стойност при айряна е 18.2% за изминалата година, а броят на сертифицираните био производители в млечния бранш се е покачил с 50% за същия период (Данните са от Nielsen за пер-

ода септември 2015 – октомври 2016). Големият ръст в потреблението на тези продукти е ясно видим и означава, че пазарът ще продължава



ност за инвестиране в по-модерни технологии“. Модернизираната инсталация има капацитет да сортира половината от пуснатите на българския пазар стъклени опаковки.

Инсталацията бе открита в присъствието на Ивелина Василева, министър на околната среда и водите и Йорданка Фандъкова, кмет на София. Министър Василева подчерта ползите за околната среда от тази инвестиция – намаляване на количеството депонирани стъклени опаковки, намаляване използването на природни суровини в производството на нови опаковки, намаляване разхода на електроенергия и изпускането на вредни емисии в атмосферата.

На събитието присъстваха и Светослав Атанасов, изпълнителен директор на Кока-Кола ХБК и председател на борда на директорите на ЕКОПАК България и Красимир Живков, зам.-министър на околната среда и водите.

Интересен факт е, че за последните 3 години клиентите на ЕКОПАК България отчитат ръст на опаковките от стъкло общо с 30%, спрямо 15% ръст на всички видове опаковки пуснати на пазара. Инвестицията е и отговор на предложението от ЕК пакет от мерки за прилагане на „кръгова икономика“, който предвижда нарастване на целите по рециклиране на стъкло на 75% до 2025 г. (в момента тази цел е 60%).



да се променя, при това в позитивна посока. Изискванията за качество и за хигиена са все по-важни, което ще даде съществени ползи за потребителите.

Лактима Балкан инвестира в модернизация и високотехнологично оборудване, така че да оптимизира процесите, да поддържа хигиената на високо ниво, което беше демонстрирано по време на срещата. Инвестициите позволяват запазването на хранителните свойства на млякото и млечните продукти и увеличаването на срока на годност по естествен път. „При нас хигиената е на фарма ниво, а за висококачествените продукти разчитаме на доказан екип от професионалисти“ – отбеляза Михаела Христова, изпълнителен директор на Лактима Балкан.

Компанията, специализирана в производството на мляко и млечнокисели продукти, сред които известният айрян „Балкан“ е базирана във Велико Търново и стартира модерното си развитие през 1996 г., но е приемник на създадения още през 1957 г. млекозавод в града. Последното попълнение в портфолиото е серията био млечни продукти – кисело, пряно мляко и айрян.

Според специалистите от компанията млякото и млечните продукти, освен че са традиционни за българската трапеза, са изключително полезни за хранителния режим на малки и големи. Те осигуряват не само необходимите вещества за пълноценен начин на живот и развитие, а и свежест и добър тонус.



Ден на ХВП



Работата си е работа, но е добре когато има и повод за празнуване, за поглед към свършеното, към актуалните задачи и бъдещето. Всъщност именно такава е значението на традиционния Ден на хранително-вкусовата промишленост, който се организира всяка година в края на ноември от Съюза по хранителна промишленост към ФНТС.

Зала Европа на Парк хотел Москва трудно побра всички желаещи да присъстват на празника и на Научно-практическата конференция, под наслов „Храната на 21 век“. Във словото си при откриване на събитието председателят на СХП, д-р Светла Чамова, разказа за напрегнатата работа, която Съюзът е свършил през годината в полза на развитието на отрасъла.

В кратко и емоционално слово министърът на земеделието и храните Десислава Танева изрази твърдото си убеждение във високите качества на българските храни и напитки: „Ние имаме предприятия, които са наистина много по-добри от предприятията в цяла Европа, независимо, че последни изпълнихме всички изисквания. Убедена съм и вярвам, а и като потребител го казвам, че произвеждаме едни от най-добрите храни в Европа и в света. В този смисъл поздравявам хранителната индустрия.

Какво ни липсва? Казва се презентирани, казва се представяне на потребителя, че произвеждаме най-качествената и най-добра храна. И в тази посока трябва да работим – трябва да си го кажем.

