

НОВО

ЗА ПЪРВИ ПЪТ

Лесафр България запознава българските хлебопроизводители с
МАЯ В ТЕЧНО СЪСТОЯНИЕ.

Брандът е Kastalia и е сред предпочитаните течни маи от майсторите-пекари по света. На нашия пазар, това е единствената мая в течна форма - перфектно попълнение в разнообразното портфолио на фирма Лесафр.



Течната мая Kastalia е разработена, за да отговори на нуждите и очакванията на занаятчийските пекари. Създадена, за да облекчи ежедневната им дейност, Kastalia е с гарантирано трайно високо качество. Дозирането е още по-лесно, а рецептите остават непроменени.

Продуктът е познат на така нареченият „крафт“ пазар в световен мащаб през последните 20 години, като за този период Lesaffre постига максимални резултати в усъвършенстването му. Към днешна дата концентрацията на течната маята е изравнена с тази на пресованата мая. Именно тази техническа характеристика предизвиква интереса на крафт производителите по света и превръща Kastalia 1:1 в техен предпочитан избор. "Иновативният производствен процес гарантира постоянно качество и лесно дозиране", обяснява Жан-Пиер Шасар, директор "Технологии и разработване на продукти" в Lesaffre Group.

Kastalia е единствена по рода си, благодарение на практичната, хладилна дозираща машина, която позволява прецизно и безопасно използване. Разфасовката е в 20-килограмови картонени кутии, които се инсталират лесно в единичен (1 x 20 kg) или двоен диспенсър (2 x 20 kg). Дозиращата система е лесна за работа и отговаря на всички изисквания за ежедневието на хлебната търговия.



www.lesaffre.bg



LESAFFRE

ОТ 1853

ПРАВИМ ХЛЯБА ГОЛЯМ

Кои са основните предимства на течната мая, която Лесафр вече предлага на българския пазар:

- Хладилният диспенсър може да се инсталира близо до машините за месене, което спестява от времето за производство;
- Картонените кутии се подменят лесно и са напълно безопасни;
- Херметическото затваряне и системата за контрол на температурата на дозиращата машина осигуряват дълъг срок на годност на маята при оптимално охлаждане;
- Маята не влиза в контакт с ръцете, което намалява риска от замърсяване;
- Прецизно дозиране и контрол на разхода;
- Размесва се по-лесно в тестото и го прави по-гладко;
- Постоянното качество гарантира равномерно производство.

"Акцентът е лекотата на дозиране и че не е нужно да променяме рецептите си", споделя Жером Тисие, пекар-заятчия от Северна Франция.



Лесафр България ЕООД
гр. София, Бул. Искърско шосе 7, сграда 6, офис 1;
Телефон: +359 2 873 1439
e-mail: office.bg@lesaffre.com



ИИ и технологията на предвиждането в бъдещето на ХВП	5
Новости	8, 13, 19, 24
Рискът от липса на законово определение за веганска храна	9
Нарастването на хранителните алергии и кризата	11
Интерактивна опаковка революционизира пазаруването	15
Намаляване на хранителните отпадъци в ЕС	16
Глицеролът в ледените напитки и децата	18
Биологични храни от фермата до вилцата	20
Антиалкохолният етикет е закон в Ирландия	25
Всяка опаковка с клас за рециклируемост	26
Наблюдател	28
Вести от УХТ	31
Преглед на текущите данни за безопасността на хранителните ароматизанти	32
Панакота с горски плодове	38
Бизнессправочник	39



Фирми, представени в броя:

АРСТ

Готи

Лесафр България

ИВА 2023

Интер Експо Център

Международен Пловдивски панаир

ФНТС



Редколлегия:

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

Гл. редактор: Петко Делибеев, 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;

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

Абонамент чрез Български пощи 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 2815-3723 (Online)

National issue for science and practice

© Publishing house

„Hranitelno-vkucova promishlenost“

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

Editorial board:

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

Editor-in-Chief: Petko Delibeev,

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 Rakovski Str., fl. 6, office 605,

Tel./Fax: +359 2 988 05 89; GSM: +359 88 4646 919; e-mail: info@fpim-bg.org

Здравейте, уважаеми читателю,

Отива си лятото, донесло тази година не само възможности за почивка, но и какви ли не провокация към нашия и без това не лек живот – рекордни горещини, пожари и наводнения, убийства, катастрофи и какво ли не още. Но въпреки всичко хранителната и питейна индустрия трябва да поддържа своя ритъм защото на трапезата трябва да има какво да се яде и пие. И въпреки компрометираната реколта трябва да има слънчогледово масло, въпреки войната трябва да има петрол и газ, въпреки досадните политически неразбории трябва да има ред в държавата.

Тук веднага искам да отбележа бързата реакция на Асоциацията на производителите на безалкохолни напитки, която успя светкавично да мобилизира своите членове Банка, Велинград, Горна баня и Девин, които спешно осигуриха 60 000 литра минерална вода в помощ на пострадалите от наводненията райони в Община Царево. Вярвам, че и други представители на отрасъла ще реагират подобаващо.

В контекста на мислите за реда в държавата ми се иска да отбележа и активната работа на Министерството на земеделието и храните за слагане на ред в българското земеделие – срещи с браншовите организации, активни контакти на международно ниво в търсене на възможности за взаимно изгодно партньорство, целенасочено използване на финансовите механизми за подпомагане на селскостопанските производители и осигуряване на българска суровина за преработвателната ни промишленост.

В тази не особено благоприятна обстановка и вашето списание ХВП се опитва да подреди своите задачи, които не са малко. Да подбирате интересни материали от глобалния свят на ХВП (нашия тук си го знаем), които да ви подсказват тенденциите в отрасъла, да поддържа сайта си с актуална информация, да организираме Петнадесетия Национален конкурс за най-добра опаковка „Приз Пак 2023“ и съпътстващата го конференция, посветена на най-актуалните тенденции в опаковането. Ще напомня, че в ЕС се готви нов регламент за опаковките, чиито добри намерения обаче залагат сериозни проблеми за решаване пред бизнеса (виж. стр.26). И още, да участваме на Техническия панаир в Пловдив, където ви очакваме в Палата 3, щанд 3В2, а също и на есенните хранителни изложения в Интер Експо Център, където ще връчим наградите на Приз Пак 2023. Има и още, но се надяваме, че заедно ще преодолеем трудностите на времето, пред които сме изправени и ще бъдем заедно и през 2024 година.

Петко Делибеев
гл. редактор



Списание ХВП очаква Вашия абонамент.

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

Цената на годишния абонамент остава 77,00 лв.

Content

Year LXXII
Issue 6/2023

AI and the technology of prediction the future of FPI	5
News	8, 13, 19, 24
The risk of not having a legal definition of vegan food	9
The rise of food allergies and the cost crisis	11
Interactive packaging is revolutionizing shopping	15
Reducing food waste in the EU	16
Glycerol in iced drinks and children	18
Organic foods from farm to fork	20
Anti-alcohol label is law in Ireland	25
Any packaging with a recyclability grade	26
Observer	28
News from UFT	31
Review of current data on the safety of food flavorings	32
Panna cotta with berries	38
Businessguide	39



Companies represented in the issue:

ARST

GOTHI

Lesaffre Bulgaria

IBA 2023

Inter Expo Center

International Plovdiv Fair

FSEU



ИИ и технологията на предвиждането в ХВП



Днес технологията на изкуствения интелект (ИИ) вероятно се явява най-влиятелния фактор за бизнеса. Компании от най-разнообразни сектори въвеждат тази

авангардна технология за събиране на данни, на чиято база се разработват модели на поведение в помощ на приемането на информирани бизнес решения. Според прогнозите повече от 50% от предприятията се очаква да въведат ИИ под някаква форма преди края на 2023 г., а очакваната за 2030 г. са ИИ да допринесе за 45% от икономическите печалби в световен мащаб. Темата е разгледана от Марича Елис, глобален вицепрезидент за дигиталната трансформация в JBT¹.

Технологията на ИИ намира приложение в хранителната и питейна индустрия от години и използването ѝ ще продължи да се разраства, докато стане незаменимо за производителите. В контекста на стремежа им да стимулират

ефективността и производителността, като същевременно минимизират цялостното потребление на ресурси, изкуственият интелект и технологиите за прогностичен анализ имат потенциала да оформят гръбнака на тези техни усилия.

¹ JBT Corporation е водещ световен доставчик на технологични решения за хранителната и питейна индустрия – б.р.

По-долу са обобщени четири начина, по които въпросните революционни технологии биха могли да подпомогнат компаниите от сектора на храните и напитките при

www.arstood.com

НЕРЪЖДАЕМА СТОМАНА
ПРОИЗВОДСТВО И ТЪРГОВИЯ

АРСТ ООД

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

веждането на ИИ и технологиите за прогностичен анализ за предвиждане и предотвратяване на машинни срывове способства за създаването на по-безопасна и по-благоприятна работна среда за тези работници.

Редуциране на предизвикателствата, свързани с работната ръка

След пандемията от Covid-19 почти всички отрасли, включително хранителният и питейният, са изправени пред проблема с недостига на работна ръка. Производителите се борят да привлекат и задържат служителите в своите предприятия, което дава сериозно отражение върху способността им да посрещнат потребителското търсене.

ИИ и технологиите за прогностичен анализ позволяват на компаниите да произвеждат повече изделия с по-малко работници. В същото време те предлагат на въпросните работници повече познания и умения, с чиято помощ те могат да произвеждат по-добри

продукти по по-ефективен и по-устойчив начин. Изкуственият интелект ще изиграе решаваща роля в пътешествието на хранителните предприятия към автоматизацията. Не на последно място тези системи създават по-добри условия за запазване на ключовите знания и експертиза, които биха могли да бъдат използвани и надградени от бъдещите поколения.

