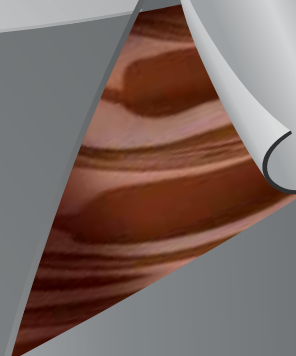


ХВП

www.fpim-bg.org

ХРАНИТЕЛНО-ВКУСОВА ПРОМИШЛЕНОСТ

5/2015



Almer



Packaging, Food Process & Ingredient Solutions

www.almer-bg.com





VII Национален конкурс за най-добра опаковка

PRIZE PACK „ПРИЗ ПАК 2009“



Целта на конкурса е да бъдат отличени и популяризирани иновативни опаковки за храни и напитки, и опаковъчни материали. Те трябва не само да представят опакованите храни по най-добрия начин, но и със своите качества да гарантират безопасното и функционално съхранение, удобно транспортиране, възможност за многократна употреба, рециклиране или унищожаване на опаковката без замърсяване на околната среда.

Подробни условия за участие в конкурса очаквайте в следващия брой на сп. ХВП и на сайта ни

www.fpim-bg.org

Каталог „Хранителна и питейна индустрия в България – 2015“

От началото на века, за седми пореден път Кооперация „ХВП“ подготвя актуализиране и преиздаване на каталог „Хранителна и питейна индустрия в България“.

Цялата информация се публикува на български и английски език!



**НЕ ПРОПУСКАЙТЕ ВЪЗМОЖНОСТТА ДА ВИ ИМА В ПРЕДСТАВИТЕЛНИЯ
КАТАЛОГ НА ХРАНИТЕЛНАТА ПРОМИШЛЕНОСТ В БЪЛГАРИЯ!**

Краен срок за заявяване на участие и изпращане на материали в издателството
01 август 2015 г.

Повече информация и заявки на www.fpim-bg.org



Рецептата за успех...



IOI EDIBLE OILS

КУВЕРТЮРНИ И ПЪЛНЕЖНИ МАЗНИНИ ЗА ВАШИТЕ ИДЕИ

COUVA®

Нелауринови мазнини за производство на кувертюр, подходящ за тунквани изделия - вафли, бисквити, дражета

COUVA 850®

Специална нехидрогенирана кувертютна мазнина с 0% транс-мастни киселини за шоколадови и захарни изделия

DURKEX®

Стабилни нелауринови мазнини за меки пълнежи, течен шоколад

BISCUITINE®

Многофункционални нелауринови мазнини с широко приложение за вафли, бисквити, сладкарски изделия, пълнежи

PRESTINE®

Специални нелауринови мазнини за решаване на проблеми с масления цъфтеж в шоколадови продукти

CREAMELT®

Специални нелауринови мазнини, напълно съвместими с какаовото масло, за темперирани пълнежи за шоколадови бонбони, десерти с пълнеж и крем

Съдържание

Година LXIV
Брой 5/2015

Накратко за добавките в храните	5
Всичко е в дозата!	6
Винената олимпиада през 2016 г. в България	10
На гости при съседите	12
ЕК за новия начин на етикетиране на храни	14
Без ИТ няма процес	15
Професионално за качеството на храните	18
АроматаГруп се „разтроява“, за да продължи да се разраства	21
10-те водещи тенденции при храните	23
Изследване на относителната производителност на ултрафилтрационни мембрани в зависимост от работното налягане и обработваната течност	25
Технологично качество на генотипове твърда пшеница, реколта 2013	29
Бизнессправочник	37



Фирми, представени в броя:

Алмер
Артемис
ANUGA
Вариати
Вени и Ко
ИВА
ИФО дизайн
К Е Груп
КУК България
Международен панаир
Пловдив
ТЕА Трейдинг
Пантелей Тошев
RIGAFOOD
ЦСБ Систем България



Национално научно-приложно списание

Издава © КООП „ХВП“

Със съдействието на Съюз по хранителна промишленост към ФНТС, УХТ Пловдив и Селскостопанска академия към МЗХ

Редакция:

проф. г.т.н. Валентин Бъчваров,
ст. н. с. г-р Веселка Дулева гм, доц. Георги Джатов,
проф. Йордан Гогов, г-р Лидия Михайлова,
г-р инж. Магдалина Гаджева, инж. Майя Стойчева,
инж. Милчо Бошев, доц. Пантелей Денев,
г-р Светлана Минкова,
проф. г.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 Бана, бул. „Николай Хрелков“ 2 А
тел.: 02/ 957 88 05, 957 86 76

Препечатването е разрешено с позволение 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, „Доби прес“, РП.

Абониране в редакцията през цялата година !



FOOD PROCESSING INDUSTRY MAGAZINE
ISSN 1311-0179

National issue for science and practice

© Publishing house

„Hranitelno-vkucova promishlenost“

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

Editorial board:

Prof. D. Sc. Chavdar Damianov, Assoc. Prof. George Djatov,
Prof. Jordan Gogov, Ph.D. Veselka Duleva,
Ph.D. Lidia Mihaylova, Dipl.eng. Maia Stoicheva,
Ph.D. eng. Magdalina Gadjeva, Dipl.eng. Milcho Boshev,
Assoc. Prof. Panteley Denev, Ph.D. Svetlana Minkova,
Prof. D. Sc., Ph.D. Valentin Batchvarov

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



Здравейте, уважаеми читателю,

Наскоро на една среща на производители на храни стана въпрос за това, че напоследък по медиите все повече се срещат некомпетентни писания и изказвания по отношение на добавките в храните. Болката на присъстващите бе, че няма кой да отговори компетентно на тези писаници. Та в този контекст зададох въпрос на един професор от УХТ „Какво би представлявал днес един магазин за храни ако ги нямаше прословутите Е-та?“. На което той ми отговори с контравъпрос „Ти ял ли си като дете захарно пестле?“. На утвърдителния ми отговор последва втори въпрос „Какво беше на цвят?“, на който логично отговорих „Червено“. Е, рече професорът, значи още като дете, преди в Европа да са помисляли за ЕС, вече си консумирал Е-та. За мое съжаление въпросният професор не пожела да сподели своите мисли по тази важна за производителите на храни тема, но за мен бе достатъчен този разговор, за да се уверя, че идеята на сп. ХВП да поговорим за Е-тата, да се опитаме да отговорим обективно на хилядите нападки срещу съвременната хранителна индустрия, е правилна. Ние сме готови да дадем трибуна на всеки, който компетентно иска да вземе становище по темата, която повдигаме в този брой. Защото въпреки всичко, старата максима „Съединението прави силата“ все още не е изчерпала своята правдивост. А ние не веднъж сме писали, че само обединен, отрасълът, без който е трудно да си представим живота на съвременния човек, може да защити интересите си – както от политически и институционални своеволия, така и от всички, които без да си дават реална представа за света, в който живеем, пълнят главите на хората с какви ли не недомислици. Зная, че това е трудна задача. Ние, от списанието, я изпитваме винаги, когато се опитаме да направим нещо добро за общото благо на ХВП в България, разчитайки на солидарността на представителите на този бизнес у нас. Но въпреки това ще се стремим и в бъдеще да отстояваме интересите на българския производител на храни и напитки. Ако и вие ни помогнете, ще стане по-лесно.

Накрая бих искал да ви напомня, че започна подготовката за преиздаване на двуезичния Каталог „Хранителна и питейна индустрия в България – 2015“, който трябва да излезе в края на септември. Не пропускайте да заявите, че ви има. Включете се в това уникално за страната издание.

И още нещо – преди години, сп. ХВП инициира и в партньорство с колегите от „Виа Експо“ и „АЛМИ ТЕСТ“ успяхме да организираме и проведем шест поредни години Национален конкурс за най-добра опаковка „Приз Пак“. Днес, като отчитаме важноста на опаковката за хранителната промишленост, решихме да възродим този конкурс. Вярваме, че ще оцените важноста на това начинание и всеки, който смята, че има иновативни опаковки, с които може да се покаже пред света, е добре дошъл в Седмото издание на нашия конкурс.