Ние имаме изключително добри фабрики. Имаме изключително добри технолози. Имаме изключително добър продукт, който сякаш все още не можем да продадем по най-добрия начин, не можем да представим по-най добрия начин, и най-вече не можем сякаш да образуваме достатъчно добре потребителя. И това е наша обща отговорност, която стои пред нас и в която посока трябва да работим.“

След традиционното за празника награждаване на участници в конкурса „ХВП-нови продукти и технологии 2016г.“, както и на партньори на СХП, започна Конференцията. Присъстващите изслушаха много и разнообразни по тематика доклади, свързани с проблемите на отрасъла. А празничната вечеря премина в традиционната колегиална атмосфера.



Влияние на дозата от различни бентонити върху основни физикохимични и органолептични показатели на бяло вино

доц. д-р инж. Красимир Бамбалов, доц. д-р инж. Диана Чобанова,
гл. ас. д-р инж. Иван Бакърджийски

Резюме

Изследвано е влиянието на дозата на четири различни по състав и свойства бентонити върху физикохимичния състав и органолептични качества на бяло вино Шардоне. Бентонит Б2 е с най-малък обем на мократа утайка, най-висока доза за постигане на колоидна стабилност и най-силно влияние върху фенолния комплекс. С бентонит Б1 беше постигната колоидна стабилност при най-ниска доза за обработка. С най-висока органолептична оценка на стабилизирани с различните бентонити вино се откри това, обработено с бентонит Б3. Бентонит Б4 почти не промени рН на обработеното вино, по останалите изследвани показатели не се откри от останалите бентонити с по-ясно изявиени особености. В органолептичен аспект, най-предпочетеното вино беше това, обработено с бентонит Б3, а най-непредпочетените тези, стабилизирани с бентонити Б1 и Б2.

Ключови думи: Бяло вино, бентонит, белтъчна стабилност, физикохимичен състав

Influence of bentonite type and dose on the physicochemical and organoleptic properties of white wine

Krassimir Bambalov¹, Diana Chobanova², Ivan Bakardzhiyski³

¹ Corresponding Autor, University of Food Technologies, Plovdiv, Bulgaria, Technology of Wine and Beer Dept., Associate Professor, eng, PhD, e-mail: bambalovkg@mail.bg

² University of Food Technologies, Plovdiv, Bulgaria, Technology of Wine and Beer Dept., Associate Professor, eng, PhD, e-mail: dvch11@abv.bg

³ University of Food Technologies, Plovdiv, Bulgaria, Technology of Wine and Beer Dept., Chief Assistant Professor, eng, PhD, e-mail: ivanbak81@yahoo.com, +359 888 098861

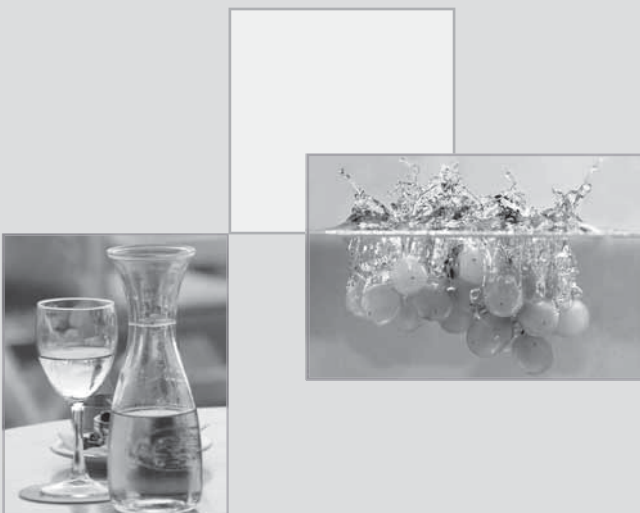
Abstract

The influence of the dose of four different bentonite types and dose on the physicochemical composition and organoleptic properties of the Chardonnay wine was investigated. Bentonite B2 had wet cake smallest volume and high dose to achieve the colloidal stability and had the strongest influence on the phenol complex. With bentonite, B1 was achieved colloidal stability at the lowest treatment dose. The wine treated with bentonite B3 had a highest organoleptic assessment. Bentonite B4 hardly changed the pH of the treated wine, but had similar properties as the other investigate samples. In an organoleptic aspect, a most preferred was the wine treated with bentonite B3. The lowest organoleptic assessments had the wines treated with bentonites B1 and B2.

Key words: White wine, bentonite, protein stability, physicochemical composition

Въведение

Осигуряването на колоидна стабилност е първата стъпка от поредицата стабилизиращи обработки, на които се подлага виното. За целта масово в



Коледна къща от... бисквити



Изпитвате ли копнеж да живеете в къща от дърво?