Въздействието и възможностите, предлагани от ИИ и технологиите за прогностичен анализ, не трябва да бъдат подценявани. Сега е моментът производители и преработватели от целия сектор на храните и напитките да се възползват ефективно от тези новаторски системи и да създадат по-добри системи, продукти, бизнес стратегии и работна среда. Новите технологии предоставят на разположение на компаниите именно способностите, които ще им позволят да реализират тези подобрения.

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



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

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



IFOY winner













german brand award 18 winner



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

















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

Нов картофен чипс

Брандът Lay's на PepsiCo представи картофения чипс Kettle Cooked Ruffles с вкус All Dressed (специфичен вкус на картофен чипс, популярен в Канада – б.пр.), представляващ смес от кетчуп, сос за барбекю, заквасена сметана и лук, сол и оцет.

Картофен чипс от Ruffles с вкус All Dressed дебютира за първи път в САЩ през 2015 г. През настоящото лято Lay's представи хибрид между своите Kettle Cooked и Ruffles под формата на чипс, предлагащ остро, пикантно и сладко вкусово изживяване.

Lay's е безспорният авторитет в иновациите, свързани с вкусовете, и уникалните ни постижения в рамките на програмата ни Flavour Swap („размяна на вкусове“) са сред онези, които най-силно радват нашите фенове – споделя Тина Махал, вицепрезидент за маркетинга на Frito-Lay Северна Америка. – С картофения чипс Kettle Cooked Ruffles с вкус All Dressed откликваме на онова, което потребителите биха искали да получат от нас – да върнем обратно Ruffles All Dressed, като в същото време добавяме свеж щрих с Kettle Cooked.

За радост на заклетите фенове на снакса, заедно с новия вкус Lay's съживява някои любими „герои“ от миналото на Flavor Swap, включително Lay's Cheetos Cheese, Lay's Doritos Cool Ranch, Lay's Wavy Funyuns Onion, като от август и четирите вкуса са на пазара в САЩ.



Зърнени храни от гранола

За пръв път Natural Balance Foods разширява своя бранд Nākd в сегмента на зърнените храни, лансирайки линия изделия от гранола, съобразени с изискванията към съдържанието на мазнини, захар и сол.

Известният със своите snack барове бранд ще придаде на най-добре продаваните си вкусове нова форма – гранола на 100% растителна основа, предлагана във варианти Blueberry Muffin (боровинков мъфин), Cocoa Orange (какао и портокал) и Peanut Delight (фъстъчена наслада).

При направата на изделията Nākd прилага натурален подход, като всички съставки имат естествен произход, а продуктите нямат добавена захар.

Джо Егню, маркетингов директор, обяснява: При планирането на първата си стъпка отвъд десертите искаме да сме сигурни, че навлизаме в сфера, в която нашата експертиза наистина може да блесне. Категорията на зърнените храни предлага предизвикателства, но всички виждаме, че гранолатата набира сила – и за да запазят тази инерция, търговците трябва да предложат избор.

В момента линията изделия от гранола се предлага в британски търговски вериги в разфасовки от по 365 г.

Нови зърнени храни с ниско съдържание на захар

Американският бранд за зърнени храни Catalina Crunch представи последната си иновация – Catalina Crunch Pairings, линия зърнени храни с добавени плодове и ниско съдържание на захар.

В новата продуктова линия брандът съчетава традиционната зърнена основа с вкусни допълнения като ядки и горски плодове. Изделията са разработени след проучвания на компанията, според които един на всеки трима потребители добавя топинг към зърнената си закуска с идеята да подобри нейните вкус и текстура.

Дебютират два нови вкуса: Blueberry Muffin Cereal с цели боровинки и Honey Nut Cereal с печени бадеми.

И двата артикула са на 100% рас-

тителна основа, нямат добавена захар и съдържат по 10 грама протеин на порция. Предлагат се в разфасовки от по 8 унции, като появата им в търговските вериги в САЩ е планирана за началото на 2024 г.

Кришна Калианан, основател и главен изпълнителен директор на Catalina Crunch, споделя:

Предвид бързия успех, постигнат през последните няколко години от зърнените закуски на Catalina Crunch с ниско съдържание на захар и високо на протеин, ние виждаме недвусмислени възможности да разширим предлагането в тази посока, като представим нашето



най-ново и най-хрупкаво допълнение към това семейство. Нашата мисия е да разработваме по-чисти snack алтернативи и при положение, че за потребителите здравето е приоритет, ние сме горди да предложим нови хранителни опции за ежедневна закуска или бързо хапване.

РИСКЪТ ОТ ЛИПСА НА ЗАКОНОВО ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЗА ВЕГАНСКА ХРАНА

В свой доклад Chartered Trading Standards Institute (CTSI, Институт за обучение в търговски стандарти) предупреждава, че липсата на правна дефиниция за веганската храна излага на риск хората с алергии

Институтът за обучение в търговски стандарти публикува доклад, в който изразява загриженост относно липсата на официална дефиниция за веганската храна. В доклада се твърди, че липсата на правна дефиниция „потенциално излага на риск хората с алергии, както и причинява объркване за потребителите и бизнеса“.

Понастоящем няма правна дефиниция дали храната, продавана като растителна или веганска, може да съдържа съставки като мляко или други продукти от животински произход. Институтът разглежда това като нещо, което „поставя веганите и страдащите от алергия в неведение“ относно факта, какво е законно разрешено в тяхната храна. В своя доклад Институтът за обучение в търговски стандарти предупреждава, че е „поважно от всякога“ потребителите да могат да бъдат уверени, че ако решат да преминат на веганска диета, то храните, обозначени като вегански, не съдържат продукти от животински произход.

Продължава на стр. 10 ▷

БЕЗКРАЙНО УНИКАЛНО!

Цяла галактика
от разнообразие
за вашия успех,
написан
на звездите



2023
22. – 26.10.
Мюнхен
www.iba.de

ВОДЕЩИЯТ СВЕТОВЕН ТЪРГОВСКИ ПАНАИР
ЗА ПЕКАРСКАТА И СЛАДКАРСКАТА ИНДУСТРИЯ

финиция може да бъде използвана от неетични хранителни предприятия, които твърдят, че храните са вегански, докато всъщност съдържат продукти от животински произход“.

„Може би по-голямото безпокойство е, че тази неяснота може да има катастрофални и понякога трагични последици за хората с алергии към продукти от животински произход, като мляко и яйца. Наясно сме, че за съжаление има хора загубили живота си поради това и затова призоваваме за повече яснота относно това какво може и не може законно да се опише като веганска и растителна храна“, продължава Хериман.

Споделяйки позицията си относно етикетирването на „вегански“ хранителни продукти, Джесика, служител по търговски стандарти, обяснява: „Повишаването на търсенето на храни, продавани или рекламирани като „веган“ или „на растителна основа“, скочи през последните години. Налице е нарастване на оплакванията и инцидентите, при които потребителите смятат, че са били подведени в използването на такива термини по много причини“.

„Също така се наблюдава увеличение на хората с алергии към храни от животински произход, на които е отбелязано, че са „вегански“. Хората смятат, че са безопасни за ядене, само докато получат алергична реакция. Това показва реалната необходимост от правна дефиниция, която да даде както на потребителите, така и на бизнеса необходимата яснота.“

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

За CTSI

Основан през 1881 г. (като „Обединено дружество на инспекторите на теглилките и мерките“), днешният Chartered Trading Standards Institute (CTSI) е една от най-старите организации в света, работеща в областта на търговските стандарти и защитата на потребителите. Освен с насърчаване на честни бизнес практики, справяне с измамни търговци и в крайна сметка защита на потребителите, тази професионална асоциация обучава специалисти по търговски стандарти, работещи в местните власти, бизнес и потребителски организации и в централното правителство на Обединеното кралство.

Нарастването на хранителните алергии и кризата

Хранителните алергии се увеличават, а кризата с разходите за живот оказва значителен натиск върху хората с животозастрашаващи алергии.

Добре известно е, че хранителните алергии се увеличават. На фона на днешните кризи това е сериозен проблем. Да живееш със смъртоносна хранителна алергия често означава да разчиташ на алтернативи без алергени. Но с нарастващите цени на храните, много потребители откриват, че именно за тези алтернативи трябва да плащат много повече.

Свиване на разходите за живот

Алтернативите без алергени много често са по-скъпи от техните аналози с алергени. Според проучване на Британската фондация за алергии (Allergy UK), кризата с разходите за живот означава, че цените на тези храни са се увеличили повече от два пъти. Проучването на девет храни е установило, че алтернативите без алергени струват до 138% повече.





Предишно проучване, проведено от Агенцията за хранителни стандарти, показва, че хората с алергии имат 12% – 27% по-голяма финансова тежест от тези без тях.

Това е, толкова ужасно. По-големите сметки за хранителни стоки – от по-скъпи продукти – могат да се отразят както на семействата, страдащи от алергия, така и на хората – казва Тереза Макфейл, медицински антрополог и автор, пред FoodNavigator. – Интервюирах няколко души, които поради ограничените доходи непрекъснато се борят да си купят храни без алергени, а те обикновено са по-скъпи от техните еквиваленти. Тъй като цената на всичко се покачва, дори нормалните хора получават шок от цифрите на етикета в магазина за хранителни стоки. Просто вземете този ефект и добавете безпокойството от това да се окажете в спешното отделение, ако рискувате с по-малко безопасната версия, защото е по-евтина.

За производителите да намалят неочакваните алергични реакции, има поне едно очевидно решение – Производството в отделни съоръжения, за да се гарантира липса на кръстосано замърсяване, е златният стандарт. Някои компании, които произвеждат храни без алергени, също отиват крачка напред и разполагат с лаборатории за изпитване в производствените помещения, като вземат проби на място от партиди за алергени. Така те смятат, че могат да гарантират, че продуктите им ще бъдат безопасни.