Приятно четене и нека бъдем партньори,

Петко Делибеев
гл. редактор

Content

Year LXIV
Issue 5/2015

Briefly for food additives	5
Everything is in the dose!	6
Wine Olympiad in 2016 in Bulgaria	10
Visit the neighbors	12
EU for the new way of food labeling	14
Without IT will not the process	15
Professional for food quality	18
AromataGrup is divided in three for continue to grow	21
The Top Ten Food Trends	23
Investigation of permeate flux of ultrafiltration membranes depending on the working pressure and treated liquid	25
Technological quality of genotypes durum wheat, harvest 2013	29
Businessguide	37



*Companies represented
in the issue:*

Almer
Artemis
ANUGA
CSB System Bulgaria
IBA
IFO Design
KE Group
KUK Bulgaria
Pantelei Toshev
Plovdiv International Fair
RIGAFOOD
TEA Trading
Variati
Veni & Ko



Накратко за добавките в храните

**Проф. д-р Веселка Дулева, дм
Национален център
по общественото здраве
и анализи**



Добавките в храните, които са с Е номер, са сред най-строго регулираните в Европейския съюз, а и в света. Приетите от Европейската икономическа общност ранни директиви за хранителни добавки (1910-1930 год.) са едни от първите хармонизирани мерки в европейското законодателство по храни. Добавките в храните (Food Additives) са вещества от натурален или изкуствен произход, които обикновено не се използват самостоятелно като храна и не са преобладаваща съставка при производство на храни, независимо от това дали имат хранителна стойност. Те се добавят допълнително по технологични съображения при производство, обработка, опаковане, транспорт или съхранение на храната и остават като нейна съставка, дори и в променена форма. Разрешени за влагане в храни са добавки в храните, които имат доказан и приемлив технологичен ефект, не представляват опасност за здравето на консуматорите в нивата, в които се използват и които са разрешени на база съществуващи научни доказателства. Основната цел на научните експертни изследвания е определяне на Допустими нива за дневен прием Acceptable Daily Intakes (ADI) – оценено количество на дадена субстанция в храни или напитки, представено на база телесно тегло, което може да бъде прието с консумираната храна за деня през време на целия живот без забележим риск за здравето. Вещество, одобрено за използване като добавка в храните, е с определен номер, който се предшества от представка “Е”.

Е-номерата на добавките в храни са включени в законодателните документи на Европейския съюз, използват се и при етикетирание на храните. Разрешаването на всяка добавка в храните се извършва въз основа на сериозни научни изследвания и при наличие на научни доказателства за безопасност. Допуснатите добавки в храните, трябва да отговарят и на определени специфични критерии за чистота, които също са обект на регулаторни документи. Европейският орган по безопасност на храните (EFSA) извършва оценка на безопасността на нови добавки в храните преди те да бъдат разрешени за използване в ЕС. В момента EFSA извършва отново систематична оценка на всички разрешени в Европейския съюз добавки в храните.

За гарантиране здравето на потребителите всички разрешени добавки в храните, дозите им и групите храни, в които могат да се влагат, се регулират от европейските законодателни документи, които се прилагат във всички страни-членки на Европейския съюз, вкл. и в България. Тяхната безопасност е оценена от EFSA или от нейния предшественик Научният комитет по храни (SCF) преди да бъдат допуснати за използване в храни.

За осигуряване на информация на потребителите относно наличието в състава на храните на добавки в храни е въведено изискването при етикетирание на храните да се изписва наименованието на категорията и след това наименованието на съставката или нейния Е-номер. Ако съставката спада към повече от една категория, тя носи наименованието на тази категория, която съответства на основното ѝ предназначение в съответната храна. Добавките в храните се етикетират по ясен, четлив и незаличим начин.

От редакцията

Едва ли може по ясно и концентрирано да се обясни що е то добавка и има ли почва в хранителната индустрия. По-важното е, че проф. Дулева твърди: „Добавките в храните, които са с Е номер, са сред най-строго регулираните в Европейския съюз, а и в света...“ Затова всички тези модерни антиЕ-мании, писане на разни небивалици в медиите, са най-малкото безсмислени. Защото можете ли да си представите рафтовете в хранителните магазини ако липсваха достиженията на хранителната наука? Трудно. А връщането назад към природата е много хубаво, но какво ще стане ако над половин милиард жители на ЕС се върнат назад към природата? Да не говорим за 7 млрд и половина население на Земята. Вярно, че част от него си е още там, при природата, но всички знаем статистиките за смъртността поради недохранване.

Затова в следващия материал ви предлагаме и гледната точка на производителя на добавки, неговото мнение по темата.



Всичко е в гозата!



Темата за добавките в храните ме отведе при един български производител, който от години помага на производителите за по-добро качество на техните храни и напитки – да имат хубав цвят, да миришат хубаво и да са с добър вкус... А от десетина години той е сред малкото български производители, които имат собствено производство и номенклатурата на ароматите, оцветителите и др. добавки, които предлага, днес покрива почти цялата хранителна и питейна индустрия.

Както казва моят събеседник: „Затова и се постарахме да направим в тази база едно универсално производство, универсално поне за България и така да сме полезни на бизнеса. Защото винаги има проблеми – цвят, вкус, мирис, да може ние да се опитаме с нашите възможности и опит, натрупан вече над десет години в производството, да помагаме, надявам се все по-успешно. Що се отнася до износа ни в чужбина, там се специализираме повече в напитките и ароматите, от които съм тръгнал преди време и затова експортно се развиваме в това направление.“

С тези думи започна диалогът ни с Пантелей Тошев, собственик и управител на едноименната фирма, която от известно време е в нова сграда. Но аз побързах да му задам въпроса на броя: Можете ли при вашата 20-годишна история да си представите света днес без всички тези постижения на хранителната наука?

Дискусията е много дълга. Тя е откакто свят светува, защото според мен ние сме това, което ядем. А тук всеки е отговорен сам за себе си. Но в много ограничена рамка, тъй като светът се разширява, глобализацията е огромна и, вървейки напред, не може днес всеки да си вземе една градинка и да се върне в праисторическата епоха – сам да си сади домати, сам да си отглежда животинки... Какво ще се получи? Естествено, че не мога да си представя живота без съвременната хранителна индустрия. И това е напълно нормално, защото в момента сме колко – 7 милиарда – и отиваме към осем. Това население без хранителна наука е обречено на гибел в буквалния, физически смисъл на думата.

Освен това, откакто свят светува хората се стремят да си запазват храната, понеже в по-голямата част от света има климатична цикличност. Храните се произвеждат в определен период от годината, но човек иска да се храни 12 месеца и то пълноценно... И още нещо: Колко е била продължителността на живота тогава и колко е сега? Ако това, което ядем днес ни убива, би трябвало тази пропорция да е негативна. Говорим за култура на хранене, култура на живеене, на лечение. Може да отричаме всичко, но тези приказки в по-голямата си част са буря в чаша вода.

И накъде отиваме тогава?