Стъпките за сглобяване на Коледната къщичка, показани тук, могат да я превърнат в едно от най-хубавите неща, сътворени някога от пръстите ви. Всичко, от което се нуждаете, за да направите къщата, е... кухня, а не строителен предприемач и достатъчно време!

Тази къщичка се прави от предварително приготвени елементи. Толкова е лесно да ги сглобите! Красива на външен вид, тя може да породи много Коледни шеги и закачки. Повечето хора от вашата „празнична компания“ ще искат да „влязат под наем“ в нея.

И така, ако една истинска дървена къща не влиза в най-близките ви планове, защо да не изградите нейно уютно копие в кухнята си за празничната трапеза?

ЗА ГЛАЗУРАТА:

8 чаши пудра захар, 6 супени лъжици счукани на прах „целувки“, $\frac{3}{4}$ до 1 чаша топла вода, зелена боя за оцветяване на храни

В подходяща купа с миксер на ниска скорост разбивайте, докато не се смесят добре, пудрата захар, целувките на прах и $\frac{3}{4}$ чаша вода. След това ги разбийте на силна скорост 8-10 минути или докато започнат да се оформят твърди връхчета. Ако е необходимо, добавете още малко вода, лъжица по лъжица. Прехвърлете в друга купа част от глазурата – около $\frac{1}{2}$ до 1 чаша. Оцветете я със зелената боя за оцветяване на храни. Ще я използвате за украса и за дървета. Покрийте плътно с влажна кърпа всяка купа с глазура.

ЗА КЪЩИЧКАТА:

12 двойни правоъгълни сухи твърди бисквити с размери 13 / 6 см, восъчна хартия, сладкарски пош за многократна или еднократна употреба, 2 средно големи накрайника, използват се за украса при шприцоване на точки (диаметърът на първия трябва да бъде два пъти по-голям от този на втория) и 1 за изработка на продълговато листо, 300г половинки американски орехи (пекан), квадратна основа от картон със страна 45

см. или парче шперплат, покрито с фолио, хартия за обвиване или алуминиево фолио, предмети за притискане на конструкцията (буркани, консервни кутии или бутилки и др.), 3 пакетчета от по 300 г всяко бисквитени пръчици дълги 20 см., остър нож и линия, вафли с крем асорт с размери 6, 5 / 2,6 см, какао за оцветяване, малко памук, яркочервени бонбони, златисти на цвят стафиди или бисквитки покрити с шоколадови стърготини, ментолови бонбони, вафлени конуси за сладолед.

За да монтирате покрива: Поставете върху восъчната хартия две правоъгълни сухи твърди бисквити. Отрежете малка дупчица в долното ъгълче на найлоновия пош. Ако искате, поставете накрайника за точица с по-големия диаметър и ползвайте него. Напълнете го до две трети с бяла глазура, която ще ползвате за слепване. Пълнете го отново, ако е необходимо.

Шприцвайте или покрийте с глазура единия по-къс край на едната бисквита. На същото това място към първата прилепете втора. Така ще направите правоъгълник с размери 26 см x 6 см.

Повторете още пет пъти. Запазете настрана два дълги правоъгълника за стряхата пред покрива, както и за пода. Шприцвайте 26 сантиметровия край на един дълъг правоъгълник. Прилепете към него 26 сантиметровия край на втори. Така той ще стане с размери 26 см x 12 см и ще служи за едната стена на покрива. Повторете и за другата.

Работейки първо с едната стена на покрива, а след това – и с другата, покрийте и двете с бяла глазура. Наредете и притиснете половинките от американски орехи от край до край в прави линии по продължение на стените (вижте снимка 2), така ще получите керемидите. Върху всяка стена на покрива трябва да има по четири реда от по 14 половинки американски орехи. Повторете и за другата стена, на стряхата поставете два реда от по 14 половинки американски орехи. Оставете елементите да изсъхнат за една нощ, без да ги покривате.

За да монтирате стените на къщичката:

Вземете четири бисквитени пръчици и ги поставете върху восъчната хартия. Направете по една ивица от глазура широка 0,5 см по продължение на горния край на всяка. Използвайте накрайника за шприцоване, започнете с глазирането от 1,3 см от единия край и завършете до другия.