Както хранителните продукти, така и EpiPens[®] може да увеличи финансовите тежести. Според благотворителната организация Spare Pens in Schools („Споделени химикалки в училищата“) училищата в Обединеното кралство трябва да купуват на дребно резервни автоинжектори за адреналин (AAI), но за покриване на тези разходи няма средства нито от централната, нито от местната власт.

Мистерията на съвременния свят

Броят на алергиите нараства по света, като много от тях са смъртоносни. Но никой не знае със сигурност защо е така, въпреки че има широк спектър от теории.

Макфейл изброява някои от тях, които

според нея са най-вероятните причини – *Това е комбинация от фактори, но определено включва: промени в хранителните ни навици (по-малко фибри, повече мазнини и захар), които са променили чревните ни микробиоми; използване на антибиотици, също променящи нашия микробиом; по-малко излагане на „приятелски“ бактерии и вируси, отколкото в миналото, свързано с прекомерната ни употреба на тежки детергенти и антимикробни продукти; повече излагане на замърсители и химикали, с които нашата древна имунна система не би трябвало да се бори; и дори нашият заседнал начин на живот, който води до по-малко витамин D от слънчевата светлина. Вероятно са ВСИЧКИ тези неща.*

В крайна сметка, теорията относно „микробиома и свързаната с него бариерна хипотеза“ е тази, която има най-голяма сила в научния свят: *Идеята е, че имунните клетки, покриващи нашите бариери (кожа, черва, дихателни пътища), не получават правилната смес от приятелски бактерии, вируси, гъбички и по този начин не се „обучават“ нормално.*

Освен нарастването на броя на алергиите, към списъка са добавени още алергени.

Големите 8 хранителни алергена са мляко, яйца, риба, ракообразни миди, ядки, фъстъци, пшеница и соя – казва Макфейл. – Но голямата новина през последното десетилетие е, че добавихме сусам към този списък. И сега имаме проблем с алфа-гал в червеното месо, който се задейства от ухапване от кърлеж Lone Star (Лон стар – Самотна звезда) при някои хора.

Ухапвания от кърлеж Lone Star, идентифициран по бялото петно на гърба му, са свързани с развитието на алфа-гал синдром, който може да причини фатални алергични реакции при консумация на червено месо, някои животински продукти и определени фармацевтични продукти.

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

Две нови овкусени сирена

Базираният в Австралия производител на овкусено крема сирене Moondarra Cheese добави два нови продукта към фирменото портфолио.

Moondarra Marinated е меко сирене, мариновано в билки, чесън и олио. Препоръчва се за употреба в салати, супи, сандвичи и хрупкав хляб, и може да бъде намерено във всички обекти на Woolworths в Австралия и в Coles.

Moondarra SnackPack е гама от три овкусени сирена, смесени с крекери с квас, която може да се използва като закуска в движение за деца и възрастни.

Гамата SnackPack се предлага във варианти Honey and Pistachio („мед и шамфъстък“), Herb and Garlic („билки и чесън“), Apricot and Almond („кайсия и бадем“), Honey, Fig and Macadamia (мед, смокиня и макадамия“), както и Herb and Capsicum („билки и лют



червен пипер.

Компанията Moondarra Cheese е създадена през 2004 г. и изнася своите изделия в САЩ, Япония, Китай и Корея.

Пускат овесени ядки с протеин

Американският хранителен бранд Bob's Red Mill представи новия артикул Protein Oats, който според производителите предлага до



60% повече протеин в сравнение с обикновените овесени ядки.

Изделието е направено от една-единствена съставка – пълнозърнест валцуван овес – без добавен протеин на прах. Според компанията ядките са получени от специален, конвенционално отглеждан сорт, чието съдържание на протеин е по-високо от това на обикновените овес.

Предлаганите в конвенционален и биологичен вариант овесени ядки обогатяват съществуващото портфолио овесени ядки на бранда, което включва широка гама

предложения – за бързо приготвяне, едро нарязани, фини, в шотландски стил и т. н.

Биологичните овесени ядки с протеин се предлагат в разфасовки от 32 унции, а конвенционалната алтернатива – в разфасовка от 16 унции. И двата варианта не съдържат глутен и ГМО.

Блейк Айзък, директор за маркетинга на иновациите, коментира: „Bob's Red Mill Protein Oats са перфектния избор за ентузиастите, търсещи удобна и доставяща удоволствие алтернатива, с която да добавят още протеин към своята диета.“

Партньорства в сферата на ароматния хумус

Sabra представя нова линия продукти с ароматен хумус, разработени в сътрудничество с брандовете за сосове Frank's RedHot и Stubb's.

Трите нови продукта в линията са Buffalo Hummus („биволски хумус“), направен с биволския сос на Frank's RedHot, BBQ Hummus („барбекю хумус“), вдъхновен от барбекю соса в тексаски стил на Stubb's, и Sabra Southwest Hummus („Югозападен хумус на Сабра“).

Ръководителят на Sabra за изследванията, развоя и устойчивостта Олугбенга Дияолу коментира: *Тези забележителни сосове са за всички фенове на вкуса. Колкото по-често посягаме към снаксовете, толкова повече искаме от тях... по-интензивен вкус, по-задоволителни текстури, по-пълноценни опции.*

Изделията се явяват първи епизод от серия „смело овкусени“ иновации от Sabra, поставила си за цел да надгради съществуващите предложения на бранда при хумуса и гуакамолето.



ЮБИЛЕЕН XV Национален конкурс за най-добра опаковка „ПРИЗ ПАК 2023“



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

Финал на конкурса през ноември 2023 г.
Не пропускайте и традиционната Национална научно-практическа конференция „Тенденции в опаковането на храни и напитки – технологии, материали, екология и нормативна уредба“ – октомври 2023 г.

Повече информация и записване на

тел.: 02 988 05 89;

GSM: 088 46 46 919;

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

www.fpim-bg.org



Интерактивна опаковка революционизира пазаруването

Базираното в Австралия творческо студио Immertia, което миналата година ни предложи SWIGR¹, има нова концепция за холограмен консиерж, която свързва интелигентен холографски асистент с опаковката, за да предложи „завладяващ и футуристичен начин за клиентите да взаимодействат с продуктите и техните производители“, твърди то. Концепцията за разширена реалност (AR) работи чрез сканиране на пакета с камера на смартфон.

Иновативна технология трансформира опаковъчната промишленост. Стартиращата технологична компания Immertia въвежда концепция, задвижвана от изкуствен интелект (AI), която превръща обикновените опаковки за покупки в интерактивно изживяване за потребителите. Революционната концепция Hologram Concierge (Холограмен консиерж) свързва интелигентен холографски асистент с опаковката, за да предложи завладяващ и футуристичен за клиентите начин да взаимодействат с продуктите.

Когато потребителят сканира опаковката с камерата на своя смартфон, Hologram Concierge активира триизмерен холографски асистент, който сякаш излиза от самия продукт. Захранван от добавена реалност, той заема централно място, замествайки предния панел и съдържанието на опаковката, завладявайки потребителя с впечатляващо визуално изживяване.

В тази интерактивна среща Hologram Concierge може да предостави подробна информация за марката и продукта. Холограф-

¹ Приложение за смартфони от ново поколение, което позволява на потребителите да сканират етикети с телефоните си, за да открият любопитни истории зад продукта, насочено първоначално към сектора на бирата. - б.р.



ският асистент не се ограничава до статичен външен вид. Той динамично се движи и жестикулира, създавайки усещане за реалност и ангажираност. Заобикалящата среда също се трансформира, с виртуални връзки, върху които може да се кликне, и триизмерно съдържание, което сякаш се носи във въздуха, осигурявайки хипнотизиращо изживяване за потребителите.

Уникалната технология предлага възможности за производителите на опаковки и иноваторите в областта. Демонстрация може да се види в уебсайта на Immertia. Дейф Чафи, изпълнителен директор на Immertia, е развълнуван относно потенциалните приложения в опаковъчната промишленост: „Отговорът на концепцията беше изключително положителен. Тази технология ще революционизира начина, по който опаковъчната промишленост се ангажира с потребителите, предлагайки интерактивни и завладяващи изживявания, които са длъжни да привлекат вниманието.“

Чафи подчертава възможностите за





производителите на опаковки: „The Hologram Concierge позволява на производителите на опаковки да въведат допълнителен слой на взаимодействие, позволяващ на марките да споделят повече информация, да демонстрират допълващи се продукти и да предлагат ангажиращо съдържание. Концепцията е мощен начин за увеличаване ангажираността на клиентите и стимулиране на продажбите. Тя има потенциала да преобразува начина, по който производителите на опаковки мислят за продукта и предоставят информация. Това е нова граница за ангажиране на марката и взаимодействие с потребителя.“ Дискутирайки положителното въздействие върху промишлеността, Чафи казва: „Тъй като опаковъчната промишленост възприема тази технология, можем да очакваме да видим увеличаване на иновативните дизайни и подобряване на функционалността, които ще издигнат целия сектор. Това е шанс за производителите на опаковки да се открийт.“

Екипът на Immertia работи върху интегрирането на две прототипни технологии за създаването на „човешки консиерж“, който отговаря на въпроси, свързани с продукта в реално време. Разработката обещава да постави началото на нова ера на разговорната търговия, с поточно предаване на съдържание в реално време от производителите на продукта, повишавайки доверието и надеждността сред потребителите.