Пак повтарям – човек е това, което яде. Но

днес трябва да се съобразява с нормативните документи, които са базирани все пак на една сериозна наука. Европейският съюз е не само една от люлките на цивилизацията, но в съвременното време е флагман на интелигентност, на иновативност, един от центровете в света, където хората живеят най-дълго, най-качествено и най-много следят за това, с което се хранят. Има цели институции, хиляди хора, които се занимават с тези неща. Не говоря за хранителни добавки, а за добавки в храните. Знаете, че тук разликата е огромна. Хранителната добавка променя физиологията на човешкия организъм, а добавката в храните помага за подобряване качеството на храната – било то вкус, стабилност, годност – все познати процеси. От хилядолетия хората използват оцетни киселини, за да могат да запазват храната си, да живеят покомфортно и да се хранят пълноценно, да могат да работят по-интензивно и т.н. Така че този въпрос е дълбоко философски и не може с лека ръка да се казва „Има Е“ – ами повечето Е номера са натурални, повечето Е-та са по-качествени като продукти, като структура, отколкото някои храни. Един пример – защо например захарта няма лимит? Малко хора знаят, че 2 кг. е леталната доза за захарта. Но човек обикновено консумира 40-50 грама захар на ден. Е, някои стигат до 200 грама, т.е. само десет пъти по-малко от леталната доза. В същото време всички изкуствени подсладители са строго лимитирани. А определянето на средната допустима доза е плод на сложен процес на дългогодишни опити и наблюдения. Тя е 100 пъти по-малка от пределно допустимата дневна доза за човешкия организъм. И човек дълги години може да я консумира всеки ден. Но такива примери има стотици. Така че не може да се подхожда от позицията **Всичко, което има Е е лошо, което няма, е добро**. Но да се върна към въпроса Ви – колко продукта ще останат на рафтовете в магазините за храни – на повечето рафтове нула.

Фирмата Ви е известна с активна иновативна дейност. Имате и отличия за това. Какво е водещото при вас когато търсите и създавате нови продукти?

Водещо на първо място е желанието на нашите клиенти. След това идва съобразяването със съвременните тенденции за здравословно хранене. Винаги се стремим продуктите да бъдат от естествени източници. Не говоря дали имат Е. И хлорофилът – зеленият оцветител от спанак, и той има Е-номер, и продуктите от люспи на червено грозде, антоцианите – те са едни от най-добрите антиоксиданти и ние сме много навътре в тази материя. Дават ги като добавки и хората се чувстват изключително добре когато ги консумират, дори във вид на таблетки. Така че се водим от тези критерии – търсенето на клиентите. Разбира се аз мога да им подкажа, понеже имам огромен опит. Ние например имаме и продукти с чист етикет. Ако някой иска чист етикет, готови сме да го направим. Нашата фирма е първата, разработила преди няколко години емулсия за безалкохолни



www.anuga.com
TASTE THE FUTURE



10 TRADE SHOWS
IN ONE



Вашият билет за света на храните и напитките

Сбрани на едно място, за да Ви впечатлят:
международните новости и тенденции в бранша.

Като най-голямото и най-значимо изложение за храни в света и през 2015 г. Anuga впечатлява с разнообразие от международни изложители.

Десетте специализирани изложения на Anuga фокусират интересите на изложители и посетители. Очаквайте изискани вечерни събития, вдъхновяваща съпътстваща програма и тенденции, които диктуват бъдещето.

Кьолн, 10.–14.10.2015 г.

Купете билет за вход онлайн сега и
спестете до 44 %: www.anuga.com/tickets

Представителство на Кьолнски
панаир в България
Германо-Българска
индустриално-
търговска камара
ул. Ф. Жолио-Кюри 25 А
1113 София
Тел. +359 2 81630-32
Факс +359 2 81630-19
ilia.todorov@ahk.bg





напитки изцяло от натурални продукти, без синтетични добавки. Това е световна новост – само екстракти от растения и натурални цитрусови масла. Вече има и други, които започнаха след нас, но продуктите са скъпи и много по-трудно се налагат на пазара.

С това може ли все пак да успокоим привържениците на т.нар. природосъобразно хранене, с тези ваши продукти?

Да, можем напълно да ги успокоим. Ние може да се съобразяваме с изискванията за природни продукти, да ги препоръчваме, да се съобразяваме с традициите на регионите, да направим много добър продукт. Въпросът е пазарът след това дали ще го приеме. Ние можем да извлечем полезни компоненти от всякакви източници. Ето например разработихме уникална технология за известния мурсалски чай. Уникален продукт, с много добри свойства, съвместно го разработихме с колеги от УХТ. И наши клиенти направиха студен чай – билкова напитка на негова основа – според мен с много добри качества и я пуснаха на пазара. За съжаление, не можа да се наложи така както очаквахме. В сравнение с продажбите на традиционните зелен и черен чай не може да се сравнява поради простата причина, че там има много пари за реклама. Страшно конкурентен е този пазар и водещите имена в индустрията инвестират много в реклама и оттам продуктът се продава.

Така че ние можем да правим продукти из-

звена – едното е за изследвания и разработка на технологии за различни страни. В момента работим за 28 държави. Естествено, далече сме от водещите фирми, но съм убеден, че лека полека в повече географски ширини хората се уверяват, че нашите продукти са качествени. Направихме първи износ за фабриката в Кувейт на един от световните производители на безалкохолни напитки. Работим с още няколко подобни световни компании. Хората ни гласуват доверие, тъй като при нас качеството е религия. Оттам нататък е всичко останало. Вече стана дума, но искам пак да кажа – ние сме силни в иновациите. Правим нещата много по-гъвкаво и бързо, отколкото нашите конкуренти, които са от сто-двеста години, с утвърдени пазари. Те просто нямат нужда да бъдат толкова повратливи, а ние още сме гладни за работа. Но по-важното е, че създадохме екип от знаещи и можещи хора. Всичко е в човешкия капитал. Ето тази лъскава модерна сграда, тя е нищо без хората, без специалистите.

От тук се връщам към темата – мисля, че хората не са добре информирани. Трябва да знаят, че тези добавки не са плод на нечии хрумвания. Това са продукти измислени, изпитвани, някои създадени целенасочено. Защото какво да правят производителите с армията от хора с над-нормено тегло и диабетичите. Много е хлъзва цялата тази тема около вредността. Един пример ще дам – през 1977г. Конгресът на Щатите забранява захарина. Отделя се специален бюджет и 20

години се правят изследвания на захарина. През 2000-та година, декември месец, излезе пълна реабилитация на захарина като безвреден. 20 години – вложени много милиони – за да се стигне до този резултат. Сега чета по сайтовете – захаринът вреден, захаринът канцерогенен, лош, такъв, онакъв. Не може да се хвърлят празни думи в пространството. Могат да се дадат още много подобни примери. Не трябва да се отива нито в едната крайност, нито в другата. Всичко е в дозата. Аз така смятам. Всичко е в дозата! Не сме измислили ние топлата вода. Една отрова в малки дози е лекарство. Всяка



цяло натурални, съобразени с всякакви изисквания на нашите клиенти. И всичко, което ние добавяме е необходимо за издигане на още по-високо ниво на качеството на продукта, а не за влошаване на неговите характеристики. Например един продукт с добавен антиоксидант – запазваме аромата, запазваме цвета по-дълго време. Кой би си купил една мътна напитка, избеляла или покафеняла?

И накрая все пак да погледнем напред, към перспективите...

Ние се развиваме положително, работим все по-успешно, във фирмата се оформят няколко

храна и всяка добавка, ако се прекалява с нея, нарушава физиологичния баланс на организма и той започва да страда. Всичко е в дозата и естествено в контрола. Но това е другата основна тема. Защото най-често се нарушават нормите, обикновено когато са свързани пак с някакви комерсиални цели. Много ясно, че евтините подсладителители могат да заместят скъпите, превишавайки обаче значително дозата. И тук опираме до контролиращите органи. Просто трябва да има и добър контрол.

Петко Делибеев

Храненето „извън къщи“ придобива все по-големи размери и през 2020 г. то ще бъде 70% от общото хранене на човек за ден!

ВИСОКОКАЧЕСТВЕНИ БАЗОВИ СОСОВЕ С ЛЕКИ ПОДПРАВКИ И СТАБИЛНА СПОЙКА

**СИСТЕМА ЗА ОВКУСЯВАНЕ НА ГОТОВИ ХРАНИ
ИДЕИ ЗА ИНДИВИДУАЛЕН ВКУС И УСПЕШНИ ПРОДАЖБИ**

Специално за месопреработвателите **ВИБЕРГ**, Австрия и техният партньор в България – „ТЕА Трейдинг“ ООД, предлагат разработената **система за приготвяне на готови сосове**. Тези нови **базови сосове** са напълно готови продукти. Големите изгоди са в гарантираните стопроцентова производствена сигурност и винаги постоянния вкус.