За да изградите основните стени на къщичката, поставете една глазирана отдолу бисквитена пръчица на 18 см. от крайния ръб на покритата с фолио квадратна основа от картон със страна от 45 см. Добавете втора, отново глазирана отдолу, в дясно под прав ъгъл към първата. Поставете я така, че глазираният ѝ край да е на 1,3 см. от неглазирания на първата пръчица. Повторете с трета и с четвърта така, че четирите първи

пръчици да оформят квадратна основа, като във всеки ъгъл се подава единият край с 1,3 см. Добавете втори ред, оставяйки 1,3 сантиметровите неглазиран краища да се подават в срещуположна посока (вижте снимка 3). Подпрете стените вертикално с някакъв предмет за 2-3 минути или докато глазурата се втвърди. След това ги махнете. Повтаряйте метода, докато всяка стена не се издигне на височина от по девет бисквитени пръчици.

За острите върхове на стените под покрива:

Върху восъчна хартия поставете една до друга седем бисквитени пръчици. Използвайте остър нож и като премерите с линия, отрежете краищата им под ъгъл, за да оформите триъгълник. Най-дългата трябва да бъде с размер 18 см., а най-късата – 4 см.

Покрийте с глазура горната част на най-дългата пръчица. Прилепете към нея следващата по дължина. Повторете с предварително отрязаните останали. Покрийте с глазура долната част на триъгълника. Залепете го към горния край на едната стена на къщичката (вижте снимка 4). Притиснете с подходящи предмети. В горната част на триъгълника добавете малко от глазурата. Повторете метода и за срещуположната стена. Оставете да изсъхне напълно.

За да прикрепите покрива: Работейки с по една стена на къщичката, изстискайте глазура върху наклонените краища на двете основни стени. Внимателно поставете парчетата за покрив върху наклона така, че острият им връх да е изравнен и от двете страни в точките на прикрепване. Долният край на покрива ще надвисне над стената с около 2 см.

Повторете с другата му стена. В горната част по ръба ще се получи малко празно пространство. Шприцвайте глазура по продължение на празното пространство. Притиснете към нея от край до край около 10 половинки от американски орехи.

За верандата под стряхата: Отрежете подаващия се край от първия ред бисквите-



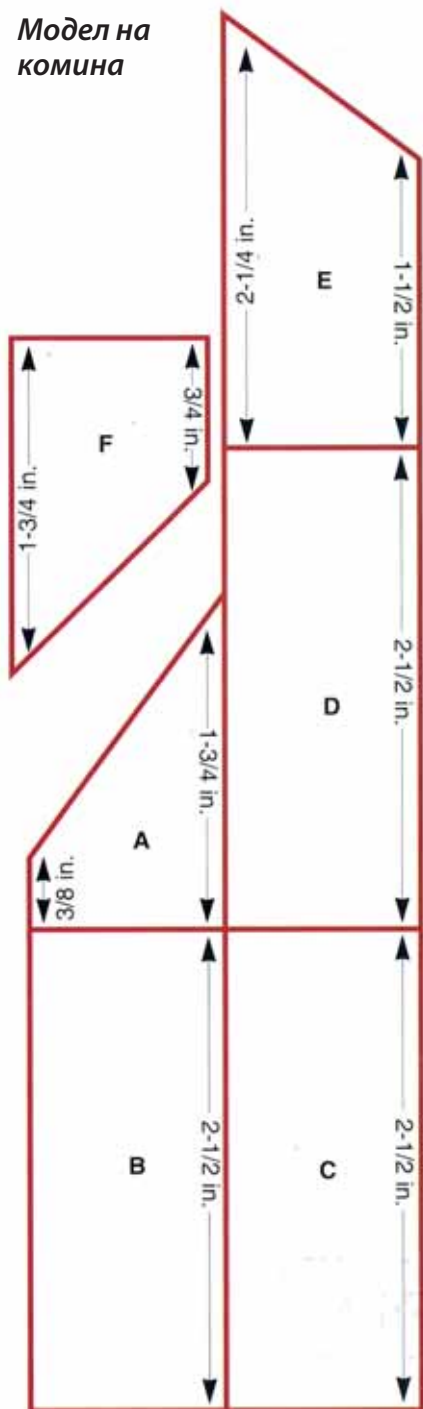


ни пръчици от основната стена на къщичката. Намажете с глазура долната част на правоъгълните бисквити за верандата. Шприцвайте глазура по продължение на единия им дълъг край. Поставете бисквитите с глазираната стената отдолу. Прилепете ги към предния край на основната стена на къщичката.