Чафи подчертава важността на Hologram Concierge за опаковъчната промишленост: „Тази технология е повратно събитие за производителите на опаковки, предлагайки им възможност да доставят добавена стойност за своите клиенти и да се отличават на конкурентен пазар.“

По сп. „Целулоза и хартия“, 1-2/2023

Повече информация на:
<https://immertia.io/>

Намаляване на хранителните отпадъци в ЕС

ЕС очерта цели за намаляване на хранителните отпадъци и иска от държавите-членки да намалят хранителните си отпадъци с 10% до 2030г.

Европейският съюз обяви ново предложение за справяне с хранителните отпадъци, като очерта цели за намаляването им до 2030г. За да „ускори напредъка“ към целта си, Европейската комисия предлага държавите членки да намалят хранителните отпадъци с 10% при преработката и производството и с 30% (на глава от населението) съвместно при продажба на дребно и потребление (ресторанти, хранителни услуги и домакинства) до 2030 г.

ЕС изясни, че все още е „ангажиран с постигането на световната цел за устойчиво развитие (Target 12.3)“. Това включва намаляване наполовина на хранителните отпадъци на глава от населението на ниво търговия на дребно и потребител до 2030г. и намаляване на загубите на храна в рамките на производството и веригите за доставка на храни.

Още през 2020г. имаше проучване в целия ЕС, което наблюдаваше нивата на хранителни отпадъци. Съобщава се, че резултатът от изследването ще се използва като база за оценка на напредъка. Въпреки това ЕС отбеляза, че „може да се вземе предвид по-ранна референтна година за държави членки, които предоставят доказателства за предприети действия преди 2020г., като мониторингът потвърждава постигнатия напредък“.

ЕС заяви, че до края на 2027г. ще бъде направен официален преглед на напредъка на държавите-членки.

Според института Greenly в световен мащаб всяка година се губи над една трета от цялата произведена храна. Погледнато откъм перспективата на ЕС, близо 59 млн. тона

Глицеролът в ледените напитки и децата



Британската FSA (Агенция за хранителни стандарти) издаде нови насоки към индустрията, в които се посочва, че глицеролът в ледените напитки не трябва да се продава на деца до четири години.

Като съвет към индустрията, Агенцията за хранителни стандарти пусна доброволни насоки за употребата на глицерол в ледените напитки и заяви, че те не трябва да се продават на деца на възраст до четири години.

Освен това FSA посъветва производители-те да предупреждават търговците на дребно, че „не трябва да предлагат безплатни промоции на такива напитки на лица под 10 годишна възраст“, като начин да предотвратят излагането на малки деца на прекомерни количества глицерол.

Това ръководство дойде след направена оценка на риска от Агенцията, която установи, че децата под тази възраст „могат да страдат от главоболие и гадене, причинени от приемане на глицерол“. Всъщност Агенцията подчерта, че е запозната с два случая в Шотландия (през 2021г. и през 2022г.), при които се съобщава, че деца са били хоспитализирани поради интоксикация с глицерол.

„При много високи нива на експозиция, обикновено когато няколко от тези продукти се пият от дете за кратък период от време, интоксикацията с глицерол може да

причини шок, хипогликемия и загуба на съзнание“, предупреждават от Агенцията за хранителни стандарти.

Коментирайки новите насоки, Адам Хардгрейв, ръководител на Агенцията за хранителни стандарти при добавките, казва: „Въпреки че симптомите на интоксикация с глицерол обикновено са леки, важно е родителите да са наясно с рисковете, особено при високи нива на консумация. Вероятно има недостатъчно докладване на интоксикация с глицерол, тъй като родителите могат да припишат гаденето и главоболието на други фактори. Благодарни сме на онези производители, които вече са предприели стъпки за намаляване на нивата на глицерол, както и на тези, които вече ни казаха, че ще възприемат нашите нови насоки.“

Глицеролът, присъства и в други храни, където се добавя в много по-малки количества, отколкото в кишавите ледени напитки (слъши), смятат от FSA. За да се създаде ефект на киша в напитките, глицеролът се използва като заместител на захарта. Новите насоки на Агенцията за хранителни стандарти изискват от бизнеса да добавя глицерол само в „минимално количество“, технически необходимостта за постигане на този ефект.

„Счита се, че е малко вероятно тези над четиригодишна възраст да страдат от лоши ефекти от пиенето на едно слъши. Това е така, защото ефектите на глицерола са свързани с телесното тегло“, смятат в Агенцията.

Поглеждайки към бъдещето от FSA казват, че ако максималните нива на глицерол, използвани от промишлеността, намалее, новите насоки за индустрията може да бъдат преразгледани.

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

Линия коктейли на основа премиум уиски

Брандът шотландско сингъл малц уиски от Спейсайд The Glenlivet – част от портфолиото на Chivas Brothers – въвежда нова линия готови за сервиране премиум коктейли, наречена Twist & Mix Cocktails.

Новите коктейли използват нова за пазара технология – патентованите от Vessl капачки за затваряне и смесване – *Просто завъртате капачката и хитрият механизъм ще добави коктейлните вкусове към сингъл малц уиски The Glenlivet, с което получавате пряно смесен коктейл на секундата.* – коментира Уолтър Аподака, основател и главен изпълнителен директор на Vessl. – *Впечатлени сме от начина, по който The Glenlivet се възползваха от нашата технология, за да ви позволят да си направите висококачествени пряно смесени ултра-премиум коктейли у дома. Това е тъкмо онзи вид авангардно приложение на технологията на Vessl, който ние си представяме, а полученият вкус е дори още по-добър от очакванията ни.*

Колекцията дебютира с представянето на кокейлите Old Fashioned, предлагащ вкусови нотки на портокал, индийско орехче и канела и New Manhattan, който се характеризира с щрихи на череша и джинджифил.

Джейн Мърфи, маркетингов директор за малцовите уискита в Chivas Brothers, споделя: *„Вече почти 200 години The Glenlivet променя традициите и тъкмо този наш пионерски дух намира проявление в разработката на нов начин да се насладите на готови за пиене коктейли – ние гарантираме едно свежо и луксозно изживяване у дома в отговор на огромното потребителско търсене.“*

А директорът по иновациите, Йогеш Ганди, допълва: *Този проект ни изправи пред предизвикателството да преоткрием готовите за сервиране алтернативи в условията на един изключително конкурентен пазарен сегмент. В резултат на това преосмисляне в центъра е поставен потребителят – без нужда от купища съставки, мерилки или специални умения получавате за секунди пряно смесен коктейл на топ професионално ниво.*

Коктейлите The Glenlivet Twist & Mix се предлагат в 375-милилитрови бутилки, като всяка разфасовка съдържа осем порции.



Студен чай с вкус на праскова

Purity Soft Drinks, производител на водещите брандове плодови сокове Juice Burst и Firefly, разширява своята гама с продукта Juice Burst Peach Ice Tea. Той представлява сладка смес от сок от праскови и аромат на черен чай, съобразена с изискванията към съдържанието на мазнини, захар и сол.

От 14 август последната иновация на компанията, предлагана в 330-милилитрови бутилки, е достъпна в хранителните магазини, супермаркетите и лицензираните канали на препоръчителна цена на дребно от 1,29 паунда.

Според представители на фирмата новият студен чай с праскова съдържа повече плодов сок от всеки друг сходен артикул от разрастващия се пазар на сокове, овкусени с чай.

Сара Болдуин, главен изпълнителен директор на Purity Soft Drinks, коментира: *Мисията ни е да предлагаме натурална свежест с всяка капка. Това е нашето обещание за чистота на продукта и студеният чай Juice Burst Peach е в пълна степен елемент от това обещание. В момента пазарът на безалкохолните напитки за консумация в движение расте два пъти по-бързо, отколкото категорията в нейната цялост. С приближаването на времето, в което учениците се връщат на училище, търговците получават очевидна възможност да се възползват от предимствата на сезона. С пускането на Juice Burst Ice Tea си поставяме за цел да привлечем по-младите потребители, на които предлагаме по-здравословна плодова напитка с отличен вкус и силен плодов щрих към вече модерния вкус профил.*

От компанията твърдят, че Peach Ice Tea спокойно може да се консумира като един от препоръчителните пет плода или зеленчука дневно, тъй като в него няма добавена захар, изкуствени овкусители или подсладител.

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

Биологични храни от фермата до вилицата

Според прилаганата политика на Европейския съюз в сферата на екологизиране на нашия живот, биологичното земеделие играе важна роля за постигането на много цели, засягащи околната среда и продоволствената сигурност в Европа. И в Полша развитието на биологичното производство също се третира като приоритет.

За да насърчи полските земеделци да преминат към щадяща околната среда система за биологично производство, Министерството на земеделието и развитие на селските райони въведе и продължава да прилага много мерки както за опростяване на приложимите процедури, така и за подкрепяне на производителите на биопродукти.

Новият закон от юни 2022 година за биологичното земеделие и биологичното производство улесни земеделците при използването на продукти за торене, одобрени за биопроизводство в други страни-членки. Освен това, беше въведен подкрепящ ме-

ханизъм за подпомагане на закупуването на органичен семенен материал и през зимата на 2022 и на 2023 година бяха повишени размерите на помощта за неговото използване.