Опростена концепция: Базовият сос (на прах) се разбърква в топла вода (40°- 50°С), сварява се за 5 мин. и е готов да бъде предложен за продажба на топла или студена витрина с месо и деликатеси, в меню на кетерингията, парти-сервис, крайпътни заведения за бързо хранене и т.н. Винаги става дума за нови възможности за продажби на вкусни храни.

Разходна норма: 100 гр. базов сос на прах за 1 л. вода

Опаковка: 1 кг. алуминиев плик

Трайност: 18 месеца

КАФЯВ - за говеждо, телешко и свинско месо

Препоръка за инд. вкус: червено вино, лук, портокалов фреш



СВЕТЪЛ - за всички видове месо, особено свинско и пилешко печено, зеленчуци и тестени изделия

Препоръка за инд. вкус: кимион, фини билкови подправки



БЯЛ - за всички видове месо, особено птиче месо, риба, зеленчуци и тестени изделия

Препоръка за инд. вкус: кърти, сметана, гъби или фини билкови подправки



ДОМАТЕН - за риба, тестени изделия; свинско, птиче и телешко месо

Препоръка за инд. вкус: дивисил, риган, чубрица, чесън, магданоз и др. традиц.



Допълнителна идея към концепцията за индивидуалните вкусове на клиентите – в края на варенето сосовете могат да се доокусат внимателно с една индивидуална нотка на вкуса – с бели или червени вина, сметана, горчица, мерудии и т. н. като *тайна на фирмата*.

Свойства на базовите сосове:

- Стабилни при замразяване
- Стабилни при пастеризиране
- Подходящи за затопляне в микровълнова фурна



WIBERG®

Tea trading

Офис/ склад: София 1138, кв. Горубляне, ул. Люляк 9
Тел. 02 974 5001, 02 974 5028; мобилен 0888 915 249
e-mail: teatrading@abv.bg

Винената олимпиада през 2016 г. в България



За пореден път българските винари достойно защитиха славата ни на държава с традиции във винопроизводството. На престижния Concours Mondial de Bruxelles 2015 (Световен конкурс Брюксел 2015) българските вина завоюваха 1 голям златен, 14 златни и 22 сребърни медала. Това наистина е успех, като знаем, че на този конкурс се състезават около 8000 вина от цял свят и огромно жури, в което активно участие вземат специализирани журналисти по вината, чиято цел е не само да класират божествената напитка, но и да разкажат на своите читатели за различните вина, а и за страната, в която се провежда конкурсът. Подчертавам това, защото на този конкурс бе решено следващото му издание да се домакинства от България. Една голяма отговорност за страната ни, но и огромна възможност за откриването на нашето винопроизводство от целия свят. Възможност, която трябва да се използва максимално. И понеже централна роля в това събитие има и Националната лозаро-винарска камара, която е негов домакин, помолих нейният председател г-н Радослав Радев за кратък разговор по темата:

Г-н Радев, преди да говорим за това радостно и отговорно международно събитие, бихте ли споделили с нашите читатели как виждате бъдещето на производството на вино в България и кореспондира ли то със световните тенденции във винопроизводството?

Аз по принцип гледам позитивно, оптимистично и съм обнадежден. Имам доста оптимистични очаквания относно бъдещето на България като винарска страна. Разбира се, през годините България е минавала през най-различни етапи – имало е време, когато с тази малка територия е била шестия по големина производител на вино в света, което със сигурност предполага едни много големи количества, но това не означава, че те са били с необходимото качество. Все пак говорим за един тип икономика, която не

е била икономика на търсенето и предлагането. Естествено, много бързо тези позиции се загубват след политическите промени в Източна Европа, но пък ние си намерихме собственото място, което реално ни се полага – с тази територия, с този климат, с тези традиции. Хубавото в нашия бранш е, че той е привлекателен за инвеститори. Всяка година се появяват около 15-16 нови изби. Всички възможности за европейско финансиране се използват максимално от колегите в бранша. А това означава, че се обновяват лозята, инвестира се в нови производствени мощности, подновяват се старите, активно се работи по промоционални програми. Накратко секторът се развива. Но това, което е много важно за нас в момента, е правилно да комуникираме с останалия свят това развитие.

Съпосочно ли е това развитие?



Г-н Радослав Радев, председател на НЛВК

Съпосочно е – ние подновихме лозята, модернизирахме предприятията си, създадохме едни вина, които са на доста добро ниво в качествено отношение, съответно и на конкурентни цени и изглеждащи по един прекрасен начин като визия. Оттам нататък обаче консуматорът по света трябва да разбере, че това се е случило, защото той има една по-друга представа за България. Но това е един процес във времето, който е много дълъг защото става дума за чисто имиджова промяна.

Ще промени ли имиджа ни в тази област събитието, за което вие успяхте да класирате България?

Да. Това е изключително важна стъпка в тази посока. България солидно застава във винената карта с провеждането на подобен тип събития – това е най-големият конкурс. Хората, които идват да дегустират вина в голямата си част са винени журналисти, така че освен това, че са дегустатори в рамките на събитието, те ще посетят винарските райони на България, ще посетят винарски изби, ще опитат традиционната българска кухня, българските вина, ще видят исторически забележителности. Всеки от тях, бидейки журналист, ще напише нещо.

Нашата отговорност, на всички в този бранш, а и на онези, които са свързани с нашия бранш, е така да направим, че събитието да мине добре и да се представим добре. И си мисля, че ще го направим.

Това е крупно събитие. НЛВК сама едва ли може да се справи. А от години на държавно ниво се говори за стратегии за промотиране и реклама на българското вино по света, но реално почти нищо не се прави? Този път държавата ще помага ли?

Да. Сам никой не може да се справи при подобно събитие. Изключително добре работим с Министерство на земеделието и храните, с Агенцията по лозата и виното, с Министерството на туризма, с областната управа в Пловдив, с кмета на Пловдив, така че това е една обща кауза на всички нас. До момента имаме пълно съдействие от тях и се надявам в рамките на тази по-малко от една година до събитието да продължим така добре да работим в синхрон и да го направим наистина както трябва.

Имате ли отзвучи, реакции от колегите винари?

Да, всички са ентузиазирани. По принцип на този конкурс традиционно доста български производители представят вината си и печелят награди с тях – все повече през последните години, което е радващо. Измежду тези 800 дегустатора тази година имаше и седем българи съдии. И се надявам догодина да са повече. Така че конкурсът си има авторитет и като чисто винено състезание, традиционно вече. Това ще е 22-то издание на конкурса и се надявам, че и колегите от бранша ще приемат положително поканата да работим съвместно по организацията. Тяхната помощ ще е много важна. Защото това са 8 хиляди вина, които се дегустират в дегустационни панели, но оттам нататък тези хора, гостите, в свободното си време посещават винарните, винарските изби, изобщо опознават страната ни и съм убеден, че браншът ще се представи на ниво.

Желая ви успех в това престижно и отговорно начинание и винаги може да разчитате на сп. ХВП за помощ.

Петко Стефанов

Със snacks към успех!



Заедно с мобилността на хората расте и необходимостта от иновативни решения при храната за вкъщи. На iba 2015 ще намерите идеи с бъдеще, които да отговарят на нарастващите изисквания по отношение на многообразие, вкусове и качество – особено при печива, кафе, напитки и други продукти за вкъщи. Който търси събрани на едно място знания, информации за суровини, техника, опаковки и оборудване на магазини, ще посети iba 2015!



iba 2015
Мюнхен
12. – 17.9.
www.iba.de

iba – водещото световно изложение за пекарство, сладкарство и snacks

Контакт във Вашата страна:
www.iba.de/abroad



DISTRIBUTIVNI
CENTAR

На гости при съседите



ските опаковки, оформяне на транспортни опаковки (палети-зиране и фолиране).