За врата: Използвайте две жълти вафли с крем шприцвайте глазура върху дългия край на едната от тях и я прилепете към другата.

За прозорци: Разрежете две жълти вафли на четири парчета от по 3 см. Шприцвайте глазура върху края на едната. Прилепете я към другата.

Модел на комина



Повторете и за втория прозорец. Намажете с глазура гърбовете на прозорците и на вратата. Фиксирайте ги върху къщичката така, както е показано на снимка 1.

За комина: Използвайте цялата ширина на шоколадови вафли, отрежете ги по дължина така както е показано на шаблоните на фиг.1 от А до F. Монтирайте комина както следва: шприцвайте глазура върху късия край на парчето А. Прилепете го към късия край на парчето В. Повторете, за да сглобите парчетата С, D и E. Шприцвайте глазура върху единия дълъг край на А/В. Прилепете го към С/D/E, подравнявайки долните им краища. Повторете с още един слой от шоколадови вафли. Глазирайте гърбовете им и ги слепете. Притиснете двата слоя един към друг и поръсете леко с какао, за да покриете белите ивици. Намажете с глазура гърба на готовия комин. Фиксирайте го върху стената на къщичката така, както е показано на снимка 1. За горната част F на комина глазирайте и слепете две парчетата

от вафли и шприцвайте глазура по продължение на наклонения край. Фиксирайте го върху покрива над парчето E от комина. Ако искате, сложете отгоре памук, за да оформите пушек. Прикрепете с малко глазура.

За гирляндите и за венците: На втори сладкарски пош сложете накрайника за шприцоване на украса във вид на листо. Напълнете го със зелена глазура. Шприцвайте гирлянди по долните первази на прозорците и в горния край на вратата, а на комина – венец. Украсете с яркочервени бонбони.

За да монтирате стряхата: Отрежете четири бисквитени пръчици с дължина от по 12 см за подпори. Шприцвайте по малко бяла глазура върху единия край на всяка. Фиксирайте ги на еднакво разстояние от по 1,3 см от края на основната стена върху верандата. Оставете ги да изсъхнат напълно.

Шприцвайте глазура по продължение на предната дълга страна на покрива за залепване на стрехата, а малко количество и върху горния край на подпорите. Внимателно поставете стрехата върху подпорите и притиснете към покривата с глазура страна на наклонения покрив.

За украса:

Напълнете с бяла глазура сладкарския джоб с накрайник, използван за украса във вид на точка с по-малкия диаметър. С него първо шприцвайте по продължението на покрива и стрехата, а после направете бели ледени висулки по края. Използвайте останалата бяла глазура за сняг върху основата.

Със стафиди или с начупени бисквитки покрити с шоколадови стърготини направете пътечка. Залепете ментолови бонбони със зелена глазура за храсти. Използвайте накрайника за шприцоване във вид на листо, започвайки от най-долната им точка, шприцвайте зелена глазура върху преобърнатите наопаки конуси от сладолед, които ще служат за дървета. Оставете ги да изсъхнат напълно.

Използвайте празничните дни, за да се похвалите с тази прекрасна Коледна къщичка!

Мая Гелева

По списание „Country Woman“

Забележка: Ако се съхранява правилно, вашата „дървена хижа от бисквити“ вероятно ще издържи и за бъдещи празници, въпреки че може да се наложат някои дребни подобрения.

Забележка: размерите на фигура 1 са в инчове, като 1 инч = 2,6 см.

Уважаеми Колеги,

Списание ХВП ви предлага сериозен бонус, чрез който ежемесечно ще напомните на повече от 7500 потенциални читатели от отрасъла за себе си и винаги ще сте пред очите им.

Срещу 450 лв. без ДДС вие получавате целогодишно включване в Бизнессправочника на списанието и годишен абонамент!

Печелите едно безплатно включване (50 лв.) и стойността на абонамента (88,50лв)!



ЗАПОВЯДАЙТЕ ПРИ НАС!

Освен със специалисти-консултанти за разработване на проекти, свързани с технологични иновации, финансова политика, патентна защита и гр., 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 се от комплексните услуги на Федерацията и удобните зали от 18 до 300 места, в центъра на София.