Подкрепата на биофермерите за площите за биологично отглеждане (в и след периода на преход) ще продължи. Вземайки предвид опита от предишни програмни периоди, бяха приети облекчения за малки стопанства до 10 хектара, благодарение на които малките биопроизводители ще могат да получат подкрепа по опростени правила. Освен това, за да се подобри балансът между растениевъдството и животновъдството беше въведен бонус за земеделци с животни в биоферми. Този бонус цели повишаване на производството на оборски тор в системата за биопроизводство, което ще намали зависимостта на земеделците от закупуване на торове и ще повиши продоволствената сигурност в Полша. Освен това, поради хуманното отношение към биологично отглежданите животни, техните



Биологичното производство осигурява ползи за околната среда и доставя висококачествена храна



„Рамковият план за действие...“ съдържа пет главни области на развитие на биологичното производство в Полша:

- 1. Трансфер на знания и на умения – консултантски, обучителни и информационни мерки;**
- 2. Насърчаване на биопроизводството – информационни, промоционални и образователни мерки;**
- 3. Иновации в биологичното производство;**
- 4. Подкрепа за биологичните производители;**
- 5. Поддържане на доверие в системата на органично производство.**

Тези области включват финансови стимули и специфични мерки предприети от Министерството на земеделието и развитие на селските райони и други заинтересовани страни, както и участници в системата за биопроизводство. Трябва да се подчертае, че освен продължаване на повечето от мерките, които вече са успешно изпълнени, „Рамковият план за действие...“ съдържа нови мерки, допринасящи за развитието на биологичното производство. Подкрепата

за сектора биоземеделие е планирана за всички участници по хранителната верига от фермата до вилцата, започвайки с подкрепата на земеделците в областта на земеделското производство на суровини и преработката им, през мерките, подкрепящи инвестициите и пазарния потенциал, включително малки и средни стопанства, скъсяване на веригите за доставка, мерки за оформяне на търсенето и доверието на потребителите на биопродукти и производство, до подкрепата за интеграция на индустрията и подпомагане на службите за съвети в земеделието.

„Рамковият план за действие...“ е документ, който по прост и ясен начин дава възможност на всички заинтересовани да се запознаят с подкрепата, насочена към биопроизводителите. Документът е достъпен на уебсайта на Министерството на земеделието: <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/ramowy-plan-dzialan-dla-zywnosci-i-rolnictwa-ekologicznego-w-polsce>

инж. Мая Гелева

По сп. „Polish Food“/пролет 2023 г.

Статията се издава с любезното съдействие на посолството на Република Полша в София.

Енергийна напитка „против остаряване“



Age No More пусна енергийна напитка, която съчетава кофеин с внимателно подбрана смес от естествени съставки.

Със своите 180 милиграма кофеин и 20 милиграма канабидиол (CBD), получен директно от коноп, всяка разфасовка предлага „освежаващ тласък“.

Напитката съдържа и NAD+ (Nicotinamide Adenine Dinucleotide – Никотинамид Аденин Динуклеотид), жизненоважен коензим, отговорен за генерирането на клетъчна енергия, който играе значима роля в процеса на възпиране на стареенето.

В състава на Age No More ще намерите и ингредиенти като уролитин А, ресвератрол, червена рейши, кордицепс, лъвска грива и гъби тремела, за които широко се твърди, че оказват влияние върху производството на колаген и кожното здраве.

В допълнение напитката включва разнообразни растителни съставки, известни със своите полезни за здравето качества, между които екстракт от зелен чай, андрографис, бакопа мониери, кверцетин, куркума, ашваганда, литиев оротат и екстракт от боровинки.

Каталог Catalogue

**ХРАНИТЕЛНА FOOD
И ПИТЕЙНА AND DRINK
ИНДУСТРИЯ INDUSTRY
В БЪЛГАРИЯ IN BULGARIA**



**Светът днес
е немислим
без актуална
информация!**

Затова за пореден път
издателска къща „ХВП“
подготвя актуализиране и
преиздаване на двуезичния
каталог „Хранителна и питейна
индустрия в България“.

Кризите идват и си отиват, но бизнесът остава, защото
е двигател на живота. Именно това ни дава увереност да
преиздаваме каталога на всеки две години, за да
показваме актуалното състояние на ХВП-бизнеса в
България и да улесняваме контактите между бизнеса.

А за да сме в крак с времето ще го направим дигитален!
Но вичко зависи и от Вас! Помогнете ни, като се включите
в каталога и ни съдействате за прецизно актуализиране
на информацията за Вашата фирма.

Очаквайте условията за включване в новото издание на
Каталог „Хранителна и питейна индустрия в България
– 2023“ в списание ХВП и на: www.fpim-bg.org/

**НЕ ПРОПУСКАЙТЕ ВЪЗМОЖНОСТТА ДА
ПОДОБРИТЕ БИЗНЕСКОНТАКТИТЕ СИ!**



Празнични десерти за есента

Kind Snacks добавя към своето портфолио барове Thins два нови празнични есенни вкуса – шоколад-тиква-подправки (Chocolate Pumpkin Spice) и карамел-ябълка-канела (Caramel Apple Cinnamon).

Chocolate Pumpkin Spice предлага ароматна смес с вкус на тъмен шоколад, бадеми, фъстъци и тиква.

От своя страна Caramel Apple Cinnamon съчетава богатия карамелен пълнеж със сладостта на ябълка и канела, допълнена от вкуса на бадеми, фъстъци и орехи.

И двете изделия са без глутен, съдържат по 100 или по-малко калории, и се предлагат чрез Amazon на цени от 7,99 – 8,99 долара за кутия с 10 десерта.

Баровете имат ниско съдържание на натрий и са подходящи за всякакви случаи, като похапване в офиса или бърза закуска в натоварения ден. Захарта в тях е едва 5 грама, като и двата артикула са с потвърден статут на продукти, не съдържащи ГМО.

Нов десерт разчита на сблъсъка

Nestlé Великобритания и Ирландия оповести присъединяването към шоколадовия бранд Quality Street на нов десерт за споделяне, съчетаващ две от класическите фирмени предложения.

Шоколадовият бар „за споделяне“ Collisions Hazelnut and Caramel (букв. „Сблъсъци: лешник и карамел“) събира на едно място два от любимите шоколадови десерта на бранда: The Green Triangle („Зеленият триъгълник“) и The Purple One („Лилавият“). Съдържа три текстурирани слоя, съчетаващи златист карамел и гладък лешников пълнеж с хрупкави парченца лешник.

Тежачият 245 грама бар е първото изделие от бранда, предлагащо сблъсък на вкусове, и трето допълнение към гамата десерти за споделяне, въведена през 2022 г. с вкусовете The Purple One и Orange Crunch („Хрупкав портокал“). Към момента новият бар се предлага ексклузивно в Asda, като предстои навлизането му и в други вериги супермаркети и хранителни магазини.



Саманта Хърст, бранд мениджър в Nestlé, коментира: *Убедени сме, че феновете на Quality Street ще оценят факта, че два любими вкуса са събрани заедно за направата на трислоен десерт, идеален за подарък или споделяне със семейство и приятели.*

Луксозен оризов пудинг

Обогатявайки своя бранд Ambrosia компанията Premier Foods въвежда три нови предложения в рамките на гамата Deluxe.

Изделията идват в три варианта: кутия Deluxe Rice с вкус West Country Cream (има се предвид района на Югозападна Англия) и бурканчета Deluxe Rice с вкусове Madagascan Vanilla („Мадагаскарска ванилия“) и Salted Caramel („Солен карамел“), всички представляващи луксозна версия на популярния десерт оризов пудинг.

Новата гама следва успешния дебют на Ambrosia Deluxe Custard („яйчен крем“) от 2021 г., пуснат в отговор на потребителското търсене на първокачествени и луксозни десерти.

Ambrosia Deluxe Rice е направен с прясна сметана и смесен с висококачествени съставки с цел получаване на нежен, плътен и кремообразен оризов пудинг. Предлага се в 400-грамова кутия или в двоен пакет 110-грамови буркани във вкус Madagascan Vanilla и съответно Salted Caramel. Гамата е разработена като десерт и лека закуска, така че изделията могат да се консумират удобно както вкъ-



щи, така и в движение.

От фирмата твърдят, че така наречените „амбиент десерти“ – десерти, които се предлагат със стайна температура – се представят особено отлично благодарение на своята „добра стойност“ и „финансова достъпност“ в контекста на факта, че възрастните харчат по-малко за несъществени продукти поради нарастването на цената на живота във Великобритания. Според компанията „средната цена на тези десерти – 0,95 паунда – е значително по-ниска от тази на охладените алтернативи – 1,47 паунда“.

Дейниъл Джалалпур, маркетингов директор в Premier Foods, споделя: *Със свиването на разходите, засягащо масово домакинствата, потребителите се ориентират към по-достъпните десерти със стайна температура. Ние отчетохме така появилата се възможност и пуснахме трите нови оризови десерта, за да дадем на клиентите си още по-голям избор от първокласни предложения, които да удовлетворят желанието им за високо качество и достъпност.*

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

Антиалкохолният етикет е закон в Ирландия



Ирландия вече има собствен закон за новите етикети на алкохола. Ирландското правителство обяви това, като го направи публично достояние чрез уебсайта на изпълнителната власт www.gov.ie. Министърът на здравеопазването Стивън Донъли е подписал Наредбите за обществено здравеопазване (алкохол, етикетиране) 2023г. и останалите разпоредби на раздел 12 от Закона за общественото здраве (Закон за алкохола).

Раздел 12 и регулациите към него са тези, които „въвеждат цялостно етикетиране за вредите върху здравето от алкохолните продукти, продавани в Ирландия, и предвиждат подобна здравна информация да стане достъпна за клиентите на лицензирани заведения“.

Ирландският алкохолен етикет предизвика критики от няколко държави от ЕС, включително Италия, от страните-членки на Световната търговска организация (СТО) и производителите на алкохолни напитки като пречка за търговията, „неоправдана и непропорционална“. Европейската комисия обаче даде зелена светлина на ирландското предложение чрез мълчаливо съгласие, въпреки критиките от страна на 13 държави.