- Дистрибуторски център, в който се предлагат всички произведени от института семена за посев; микробиологични препарати и консултации с аграрни специалисти.

- Складова база за съхранение на произведените семена за посев, в която по автоматичен път се контролира температурата на съхранение

(10-12°C), относителната влажност на въздуха (60%) както и входът и изходът на съхраняваните семена в зависимост от срока на годност.

Институтът разполага със 7 хил. дка собствена земя, на която произвежда семена за посев от слънчоглед, рапица, соя, царевича, тритикале, хмел и просо. Тук се провеждат ежегодно и презентации на предлаганите посеви.

В генетичната банка на института се съхраняват около 7000 линии слънчоглед от различни генетични ресурси, като в Сърбия са регистрирани 58 хибрида на института. Най-масово продаваният сорт е SN-H-111, който се ползва в 30 страни по света, с предимство в Русия, Украйна, Унгария, Италия и Словения. В промишлени условия в Сърбия през миналата година са достигнати добиви от 350-400 кг/дка.

Основните видове слънчоглед в страната са: стандартни сортове с 43-48% маслено съдържание, високо маслени сортове – над 50% маслено съдържание и високоолеинови сортове с над 80% съдържание на олеинова киселина. Сеят се също сортове за сладкарски цели, за изхранване на птици, декоративни сортове.

Посевните семена за рапица са от 13 сорта, от които 11 сорта зимна и 2 пролетна, като се характеризират с маслено съдържание до 45%. Селекцията е насочена към производство на сортове рапица, предназначени за храна на птици с високо съдържание на протеин и сортове за храна на свине и птици с ниско съдържание на глюकोзинолат.

Семената за соя, разработени в института, са 116 сорта (вариации). Те се купуват и сеят в Румъния, Италия, Словения, Австрия и Франция. Семената се предлагат с микробиологичен препарат за обработка.

Предлагат се семена и за зеленчуци като особено популярни са червените и зелени чушки (т. нар. капия).

В момента институтът работи по 7 междуна-

По покана на сръбската Асоциация на индустриалните производители на растителни масла, захар, тютюн, хмел и др. - D.O.O. „Industrijsko bilje“ в град Нови Сад, Република Сърбия, делегация от 20 представители на маслodobivни и маслопреработвателен бранш, организирани от Сдружението на производителите на растителни масла и маслопродукти в България, гостуваха на колегите от западната ни съседка.

В деловата част на гостуването бяха посетени няколко обекта, интересни за професионалистите. Първият домакин на нашата делегация бе Институтът за селскостопански култури в Нови Сад, създаден преди 75 години. Основните дейности, развивани в института днес, са: молекулярна генетика и биология, производство на семена за посев, агроекология и високотехнологичен лабораторен контрол. В института работят 31 професори и 68 доктори на аграрните науки, като са обособени и 3 основни звена:

- Цех за заготовка на семената за посев за реализация, като са организирани следните процеси: почистване, калибриране, оптично сортиране, легализиране теглото на потребител-



родни проекта, по които получава международно финансиране. Повече информация за института може да намерите на: www.nsseme.com

Интересна бе и срещата с управителите на най-големите преработвателни предприятия на маслодайни суровини в Република Сърбия: "VICTORIA OIL", "DIJAMANT", "BANAT".

По време на вечеря, организирана от домакините в национален ресторант, се проведеха поредица от професионални разговори свързани с търговията на маслодайни култури, преработката и предлагането на крайни продукти. Споделена бе информация, свързана с нови технологии и нови машини и съоръжения за преработка на маслодайни култури както и сертифицирането на предприятията от двете страни по изискуемите международни стандарти за качество и безопасност, необходими при международната търговия.

След това бе посетен заводът за преработка на маслодайни култури на "VICTORIA OIL" в град Шид, който от 2005 г. е включен в международната компания "VICTORIA GROUP". Това е началото на интензивно развитие на компанията, като са инвестирани над 20 млн. евро за основна реконструкция и модернизация на мощностите. В настоящия момент преработвателният и производствен капацитет е: 1200 тона/24ч слънчоглед; 800 тона/24ч соя; 800тона/24ч рапица.

Предприятието предлага широка гама от крайни продукти, като водещо място заема бутилирано растително масло с търговска марка "Iskon", от което се продават годишно около 68 млн. бутилки. Търговската марка има 30% пазарен дял в страната, а останалите количества се изнасят за Австрия, Словакия, Словения и Унгария. Осигуряването на най-високо качество във всички сегменти на бизнеса и задоволяване нуждите на клиенти от цял свят са гарантирани от въведените международни стандарти за безопасност и качество най-важните от които са: ISO 9001; HACCP; ISO 14001; OHSAS 18001; HALAL; KOSHER; IFS Food; GMP+B2; ISCC и EN 14214 (най-високият европейски стандарт за производство на биодизел).

Като социално отговор-

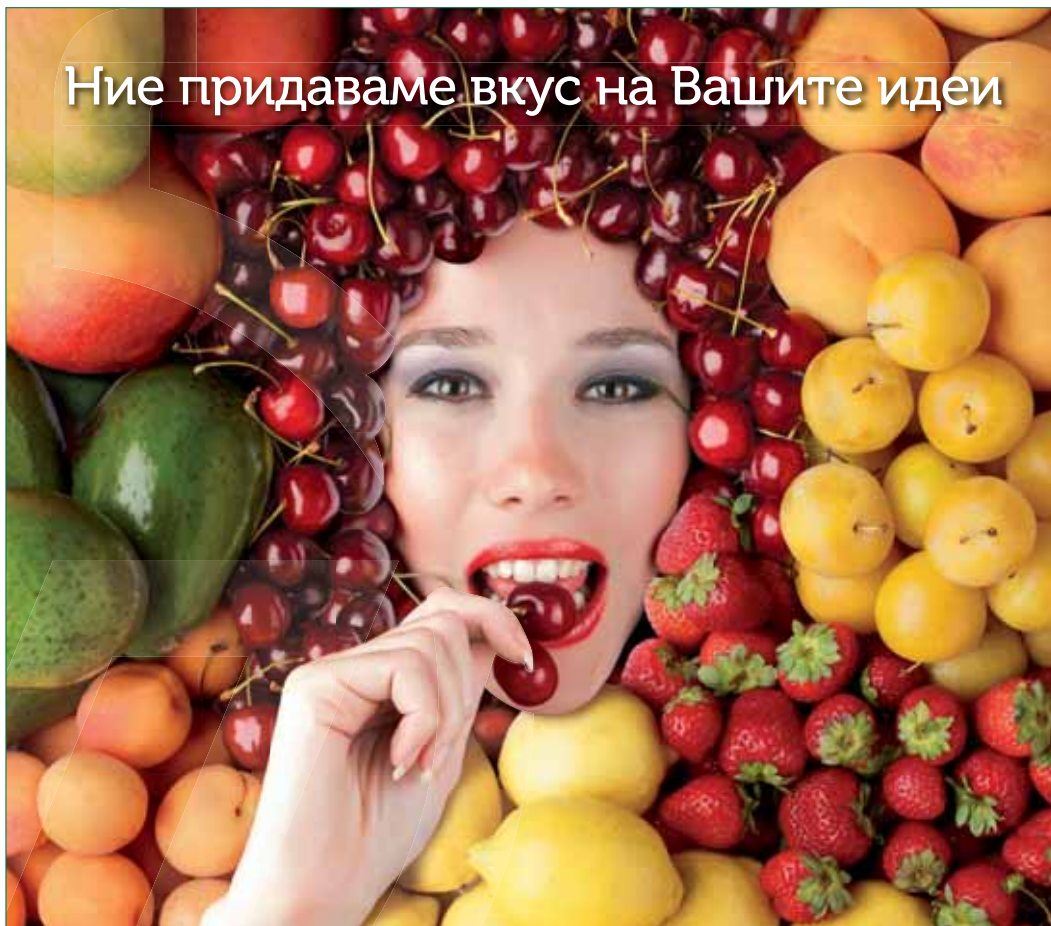
на компания "VICTORIA OIL" непрекъснато инвестира средства в опазване на околната среда. Фокусът е върху повишаване на енергийната ефективност и намаляване на емисиите на въглероден двуокис.