Зала №4



Зала №3

| Зала, брой места | Делнични дни | | | Почивни и празнични дни | |
|-----------------------|--------------|-----------|------------|-------------------------|------------|
| | до 2 часа | до 4 часа | над 4 часа | до 4 часа | над 4 часа |
| Зала №1 /62 места/ | 85 лв. | 145 лв. | 190 лв. | 185 лв. | 230 лв. |
| Зала №2 /40 места/ | 99 лв. | 195 лв. | 290 лв. | 245 лв. | 340 лв. |
| Зала №3 /90 места/ | 180 лв. | 275 лв. | 350 лв. | 350 лв. | 425 лв. |
| Зала №4 /300 места/ | | 375 лв. | 475 лв. | 475 лв. | 575 лв. |
| Зала №105А /54 места/ | 99 лв. | 195 лв. | 290 лв. | 245 лв. | 340 лв. |
| Зала №312 /25 места/ | 65 лв. | 89 лв. | 120 лв. | 120 лв. | 165 лв. |
| Зала №108 | | 69 лв. | 89 лв. | 105 лв. | 135 лв. |

Центите са без ДДС !

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

Национален дом на науката и техниката

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



Производство и търговия на суровини и материали за сладкарството и хлебопроизводството

Хасково 6300,
ул. Васил Друмев 2 Б, п.к.5
тел.: 0888 456 667;
0888 379 279; 0885 244 368
тел./факс: 038/62 26 00; 62 29 27
e-mail: alexandra_madlen@abv.bg
www.alexandramadlen.com



лабораторни и технологични решения

- Лабораторни химикали, инструменти и консумативи
- Системи за химичен анализ и микробиологичен контрол на храни, води и напитки
- Продукти за анализи и хигиенен контрол на повърхности, персонал и околна среда
- Суровини за индустриални приложения
- Системи за пречиствена вода

Мерк България ЕАД
Бул. Силниково 48, Сградка Офиси, ет. 6
тел.: +359 (0)2 4461 111
факс: +359 (0)2 4461 110
e-mail: merck@merck.bg

INTRAMA
Ние правим храните по-стойностни!

- ТЕХНОЛОГИЧНО ОБОРУДВАНЕ
 - ФОЛИА
 - ЕТИКЕТИ
 - СЕРВИЗ
 - СОФТУЕР

www.intrama-bg.com
тел.: +359/2 992-88-18; факс: 02/992-88-48
e-mail: sofia@intrama-bg.com



GENESIS LABORATORIES

ЗАКВАСКИ
ПРОБИОТИЦИ

www.genesis-biolab.com
GSM 0899 84 09 01



лактолина


НАТУРАЛНИ ЗАКВАСКИ
ОТ БЪЛГАРИЯ

www.lactina-ltd.com



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,
Факс: 042 601374
e-mail: thi@mbox.contact.bg;
sales@thermohran.com;
www.thermohran.com



КемОксиД ООД

Почистващи препарати и дезинфектанти за ХВП.
Дезинфектант за питейна вода Eoxide LQ (0,75% разтвор на хлорен диоксид).
100% микробиологичен контрол, без никакви вредни остатъчни продукти от дезинфекцията.

София 1616, кв. Бояна,
ул. Кумата 77, секция 6, ап. 8
тел. / факс: 02 441 3080; моб. 0885 011 106
www.chemoxide.bg; info@chemoxide.bg



aromsa

ЕТ „Д-р Грозева - АРОМСА“
Предлага аромати - овкусители за:
млечна промишленост;
сладкарски изделия;
консервирани храни;
производство на сниск и чипс.

Пловдив, ул. „Младешка“ 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



ОЦВЕТИТЕЛИ 20 години
Натурални / Синтетични (Водо / Масло разтворими) - (Роха - Испания).
АРОМАТИ
Емулсии / Базис (Пълна гама).
ФУНКЦИОНАЛНИ СЪСТАВКИ:
Специални соли, Киселини, Цитрати, др. (Jungbunzlauer - Австрия).
Консерванти, Подсладители, Витамини, Масла др.

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



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



ЕС ТИ ИМПЕКС ЕООД
НЕРЪЖДАЕМА АРМАТУРА И ФИТИНГИ



Пловдив, ул. Кукленско шосе 21
Тел. 032 210 692
Моб. 0879 133 144, 0899 400 784
e-mail: st.impex2012@gmail.com
www.st-impex.com
https://www.facebook.com/ES.TI.IMPEX.EOOD



ХИДРОХ
БЪЛГАРИЯ

ОБРАБОТКА НА ВОДИ

- Омекотяване
- Филтруване
- Дехлориране
- Декарбонизация
- Обратна осмоза
- Премахване на нитрати и сулфати
- UV-дезинфекция
- Озонатори
- Деаератори
- Охладителни кули
- Химикали за обработка на вода в котелни и охлаждателни системи
- Почистване на котлен камък.