Законът, посочва правителственото съобщение, „изисква етикетите на алкохолните продукти да посочват съдържанието на калории и грамовете алкохол в продукта. Етикетите ще предупреждават за риска от консумация на алкохол по време на бременност и риска от чернодробно заболяване и фатални ракови заболявания по-

ради консумацията на алкохол. Етикетите ще насочват потребителите към уебсайта на HSE (The Health Service Executive), www.askaboutalcohol.ie, за повече информация. Законът предвижда тригодишен гратисен период, за да даде на компаниите значително време да се подготвят за промяната. Законът ще се прилага от 22 май 2026г.“

Радвам се, че ние сме първата страна в света, която предприе тази стъпка и въведе пълно етикетиране на алкохолните продукти за здравето. Надявам се, че и други страни ще последват нашия пример – подчерта министър Донъли. – Този закон има за цел да даде на всички нас, потребителите, по-добро разбиране за алкохолното съдържание и рисковете за здравето, свързани с консумацията на алкохол. С тази информация можем да вземем информирано решение относно консумацията на алкохол. Опаковките на други хранителни продукти и напитки вече съдържат здравна информация и, когато е уместно, здравни предупреждения.

Всеки има право да бъде информиран за рисковете, свързани с даден продукт, преди да го консумира – добавя Хилдегард Нотън, министър на социалните грижи и националната стратегия за наркотиците. Този закон има за цел да гарантира, че всички употребяващи алкохол имат достъп до ясна и кратка информация за рисковете от алкохола. Медицинските доказателства ясно показват, че рискът от рак съществува дори при по-ниски нива на консумация на алкохол.





Приемайки новото законодателство, правителството добави някои бележки относно консумацията на алкохол в Ирландия. Леки до умерени нива, според изпълнителната власт, са причинили близо 23 000 нови случая на рак през 2017г., като почти половината са били рак на гърдата при жените. Шестдесет процента от пиячите, според правителството, пият епизодично и повече всеки месец, докато 24% правят това на седмична база (Резултати от Националното проучване за наркотиците и алкохола за 2019-2020г.).

През 2019г., според данни от Global Burden of Disease (изследване върху световната тежест на болестта), 4,8% от всички смъртни случаи се дължат на алкохола. Средната продължителност на болничния престой за пациенти с диагнози, свързани с алкохола, се е увеличила от 6 дни през 1995г. на 10,3 дни през 2018г. Това според ирландското правителство предполага, че заболяванията стават все по-сложни и отнемат повече време за лечение.

Проучването Healthy Ireland (Здрава Ирландия), провеждано ежегодно и базирано на национално представителна извадка от над 7000 респонденти, показва, че значителен брой ирландски потребители не са наясно с риска от увреждане на здравето от консумацията на алкохол. Въпреки всичко това европейските и националните асоциации на производители на вино, бира и спиртни напитки са подали официални жалби до Европейската комисия за започване на процедура за нарушение срещу Ирландия.

<https://www.efanews.eu/>



Всяка опаковка с клас за рециклируемост

Опаковките ще попадат в класове от А до Е и от 2030 г. само опаковките, включени в групите А-Д, ще могат да се пускат на пазара

Европа върви към нови по-революционни цели за опаковките. От 2030г. всички опаковки, които се пускат на пазара на ЕС, ще трябва да са за многократна употреба или рециклируеми. Това предвиждат нови изменения в регламент на Европейския парламент и на Съвета. Главната цел на регламента е фокусирана в сектора на пластмасите, което включва изискванията за рециклирано съдържание и забрана на определени видове опаковки.

Всяка страна трябва да успее да изпълни амбициозните екологични цели до 2025 г. да рециклира 77% от пластмасовите бутилки за еднократна употреба и всяка нова бутилка да съдържа 25% материал от рециклирана пластмаса.

До 2030 г. трябва да рециклираме 90% от пластмасовите бутилки за еднократна употреба и всяка нова бутилка да съдържа 30% рециклирана пластмаса. Тези условия са трудно изпълними за 2030 г., а какво да кажем до 2025 г., което е буквално утре.

Всички видове опаковки трябва да преминат през процедура за оценка на рециклируемостта. Така ще се определи в кой клас попадат, за да се гарантира че отговарят на критерия проектиран за рециклиране (DfR – Design for recycling). Опаковките попадат в класове от А до Е. От 2030 само опаковките, попадащи в групите А - D ще могат да се пускат на

Леки, но със съществени ползи

5,9 грама – изключително ниското тегло на бутилката ShoulderFlex бе решаващият фактор за тазгодишното жури да връчи Германската награда за опаковка в категорията „Устойчивост“ на Krones. Това е така, защото ShoulderFlex има решаващ принос за намаляване на въглеродния отпечатък на бутилираните води, като спестява до 50 процента материал в сравнение с конвенционалните 0,5-литрови бутилки за вода на пазара.



Революционната технология може да се използва за производство на бутилки, които са устойчиви и тежат много малко, но предимствата им са очевидни както по време на производство, така и при обработката им. Бутилките осигуряват отлична възможност за поддръждане дори без стабилизиращия ефект на азотно херметизиране и издържат до 40 килограма натоварване.

Едно от ключовите послания във визията на Krones е отговорното използване на опаковъчните материали. И това включва разработване на устойчиви решения за опаковане, които са не само икономични по отношение на ресурсите, но и практични. ShoulderFlex отговаря напълно на тези изисквания – обясняват Мартин Лойстъл и Йохен Форстхювел, и двамата членове на екипа за разработка. – Въпреки по-малките количества PET, необходими за производството им, тези контейнери по никакъв начин не отстъпват на конвенционалните бутилки на пазара, що се отнася до стабилността и удобството.

По <https://www.krones.com/>



ЗНП за българско сирене

И „Българско бяло саламурено сирене“ е признато на 31.07.2023г. от Европейската комисия за Защитено наименование за произход. Това стана с публикуването на Регламент за изпълнение (ЕС) 2023/1571 на Комисията за вписване на наименование в регистъра на защитените наименования за произход и защитените географски указания („Българско бяло саламурено сирене/Bulgarsko byalo salamureno sirene“ (ЗНП)) в Официалния вестник на ЕС, брой L 192 от 31.07.2023 г.

Инициативата за регистрация на наименованието отново е на групата производители Сдружение „Български традиционни млечни продукти“. Това е третото родно географско означение, след ЗГУ „Българско розово масло“ и ЗНП „Българско кисело мляко“, което съдържа името на държавата в себе си. Признанието се получава в изключителни случаи за наименования с широка популярност и доказан международен авторитет.

При ЗНП „Българско бяло саламурено сирене“ очертаваният географски район на производство, също както при ЗНП „Българско кисело мляко“, е територията на Република България, и използваната суровината е мляко само от този район – краве, овче, биволско, козе или смесено.

Традиционното ЗНП „Българско бяло саламурено сирене“ се произвежда с добавка на сим-

биотична закваска от бактерии *Lactobacillus delbrueckii subsp. bulgaricus* и *Streptococcus thermophilus*, както и на закваска от бактерии *Lactococcus lactis subsp. lactis* и *Lactobacillus casei*. Органолептичните качества на продукта се формират освен от приятния млечнокисел вкус от закваската и саламурата, така и от леката ненатрапчива горчивина от разпадните продукти на сложните белтъчни и от някои аминокиселини. Съвкупността от вкуса и аромата от тези компоненти формира „букета“ на сиренето.

След влизане в сила на регламента, само производителите, които произвеждат в съответствие с одобрената продуктова спецификация и това е удостоверено от контролиращо лице – сертифициращо дружество, могат

да използват регистрираното наименование, означението „защитено наименование за произход“ или аббревиатурата ЗНП, както и специалния символ (лого) на ЕС, с който се обозначават продуктите със ЗНП. За целта следва да са преминали процедура по одобрение от МЗХ и да са вписани в регистъра на производителите на дадения продукт на уебсайта на министерството.

Продуктите със защитени географски означения са вид интелектуална собственост и поради това се ползват с особено висока степен на закрила от неправомерна употреба на наименованието, включително посредством двустранни търговски споразумения между ЕС и трети страни.



In memoriam

С тѣга ви съобщаваме, че след кратко боледуване на 23 юни тази година ни напусна професор Йордан Гогов.

Редакционната колегия на сп. ХВП загуби един от най-дейните си членове и активен популяризатор на законодателните и нормативни изисквания, регламентиращи работата на всички звена от хранителната верига. Признат експерт относно качеството на храните той се отличаваше с богата експертиза, благодарение на която винаги можеше да се разчита на неговите експертни оценки и изводи, анализиращи проблемите „от фермата до масата“.

Активен и деен учен, проф. Гогов бе винаги готов да помогне със своята ерудиция и богат практически опит на колегите си, особено на по-младите, тръгващи по трънливия път на хранителната наука. Той учеше студентите от факултета по Ветеринарна медицина към ЛТУ и своите докторанти да бъдат професионалисти, чиито знания почиват на познаване и прилагане на научните факти, на добросъвестност и упорит труд, уважаващи традицията и търсещи новото.

Прецизен до най-малките детайли, професор Гогов не пестеше своите знания и компетентности – качества, които го превърнаха в търсен експерт, който подпомагаше дейността на държавните органи при създаване на законодателно-нормативната база и в извършване на контрола за безопасността на храните. Той бе безценен консултант за производителите на храни и напитки при разрешаване на актуалните задачи, поставяни от динамично променящите се условия в сектора.

Професор Гогов винаги се стремеше да съдейства със своите актуални и компетентни статии списание ХВП да е в крак с актуалните теми. На страниците на списанието бяха публикувани десетки негови прецизно написани статии. Като член на редколегиата той винаги бе готов да помогне с компетентен съвет или с обективна рецензия на постъпващи научни материали. Със своите знания и практически опит винаги е сътрудничил на редакцията не само в издателската ѝ работа, но и в немалкото съпътстващи дейности.

Със загубата на професор Йордан Гогов редколегиата на списание ХВП загуби един от своите стожери, чиято помощ и подкрепа винаги ще ни липсват.