Компанията е активен участник в мероприятия, свързани с развитието на приложната наука (ежегодната конференция "Производство и преработка на маслодайни култури" в Черна Гора; семинари с производители на хлебни и сладкарски изделия и др). "VICTORIA OIL" извършва и много благотворителна дейност, като активно подпомага кухни за социално слаби в Косово и Метохия.

Посещението на колегите в съседна Сърбия не само ще остави добри спомени у българските специалисти, но и позволи да се обмени много професионална информация за маслодобива в двете страни, да се сподели опит, а и да се създадат нови познания и бизнесконтакти.

инж. Мариана Чолакова

Ние придаваме вкус на Вашите идеи



От 1926 г. за нас няма тайни в сферата на ароматите и оцветителите за храна. Придобитите опит и технологии ни позволяват да изготвяме индивидуални решения, с които да реализирате идеите си във всяко възможно приложение в сферата на сладките и солените аромати. Нашите специалисти проучват и произвеждат аромати, оцветители и плодове на прах, съгласно специфичните нужди на всеки клиент, с гъвкавост, която прави Вариати България идеалния партньор за хранителната индустрия.

VARIATI
Bulgaria

Variati Bulgaria OOD | София, 1138, Горубляне
Самоковско шосе 66, Офис 3
телефон: +359 897 311 702 | факс: +359 2 489 43 43
info@variati.bg.com

flavour

food

cosmetic

www.variati.bg.com



ПРОЕКТ BG051P0001-2.2.03 – 0429 – C0001
„Мотивационна програма за насърчаване
на териториалната мобилност на
човешките ресурси в
БК Минерални Води - БАНКЯ ЕООД“



Европейски съюз

Проектът се осъществява с финансовата
подкрепа на Оперативна програма
„Развитие на човешките ресурси“,
съфинансирана от Европейския социален
фонд на Европейския съюз

Проект „Мотивационна програма за насърчаване на териториалната мобилност на човешките ресурси в „БК Минерални Води - БАНКЯ“ ЕООД“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“ 2007 - 2013, съфинансирана от Европейския социален фонд и Република България по Договор ESF – 2203 – 01 - 07009 от 17.01.2014 г.

„КОКА-КОЛА ХЕЛЕНИК БОТЪЛИНГ КЪМПАНИ БЪЛГАРИЯ“ АД УСПЕШНО ИЗПЪЛНИ ПРОЕКТ ПО СХЕМА: „НА ПЪТ“ ЗА ЗАВОДА ЗА БУТИЛИРАНЕ НА МИНЕРАЛНА ВОДА В ГРАД БАНКЯ

„КОКА-КОЛА ХЕЛЕНИК БОТЪЛИНГ КЪМПАНИ БЪЛГАРИЯ“ АД успешно приключва изпълнението на проект „Мотивационна програма за насърчаване на териториалната мобилност на човешките ресурси в „БК Минерални Води – Банкя“ ЕООД“. Изпълнението на проекта осигури устойчиви и адекватни на потребностите на служителите на компанията социални придобивки под формата на съобразен с работното време и местоживеене транспорт за над 30 служители за период от 12 месеца. Това от една страна запази високи нивата на трудова заетост, а от друга, повиши конкурентоспособността на служителите. Изпълнението на проекта не само постигна основната си цел да насърчи географската мобилност и качеството на трудовия живот на заетите в компанията лица, но и утвърди конкурентоспособността и лидерската позиция на компанията на пазара.

Общата стойност на проекта е 29 504,87 лева, от които 100% се финансират от Европейския съюз, чрез Европейския Социален Фонд (ЕСФ) и от националния бюджет на Република България. Проектът се реализира по ОП „Развитие на човешките ресурси“, по схема №BG051P0001-2.2.03 „НА ПЪТ“.

Банкя
избор на живот.

Инвестира във вашето бъдеще!

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси 2007-2013 г.“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от „Кока – Кола ХБК България“ АД и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.

ЕК за новия начин на етикетирание на храни

Европейската комисия е публикувала два доклада за задължителното етикетирание за произход на храните, както бе поискано от Съвета и Европейския парламент в Регламент (1169/2011) за даване на информация за храните на потребителите.

И в двата доклада се прави заключение, че ползите от новите задължителни изисквания за етикетирание на тези продукти не балансират еднозначно разходите и че приемането на доброволни правила за етикетирание изглежда е най-подходящото решение. Тези доклади ще бъдат предадени на Европейския парламент и на Съвета.

Първият доклад от Генерална дирекция „Селско стопанство“ на Комисията, разглежда приложимостта на различни варианти за задължително етикетирание на произхода на мляко и млечни продукти и за месо, които не са основни, най-вече конско месо, заешко месо и месо от дивеч и редки птици (отглеждани и дивички), имайки предвид правилата за етикетирание на говеждо месо, свинско месо, птиче месо, овче и козе месо, които вече са в сила.

Като се има предвид отношението на потребителите към допълнителната информация и потенциалните допълнителни разходи, както и потенциалните допълнителни изисквания за предприятия и държавни органи, докладът заключава, че за млечни продукти задължителните допълнителни изисквания ще имат неравномерно въздействие върху производителите и има вероятност да бъдат в тежест за някои от тях, като същевременно има съмнения, че потребителите с готовност ще плащат повече за допълнителна информация. Това предполага, че въвеждането на възможности за доброволно етикетирание може да реши някои изисквания на потребителите.

Същото заключение за очаквани допълнителни оперативни разходи от въвеждането на задължително етикетирание касае месата, които не са основни в продукта. http://ec.europa.eu/agriculture/milk/origin-labelling/com-2015-205_bg.pdf

Вторият доклад, съставен от Генерална дирекция „Здравеопазване и безопасност на храните“, изследва необходимостта потребителите да бъдат информирани за произхода на непереработени храни, продукти с една съставка и съставки, които представляват над 50% от дадена храна. Той заключава, че потребителите се интересуват от етикетирането на произхода за всички тези категории храни, но не толкова за хранителни категории, като например месо, месни продукти и млечни продукти. В доклада също така са разгледани разходите и ползите от правилата за етикетирание, включително въздействието върху вътрешния пазар и международната търговия, като в заключение се прави извод, че доброволното етикетирание на произхода, в съчетание със съществуващите задължителни режими за етикетирание на произхода за конкретни храни или категории храни, е най-подходящата стратегия в бъдеще.

http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/foodlabelling/docs/com_2015_204_f1_en.pdf

Без ИТ няма процес

Слоганът на EDEKA „Ние обичаме храните“ е израз на философията на един асортимент от продукти, ориентиран към клиента и държащ на качество и по този начин улавящ настроението на много потребители. Поведението на потребителите се променя в посока нарастване на една осъзната консумация на месо и на съзнанието за качество. Заедно с грижата за клиента осезаемо растат и очакванията за свежест и качество на продуктите. По тази причина през 2011 г. EDEKA Südwest Fleisch GmbH предприе „квантов скок“ в продуктивността на веригата си на доставки, за да се справи с нарастващото търсене на качество и свежест. В съвместния диалог с CSB-System AG отговорът на всички предизвикателства беше ясен: „**Без ИТ няма процес**“. Много от филиалите в югоизточния регион бяха централизираны в един производствен и логистичен център в Райнщетен, за да бъде подсигурана максимална свежест с гарантирано качество при оптимизирана стокова наличност в супермаркетите. За което веригата на доставки беше автоматизирана чрез внедряването на свръх специализирано софтуерно решение и организирана гъвкаво, за да повиши производственото количество с 34%, изпълнението на поръчки с 24% и доставки при клиенти с 22%.