Хидро-Хикс-България ООД
тел. 032/ 677 394; тел./факс: 032/ 677 395
4004 гр. Пловдив, ул. Коматевско шосе 168 Г
e-mail: office@hydro-x-bg.com
www.hydro-x-bg.com

**„ДИМИТЪР
МАДЖАРОВ-2“ ЕООД**

**Висококачествени
месни и млечни продукти
с автентичен вкус**

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

**Хлебопроизводство и
сладкарство ЕООД -
Троян**

**Производство
на хляб и хлебни изделия,
козунаци, погачи,
гюнерпютки**

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

**POLIFOL® ПОЛИФОЛ
ЕООД**

**Опаковъчни
машини, опаковки
и фолиа**

4231 Асеновград,
ул. „Атанас Свещаров“ 15
тел./ факс: 0331/ 63 868
e-mail: polifol@dir.bg

ГЕРГИНА ООД

**Производство
на безалкохолни
напитки
и минерална
вода**

с. Ръжево Конаре
тел.: 032 680394

ПИКАНТ®

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

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

„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 - окусно месо!

Производство на пилешко месо
и пилешки продукти, разплодни
яйца, едноклетъчни 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

САЛОН ЕООД

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

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

„Яйца и птици-ЗОРА-АД“
с. Дончево

Производство,
преработка
и търговия
на яйца,
пилета и птичи
продукти

9354 Дончево,
обл. Добрич,
тел.: 058 625534, 626612,
факс: 058 622766
e-mail: zora@netplusdb.bg
www.zora-donchevobg.com

LB BULGARICUM
ЕЛ БИ БУЛГАРИКУМ ЕАД

**Производство
и търговия
с млечни
продукти**

1000 София, ул. „Съборна“ 9
тел.: 02/ 987 29 01
факс: 02/ 987 59 00
e-mail: office@lbbulgaricum.bg
www.lbbulgaricum.bg

УХТ, Пловдив
Категория „Биотехнология“
разполага със съвременна
апаратура за извършване на:

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

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

НАДЕЖДА-М ООД

**Месопреработвателно
предприятие за
разфасовки, заготовки и
специалитети, млени меса
и варено-пушени продукти**

7100 Бяла, ул. „Кольо Фичето“ 25
тел.: 0817 73 569
тел./факс: 0817 72 646
e-mail: nadejdam_ood@abv.bg
www.nadejda-m.com

УЗБЕКИСТАН – Незабравимо пътешествие в Централна Азия и посещение на изложението за храни и напитки

Маршрут: СОФИЯ – ИСТАНБУЛ -
ТАШКЕНТ – УРГЕНЧ – ХИВА –
БУХАРА – САМАРКАНД –
ТАШКЕНТ – ИСТАНБУЛ - СОФИЯ



Кога:

от 28 март до 06 април 2017 г.

10 дни / 8 нощувки /

9 закуски / 6 вечери

Открийте нови бизнеспарт-
ньори в един позабравен пазар,
помнещ българските храни и на-
питки.

Не пропускайте възможност-
та да се срещнете с бисерите на
Азия – Самарканд, Хива, Бухара...



С КООП ХВН по СВЕТА

Повече информация и програма на пътуванията на www.fpim-bg.org

Посещение на най-голямото изложение за храни и напитки

GULFOOD

ДУБАЙ 22.02.2017 - 01.03.2017



Наред с най-голямото изложение, ще ви предложим
и богата туристическа програма. А в Дубай има какво да се види!



WorldFood
Uzbekistan

WorldFood Uzbekistan

**Where Food Industry
meets Uzbekistan**

29-31 March 2017
Uzexpocentre, Tashkent

WorldFood Uzbekistan
is the country's leading
international trade
exhibition, covering all the
key industry sectors
for the Food industry market

Find out more at
www.worldfood.uz



 ufi
Approved
Event



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

www.fair.bg

FOOD **TECH**

22-26 ФЕВРУАРИ 2017

 ufi
Member

 IFP
Bulgaria

Международен панаир Пловдив