**Поклон пред делото и паметта на професор Йордан Гогов!
Сп. ХВП**



Стратегията „От фермата до трапезата“ на обществено обсъждане

Министерството на земеделието и храните публикува за обществено обсъждане проект на Националната програма за действие за принос към изпълнение на целите на Стратегията „От фермата до трапезата“ до 2030 г. Стратегическият документ е разработен съвместно с Аграрен институт - Пловдив и е в изпълнение на Реформа

Сб.Р1 „Актуализиране на стратегическата рамка на аграрния сектор“ по Компонент 6 „Устойчиво селско стопанство“ на Националния план за възстановяване и устойчивост.

В Програмата са формулирани стратегически цели и мерки за тяхното постигане, които ще допринесат за изпълнение на целите на Стратегията „От фермата до трапезата“.

Програмата допълва и надгражда стратегическата рамка за управление на аграрния сектор, регламентирана в Националната програма за развитие България `2030. Определени са инструменти, мерки и дейности, свързани с изпълнение на ангажиментите, допринасящи за опазване околната среда, биоразнообразието и природните ресурси, и за повишаване на адаптивността спрямо изменението на климата за периода до 2030 г.

Националната програмата е съобразена с провежданата през последните години политика в аграрния сектор, основаваща се на производство, щадящо околната среда и изграждане на устойчиви производствени хранителни системи.

Проектът на Програмата е публикуван за обществена консултация на интернет страниците на Министерството на земеделието и храните и на Аграрен университет – Пловдив. Крайният срок за предоставяне на предложения от страна на заинтересованите лица е до 28 септември 2023 г. С документа може да се запознаете на <https://www.mzh.government.bg/>

ФНТС ВИ ПРЕДЛАГА

КОМПЛЕКСНИ УСЛУГИ:

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

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

Спестете време, средства и енергия като се възползвате от комплексните услуги на Федерацията и удобните зали от 14 до 250 места, в центъра на София.

ЗАПОВЯДАЙТЕ ПРИ НАС!



Зала №3



Зала №4

Зала, брой места	Само за делнични дни	Делнични дни		Почивни и празнични дни	
	до 2 часа	до 4 часа	над 4 часа	до 4 часа	над 4 часа
Зала №1 (85 кв. м)	143 лв.	270 лв.	372 лв.	372 лв.	468 лв.
Зала №2 (40 места)	143 лв.	258 лв.	354 лв.	354 лв.	408 лв.
Зала №3 (90 места)	228 лв.	342 лв.	432 лв.	432 лв.	501 лв.
Зала №4 (250 места)		510 лв.	650 лв.	650 лв.	775 лв.
Зала №105 А (54 места)	130 лв.	240 лв.	354 лв.	354 лв.	408 лв.
Зала №108		83 лв.	107 лв.	107 лв.	162 лв.
Зала №109 (до 27 места)	102 лв.	126 лв.	168 лв.	168 лв.	228 лв.
Зала №302 (14 места)	78 лв.	107 лв.	144 лв.	144 лв.	198 лв.
Зала №312 (до 25 места)	102 лв.	126 лв.	168 лв.	168 лв.	228 лв.
Зала №315 (14 места)		83 лв.	107 лв.	107 лв.	162 лв.
Зала №507 (20 места)	86 лв.	114 лв.	156 лв.	156 лв.	210 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

УХТ и университет Гайзенхайм за дългосрочно партньорство



Провеждане на летни академии за студенти и докторанти, мобилност на преподаватели и изследователи и подготовка на съвместни научни проекти са сред възможностите за сътрудничество между УХТ и Университет Гайзенхайм в Германия. Те бяха дискутирани по време на срещите на ректора на УХТ, проф. Пламен Моллов и председателя на ОС доц. Кирил Михалев с проф. Анете Райнеке, вицепрезидент на Университет Гайзенхайм и проф. Кристоф Шайнгас, зам.-директор на Института за изследване на напитките и анализ на вината. Осъществено в края на юли посещението бе по личната покана на президента на Университет Гайзенхайм проф. Ханс Райнер Шулц, с който проф. Моллов проведе работна среща в началото на юни в рамките на 21-та Генерална асамблея на Международната организация по лозата и виното.

След официалната церемония по подписването на меморандума за сътрудничество между двата университета, представителите на

ръководството на УХТ посетиха пилотните експериментални бази на Института по енология и на Института за изследване на напитките и анализ на вината. Именно в лабораториите на последния институт, преди повече от 30 години, се е провела първата научна специализация на проф. Моллов в чужбина – любопитен факт, който бе приятна изненада за домакините. От своя страна проф. Моллов сподели възхищението си от грандиозното развитие, което е претърпял някогашният институт. Само за последните няколко години правителството на провинция Хесен е инвестирало почти 110 млн. евро в изграждането и оборудването на нови учебни корпуси, пилотни центрове и аналитични лаборатории.

Посещението продължи с участието на проф. Моллов и доц. Михалев, като официални гости, в промоцията на абсолвентите от випуск 2023 г., която традиционно се провежда в

ритуалната зала на историческия винарски манастир Ебербах в Ентвил. По време на академичното тържество бяха връчени бакалавърски и магистърски дипломи на 162 абсолвенти, включително чужденци.

Създаден преди 150 години като научно-образователен център по овощарство и лозарство, днес Университет Гайзенхайм е водещият в Германия и един от най-авторитетните в света винарски университети. Освен провеждането на обучение по собствени бакалавърски и магистърски програми в областта на винопроизводството и винарския бизнес, участва и в редица международни образователни консорциуми, като *Vinifera EuroMaster*, *VITIS-VINUM* и др. Наред с традиционните направления, понастоящем се развиват и нови специалности в областта на безопасността на храните, логистиката в хранителната верига и винения туризъм.

В Пловдив въвеждат нов софтуер „Дигитален университет“

Дигитализацията на УХТ-средата продължава в изпълнение на оперативна мярка 1.5 от Мандатната програма (2020-2023). Съвместно с А1 се внедрява нов специализиран софтуер под наименованието **„Дигитален университет“**.

Очаква се софтуерът съществено да ускори дигитализирането на процесите. Към настоящия момент са прехвърлени основните масиви от системата за управление на работните процеси (студентски досиета, учебни планове, протоколи, оценки). Създават се нови модули за КСК, за мониторинг и администриране на дейностите по настаняване в студентски общежития. През летния семестър на учебната 2022/2023 година успешно бе апробиран модулът за стипендии (кандидатстване и класиране). Дигиталният университет разширява възможностите за взимане на информирани управленски решения.

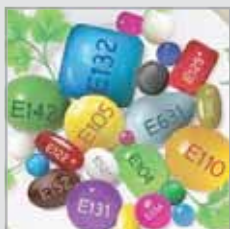
Предвижда се от началото на новата учебна 2023/2024 година поетапно всички процеси да се осигуряват в рамките на новата платформа. Голямото предимство е съгла-

суването на нейния софтуер с тези на МОН, Националният център за информация и документация (НАЦИД), Националната агенция за оценяване и акредитация (НАОА) и облекченият трансфер на данни към тях, както и предвидената поддръжка и възможности за надграждане. С въвеждането на новата система УХТ се нарежда сред малкото държавни университети, които ще изпълнят въведеното нормативно изискване, в сила от учебната 2023/2024 г., за водене и съхраняване на главната книга в електронен вид. На практика, за новоприетите студенти, ангажиментът на изпитващия преподавател ще приключва с електронно попълване и подписване на изпитния протокол.

Със Заповед № 580 от 28.08.2023г. за поетапното въвеждане на платформата „Дигитален университет“ може да се запознаете на сайта на Университета. С нея се определят администраторите на системата, затварянето на действащата СУРП от 05.09.2023 г., мигрирането на данни до 15.09.2023 г., провеждането на обучения за използването на новия специализиран софтуер.

Преглед на текущите данни за безопасността на хранителните ароматизанти

Безопасността на храните винаги е била основен приоритет за индустриите. В света са одобрени над 3000 вида безопасни добавки за консервиране, оцветяване, ароматизиране или съгъстяване на хранителни продукти. За много от тях в последните години се налагат ограничения, поради установяване на неочаквани неблагоприятни ефекти. В нашето съвремие хранителните продукти често включват естествени или изкуствени ароматизанти. Потреблението им се е увеличило значително през последните години, а информацията за здравните последици от това е оскъдна. Необходими са по задълбочени познания за ароматизантите като добавки в храните, които да помогнат на производителите да разработват по-безопасни хранителни, фармацевтични и козметични продукти.



1. Въведение

Хранителните ароматични вещества са необикновен клас хранителни съставки, които се превърнаха в основен елемент на почти всички хранителни продукти, независимо дали се предлагат пресни или преработени. Оригиначните свойства на ароматичните вещества са признати от много национални и наднационални регулаторни органи, които ги изключват от всяка законодателна дефиниция на добавки в храните, като по този начин ги изключват и от законодателството за добавки в храните. (Muthusamy Ramesh, 2020)

Според дефиницията на чл. 3 на Регламент (ЕО) № 1334/2008¹ на Европейския парламент на Съвета, „ароматизанти“ са продукти, които:

- ▶ не са предназначени за консумация като такива, а се влагат в храни, за да им придадат мирис и/или вкус или да променят мириса и/или вкуса им;

- ▶ са произведени или се състоят от следните категории: ароматични вещества, ароматични препарати, термично преработени ароматизанти, пушилни ароматизанти, ароматични прекурсори или други ароматизанти или смеси от тях.

Ароматизантите произхождат от растителни, животински или синтетични източници и могат да придадат специфичен вкус или мирис на продуктите.