С новия център в Райнщетен EDEKA Südwest Fleisch GmbH създаде едно от най-модерните и иновативни месни предприятия в Европа. Отличителният белег и същевременно факторите за успех са високата степен на автоматизация и мощната ефективност на логистиката. И тук ролята на използваната информационна технология е централна. Заедно с най-модерните съоръжения и машини тя се грижи за оптимална процесна верига и прави възможен един производствен обем от 650 тона висококачествени месни произведения и колбаси дневно за около 1150 EDEKA магазини. В новия логистичен център CSB-System управлява цялата верига на добавена стойност, стоковия прием, разпад, планиране и управление на производството, опаковане и



Свръхмодерното месопреработвателно предприятие и логистичен център EDEKA Südwest Fleisch GmbH в Райнщетен

маркиране на цени, процеса на заскладяване и на изписване от склад, комисиониране, товарене на колички и изпращане.

Така чрез най-висока степен на автоматизация EDEKA ежедневно подсигурава свежест при постоянно качество и същевременно изпълнява клиентските поръчки, оптимизирани маршрутно чрез гъвкава организация на процесите.



ЦСБ-Систем България
ул. Преслав 19, 4000 Пловдив
Тел/Факс: 032/648-988
e-mail: info.bg@csb.com
www.csb.com



Адам Стеч

Член на ръководството на CSB-System в Полша, отговорен за продажбите на браншови решения за хранителната индустрия в Европа



Георги Филчев

Консултиране и продажби при ЦСБ-Систем България ЕООД

НАТУРАЛНИ ОЦВЕТТЕЛИ

Невероятно голямо разнообразие!
Широк спектър от натурални оцветители за всички сфери в хранително-вкусовата индустрия като напитки, захарни изделия, млечни продукти, хлебни изделия, солени изделия, диетични, функционални и специални храни.

За нашите уважавани клиенти ние се стремим да предоставим международни стандарти за качество, като даваме приоритет на удовлетвореността на клиентите.

Осигуряване на максимален ефект с минимални технологични дози!
Покрития и специални продукти за фармацевтичната промишленост, сладкарски изделия, селскостопански хранителни и промишлени отрасли.



АНТОЦИАНИ (E163)

Антоцианите представляват най-голямата група водоразтворими цветни **ПИГМЕНТИ** с цветови спектър червеносиньо-черно.

Към стимулиращите здравео качества на антоцианите спадат главно техните качества на антиоксиданти. Те забавят кръвосъсирването и могат да ограничат натрупването на тромбоцити, влияят на зрителните процеси и имат защитавашо кръвоносните съдове и противовъзпалително действие.

Черно Грозде (grape skin)



Черен морков (black carrot)



Сладък картоф (sweet potato)



Червено цвекло (red beet)



Розово – червено – лилаво – синьо

Подходящ за оцветяване на сладкарски изделия, продукти от преработени плодове, вина, безалкохолни **напитки, сосове, майонези**, някои твърди **сирена**.

КАРОТЕНОИДИ (E160)

Каротеноидите са **органични пигменти**, естествено съдържащи се в **растенията** и някои други **фотосинтезиращи организми** като водорасли, някои видове гъби и определени **бактерии**. Това са доста разпространени в природата оцветители с жълт, оранжев или червен цвят. Извличат се от части на растения, плодове, зеленчуци, яйчев жълтък, раци, риба и др. β - Каротин (E 160). Носи името си от латинската дума carata (морков).

Бета каротин (β -каротин)

Анато (anatto)

Лутеин (lutein)



Червена паприка (paprica)



жълто – оранжево - жълто-оранжево.

Кармин, кошенил (carmine).

Карамел (caramel)

Розела (rosella red)



Турмерик, куркума (turmeric)



Шафран (safflower)



**ХЛОРОФИЛИНИ
НАТУРАЛНО ЗЕЛЕНО**



АРОМАТИ

Алмер ЕООД е изключителен представител на Aromsa – най-големият производител в Турция на аромати, екстракти, добавки за хранително-вкусовата промишленост.



Насладете се на истинския аромат!

Широк спектър от аромати и овкусители за всички сфери в хранително-вкусовата индустрия като напитки, захарни изделия, млечни продукти, хлябни изделия, солени изделия, диетични, функционални и специални храни.

Нашите висококачествени аромати са познати в повече от 40 страни по света със своята уникалност и високо качество. Ние предлагаме индивидуални решения и разработваме специални и уникални за всеки вкус натурални и натурално идентични аромати.

Нашите продукти са в съответствие с международните стандарти за безопасност на храните и при производството им се спазват всички изисквания за опазване на околната среда.

Осигуряване на максимален ефект с минимални технологични дози!

- **Аромати:** течна и суха форма, емулсии, микрокапсули и екструдирани (Camarome);
- **Натурални аромати:** екстракти и натурални аромати (FTNF);
- **Карамелизирана захар и карамел;**
- **Сосове и плодови препарати.**

ВАШИЯТ ИЗБОР – ТАЙНАТА НА ВАШИЯ УСПЕХ!

„АЛМЕР“ ЕООД като изключителен представител на Maysa Gıda – един от най-големите производители на Турция и ключов играч в пазара на хранителни съставки.



От дълги години насам нашите стремежи са да постигнем максимално добри резултати, обслужвайки клиентите си с най-добрите възможни за тях качествени решения. Предлагаме суровини и ингредиенты, предназначени да обслужват изцяло нашите клиенти в млечния бранш в България. Не на последно място ние се стремим максимално добре и пълно да отговорим на очакванията на българските производители, като им предлагаме иновативни технологични решения и оказваме технологична подкрепа в съвместното ни сътрудничество.

Фирма „Алмер“ ЕООД предлага:

- **MYS FERMENTE** – висококачествена 100% химозинова мая.
- **BOVIREN** – микробиална мая от специален щам на *Rhizomucor miehei*.
- **MYStarter** култури – специално подбрани микроорганизми за директно влагане.
- **NUTRIMEDIA** – специално разработена среда за култивиране и растеж на стартерните култури (закваски).
- **MAYMIX blends** – стабилизиращи системи, специално разработени да подобрят текстурата на произвежданите млечни продукти.
- **MAPROMIX** – специално формулирана комбинация за производство на топено сирене.
- **МЛЕЧНИ ЗАМЕСТИТЕЛИ** – продукти на основата на млечен протеин за подобряване на текстурата.
- **MAYSCAN** – портативен ултразвуков анализатор за мляко.

- **MAYSA FOOD PRESERVATIVES** – MYMISIN, MYNIZIN
- **CHARM® MRL Beta-lactam and Tetracycline** – комбиниран антибиотичен тест.
- **ЦЕДИЛА** за сирене и кашкавал.
- **pH метри, рефрактометри, влагомери и др.**
- **АРОМАТИ И ОЦВЕТИТЕЛИ**
- **СПОМАГАТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ**





ПРОЕКТ BG051P0001-2.2.03 – 0428 – C0001
„Мотивационна програма за насърчаване на териториалната мобилност на човешките ресурси в „Кока-Кола Хеленик Ботълинг Къмпани България“ АД“

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз



Европейски социален фонд

Проект „Мотивационна програма за насърчаване на териториалната мобилност на човешките ресурси в „Кока-Кола Хеленик Ботълинг Къмпани България“ АД“ се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“ 2007 - 2013, съфинансирана от Европейския социален фонд и Република България по Договор ESF – 2203 – 01 - 07010 от 02.12.2013 г.

„КОКА-КОЛА ХЕЛЕНИК БОТЪЛИНГ КЪМПАНИ БЪЛГАРИЯ“ АД УСПЕШНО ИЗПЪЛНИ ПРОЕКТ ПО СХЕМА: „НА ПЪТ“

„КОКА-КОЛА ХЕЛЕНИК БОТЪЛИНГ КЪМПАНИ БЪЛГАРИЯ“ АД успешно приключва изпълнението на проект „Мотивационна програма за насърчаване на териториалната мобилност на човешките ресурси в „Кока-Кола Хеленик Ботълинг Къмпани България“ АД“. Изпълнението на проекта осигури устойчиви и адекватни на потребностите на служителите на компанията социални придобивки под формата на съобразен с работното време и местоживееен транспорт за над 190 служители за период от 12 месеца. Това от една страна запази високите нивата на трудова заетост, а от друга, повиши конкурентоспособността на служителите. Изпълнението на проекта не само постигна основната си цел да насърчи географската мобилност и качеството на трудовия живот на заетите в компанията лица, но и утвърди конкурентоспособността и лидерската позиция на компанията на пазара.