Ароматите и вкусът са жизненоважни органолептични характеристики, които влияят пряко на решението и избора на потребителите. На пазара вече се предлагат много аромати (ванилия, ягода, шоколад и др.), които влизат в състава на атрактивни и здравословни хранителни продукти. Потребителските изисквания и очаквания обаче продължават да нарастват. Потребителите очакват от хранителните технологии богато разнообразие на вкусове, аромати и цветове и това не е нова тенденция. Още в древността хранителните продукти

¹ 1 Регламент (ЕО) № 1334/2008 на Европейския парламент и на Съвета от 16 декември 2008 година относно ароматизантите и определени хранителни съставки с ароматични свойства за влагане във или върху храни и за изменение на Регламент (ЕИО) № 1601/91 на Съвета, регламенти (ЕО) № 2232/96 и (ЕО) № 110/2008 и Директива 2000/13/ЕО, ОJ L 354, 31.12.2008, р. 34–50

приложима само за химически дефинирани ароматични вещества, чиито структури могат да се използват за поставяне на всяко вещество в структурен клас от свързани съединения.

Международната организация на производителите на ароматизанти (IOFI), основана през 1969 г., със седалище в Брюксел, представлява световната индустрия главно в дейности, които осигуряват доставка на безопасни аромати (IOFI, 2003). Действателно пряко и чрез своите членове, IOFI предоставя на индустрията, нейните клиенти, правителствени агенции и потребители солидна научна информация и обучение за насърчаване на ползите и безопасната употреба на аромати. (Schrankel, 2004)

Ароматичните вещества в хранителните продукти са освободени от специфично етикетироване по име. Те се етикетират общо като „съдържа аромат“. Този факт накара индустрията да продължи да използва положителни списъци с одобрени ароматични вещества като средство за защита на общественото здраве, като в същото време предоставя важна информация за употребата на ароматични вещества както на регулатора, така и на потребителя.

Ароматизиращите вещества имат особени характеристики, които ги отличават от другите добавки, а това води до необходимостта от алтернативен подход за оценка на тяхната безопасност при употреба. Тези характеристики включват факта, че се използват голям брой химически дефинирани ароматични вещества. Ароматичните вещества с подобни химични структури могат да бъдат комбинирани в малък брой химични групи, което прави ненужно всяко вещество в групата да се подлага на токсикологични и метаболитни изследвания. Поради своята специфична употреба, ароматичните вещества се използват в ниски концентрации и са самоограничаващи се в употребата си, което води до ниска експозиция на хората. / (Gooderham, 2020)

В света са налични много *in vitro* и *in vivo* анализи за мутагенност и генотоксичност, които се прилагат и за тестване на ароматични вещества. С оглед на дългата история на безопасна употреба на естествено извлечени и синтезирани аромати в хранителните продукти, важно е да се отбележи, че само много малък процент (2%) от оценените ароматични вещества са положителни за мутагенност или генотоксичност.

През 2022 г. в Япония са изследвани за генотоксичност 30 вида изкуствени ароматизанти, които не са били оценявани до сега. Тези химични вещества са категоризирани в 18 класа въз основа на техните структурни характеристики. В това изследване, при всички тествани химични съединения не са установени причини за опасения по

отношение на генотоксичността. Разглежданите изкуствени ароматизанти (при липса на други структурни модификации) са показали пълна безопасност при употреба. (Honma, 2022)

По отношение на оценката на експозиция на добавките в храни, в това число и ароматизанти, у нас има известен опит. Реалният прием на добавки в храната на българския консуматор е изследван чрез анкетния метод с разработване на въпросници, отправени към всички клонове на хранителната промишленост. Изчислено е средното годишно и дневно *per capita* постъпление на отделните добавки: консерванти – бензоена, сорбинова, аскорбинова киселини; синтетични подсладители, натурални и синтетични оцветители, органични киселини, соли, нитрати, нитрити, полифосфати, ароматизанти, емулгатори, желеращи вещества. Приемът на добавки не надвишава подбраните дневни допустими стойности (които са най-ниските в съответната функционална група) както за средния консуматор, така и за „екстремния“ консуматор (95-и перцентил) т.е. няма риск за здравето от употребата на разрешените в страната добавки в храната. (Р. Вачкова, 2018)

В заключение трябва да се подчертае необходимостта от оценка на безопасността на разрешените за влагане в храните ароматизанти за специфичните групи от населението - малки деца, деца, юноши, възрастни и стари хора. Тази оценка може да покаже истинското състояние на проблема за безопасността им. Значителна е ролята и на контрола, насочен към спазване на изискванията на действащите в страната наредби относно видовете разрешени ароматизанти и нивата на тяхната употреба.

Използвана литература

- Debeuckelaere, W. (2016). Retrieved from Science direct: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2214799315001770>
- Gooderham, N. J. (2020). *Critical Reviews in Toxicology*. Retrieved from <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/10408444.2020.1712589>
- Honma, M. (2022). Retrieved from Science direct: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2214750022001093>
- Muthusamy Ramesh, A. M. (2020). Retrieved from Science direct: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/B9780128115183000016>
- Schrankel, K. R. (2004). Retrieved from Science direct: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0300483X04000927>
- Theobald, A. (2012). Retrieved from Science direct: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0924224412001185>

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

Панакота с горски плодове

Подготовка: 25 мин.

Готвене: 1 мин + 3 ч. охлаждане

Необходимии продукти за 8 порции:

1 л течна сметана
50 г френско грозде
50 г горски ягоди
50 г боровинки
50 г малини

40 г желатин на листа
250 мл мляко
1 пръчица ванилия
200 г захар

Начин на приготвяне:

Сложете желатина да се разтопи в студена вода за около 10 мин. Междувременно кипнете млякото с ванилията и захарта, прецедете и добавете желатина. Разбийте добре. Оставете да изстине и после прибавете много деликатно разбитата сметана и половината от горските плодове. Изсипете сместа във формата и я оставете да се охлади поне 3 часа в хладилник.

Сложете за малко в топла вода формата, преди да отделите панакотата. Сервирайте в подходяща чиния и украсете десерта с останалите плодове.

Подходяща напитка: червено вино, десертно шампанизирано вино

Апетитни варианти:

* За да направите панакота с шоколад, добавете 50 г горчиво какао на прах с 50 г захар и използвайте само малини.

* Запечете 100 г кедрови ядки и ги прибавете към украсата.



INTRAMA
www.intrama-bg.com

Комплексни решения
за ХВП и търговията



Опаковане Оборудване
Етикети Сервиз & Софтуер

Tea trading 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

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

„Унистър“ ООД

Специалист в
проектиране,
доставка и
инсталиране
на промишлени
прахоуловители и вакуумни
инсталации



София 1421,
Ул. „Крум Попов“ 75
Тел. 02-9632799, 0888511558
www.unister.bg

**Глътка ободряващо
удоволствие за теб**



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

**Университет
по хранителни
технологии**

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

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

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

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

**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

**Хлебопроизводство и
сладкарство ЕООД -
Троян**

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



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

**ЗАХАРНИ
ЗАВОДИ**
Първи Сладкарци

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

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

САЛОН ЕООД

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



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



„Бай Бисер“ ЕООД

Производител на
закуски и тестени
изделия

www.baibiser.bg



SMART
ОРГАНИК

Водещ производител
и дистрибутор
на био храни

1619 София, ул. „Дамяница“ 6
www.smartorganic.bg

Магимекс ООД

Производство на
„Къпани кори“ за
баница, тесто,
палачинки и др.

1756 София
кв. Симеоново, ул. 201, № 12
www.magimex.eu



сушени зеленчуци
и подправки

www.bulgarluk.com



„Алианс Агрикол – АЛАГ“ ООД

Производство
на угоен дроб, месо и
термично преработени
продукти от патици
и гъски

www.alag.bg

Кремио ЕАД



Производство
на мляко и млечни
продукти

www.myday.bg

**Пименс
ООД**



Производство
на птиче месо,
разфасовки, субпродукти

Стражица, ул. „Иван Вазов“ 1
06161 3443; 0888 331705;
0896 661906

ПРЕСТИЖ

Лидер
в производството
на бисквити, вафли
и мини кейкове

www.prestige96.bg



„Храни и напитки
България“

Сдружение
на производители на
храни и напитки
в България

www.fooddrink.bg/bg



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

www.tandem.bg



АСОЦИАЦИЯ НА
ПРОИЗВОДИТЕЛИТЕ
НА БЕЗАЛКОХОЛНИ
НАПИТКИ В БЪЛГАРИЯ

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



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

<https://pivovari.com/>



IFP
Bulgaria

МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР
ПЛОВДИВ

със съдействието на

VIVACOM

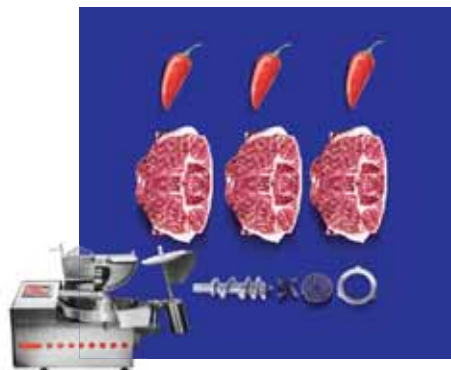
77-ми МЕЖДУНАРОДЕН ТЕХНИЧЕСКИ ПАНАИР

 **14 - 17**
СЕПТЕМВРИ 23

www.fair.bg



МЕСОМАНИЯ



БУЛПЕК



MEATMANIA

08-11
НОЕМВРИ
2023



СВЕТЪТ НА
МЛЯКОТО



ИНТЕРФУД
& ДРИНК



WINE
&
SPIRITS
SHOW

THE WORLD
OF MILK

BULPEK

INTERFOOD
& DRINK

WINE
&
SPIRITS
SHOW