Общата максимална стойност на проекта е 235,135.60 лева, от които 100% се финансират от Европейския съюз, чрез Европейския Социален Фонд (ЕСФ) и от националния бюджет на Република България. Проектът се реализира по ОП „Развитие на човешките ресурси“, по схема №BG051P0001-2.2.03 „НА ПЪТ“.



Инвестира във вашето бъдеще!

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси 2007-2013 г.“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от Кока-Кола Хеленик Ботълинг Къмпани България АД и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.

Вести от Професионално за качеството на храните

Една от основните теми, които дефинират дейността на Съюза по хранителна промишленост е качеството и безопасността на храните като основна претенция към производителите и към контролните органи у нас. Затова и вече седма година СХП организира дискусийна кръгла маса, на която се събират и търсят стиковане на мненията и вижданията си представители на производителите, контролните органи и хранителната наука.

Сред застъпените теми на кръглата маса ще отбележим „Ролята на компетентните държавни органи за контрола и стимулирането на качеството производство на храни и напитки“, „Специфики на новата регулаторна система на ЕС в сферата на храните“, „Стандартите – гаранция за производство на качествени храни“, „Етикетирането и новите изисквания на ЕС“ и др.

Както каза в своето приветствие д-р Любомир Кулински, директор на дирекция „Контрол на храните“ при БАБХ, „когато си говорят експерти с експерти, диалогът се получава по-добър и по-ползотворен, което доказва и опитът от последните няколко събирания на подобни дискусии“. Той подчерта още, „че тези срещи са полезни с това, че макар и редки те очертават пътя, по който ще се движи индустрията, очертава се и пътят, по който органите, които създават нормативите и тези, които контролират тяхното спазване, биха могли така да програмират своята работа, така че тя в известна степен да бъде и в полза на българския производител, на българския бизнес“. Той пожела дискусията на кръглата маса да доведе до общи решения, които ще покажат пътя, ще улеснят българския бизнес, а донякъде ще улеснят работата и на контролния орган.

Гости на дискусията бяха още инж. Лилия Смедарчина, зам. председател на ФНТС и инж. Марин Антонов, гл. секретар на ФНТС, представители на Браншови организации от отрасъла, на производители на храни и напитки и на суровини за тях, като и на научни институти, занимаващи се с хранителна наука.

Инж. Смедарчина изтъкна важността на кръглата маса и темите, които тя ще обсъжда и пожела да се излезе с предложения, които наистина да спомогнат за подобряване на храната, която се предлага на българина.

В своето въвеждащо слово д-р Светла Чамова, председател на УС на СХП, акцентира върху основната необходимост за отрасъла – създаване и приемане на нов Закон за храните. Тя съобщи добрата вест, че вече е сформирана работна група, която се труди по изготвянето на нов Закон за храните.

И понеже тази тема е не само актуална, но и много важна за българските производители на храни и напитки, ще ви запознаем накратко с основните положения в позицията на браншовите организации по отношение на Закона, представена на среща с Комисията по земеделие при Народ-



тежест. По определени въпроси липсват законови регулации, които да създадат гаранции за постигане на неговите цели. *Допълнително по темата* – регистрацията на транспортни средства по начина, по който се извършва в момента, не е достатъчно ефективна.

■ **В закона се съдържат изисквания, които водят до прекомерна административна тежест**, както и случаи на отсъствие на регулации – водещи до липсата на ефективен контрол.

■ Санкционният апарат е неефективен. **Санкциите нямат необходимия възпиращ ефект.**

■ Регистрират се обекти за храни, а не юридически и физически лица – оператори с храни.

■ **Списък с регистрираните обекти:** Особено в сектор храни от неживотински произход – регистърът е в критично състояние... Всеки гражданин, контролен орган, институция трябва да



Жана Величкова, изп. директор на АПБНБ, д-р Светла Чамова, председател на УС на СХП, д-р Любомир Кулински, директор "Контрол на храните" в БАБХ

ното събрание.

Позицията на браншовиците представи Жана Величкова, изп. директор на АПБНБ, която започна с мотивите:

„Действащият Закон за храните е приет през **1999 г.** и е изменен **33 пъти**. Основната му структура и най-голяма ревизия са направени преди членството на България в ЕС и не отговарят на нуждите за регулиране на обществените отношения в сектора. **Законът е направен като рамка за друг вид разпределение на контролните функции и други условия.** Искания за цялостна ревизия на Закона за храните са поставяни няколкократно от браншовите организации - представители на бизнеса в отрасъла. Инициативите датират от **5 години**. Създавани са множество работни групи, но резултат няма.

В Закона за храните са включени редица текстове от Регламенти на ЕС. Значителна част от тези регламенти са изменени впоследствие и тяхната актуализация не е отразена в Закона.

Регламентите са пряко приложими законодателни актове за всички държави членки и техните изисквания не се транспонират в национални актове. Присъствието на подобна практика крие риска от създаване на противоречия между националните и пряко приложимите европейски норми, от липса на актуалност, възможности за интерпретация и неефективно прилагане.

Основни слабости в сега действащия Закон:

■ **Контрол и изисквания само за регистрираните обекти.** Действащият Закон за храните създава регулации, изисквания и контрол, фокусирани само за обектите от хранителната верига, които законово са регистрирани. Сивият сектор работи необезпокоявано, тъй като контролът се извършва само в регистрираните по закона обекти.

■ Регулациите в областта на храните са разделени като минимум в два основни Закона - ЗХ и ЗВМД. Съществена част от изискванията към храните от животински произход са предмет на регулация в Закона за ветеринарно медицинската дейност. **Изискванията към храните трябва да бъдат обединени в една законова рамка и това следва да бъде Законът за храните.**

■ Законът съдържа **редица неточности от транспонирането на европейското право**, които създават допълнителна административна

ФИРМА ARTEMIS ООД Е ОФИЦИАЛЕН ПРЕДСТАВИТЕЛ ЗА БЪЛГАРИЯ НА ПОСОЧЕНИТЕ ПО-ДОЛУ ФИРМИ:

1. **Givaudan**® – Швейцария
Производител на есенции и емулсии за безалкохолни и алкохолни напитки.

2. **beneo**® – Белгия.
Производител на инулин и олигофруктоза, извлечени от корените на цикория, биологично чист продукт. Пребиотикът инулин е одобрен от EFSA като полезен за чревното здраве и може да се използва като здравна претенция.

3. **beneo**® – Белгия
Производител на оризови деривати: брашна и нишестета, оризов сироп, оризов протеин, функционални оризови блендове. Световен доставчик на големи, водещи фирми в хранителната индустрия по целия свят.

4. **beneo**® – производство на продукти от захарно цвекло: Isomalt и Palatinosa - световен лидер на пазара в заместването на захарта, които се продават в повече от 70 страни по света за влагане в производството на сладкарски изделия и напитки.

5. **AJINOMOTO** – Япония, най-големият производител на Аминокиселини и подсладител Аспартам.

6. **KERRY**® е водеща фирма в иновации и приложение на BIO и PHARMA ингредиенти, които се използват в пекарската и бирената индустрии, както и за напитки, сладкарство, кулинария, млечна, месна индустрия, фармация.

Повече информация за фирмата и продуктите, които представлява можете да намерите на сайта на ARTEMIS ООД:

www.Artemis-bg.com

адрес: ул.София 101, 1320 Баня, България

тел/факс: + 359 2 9971012

тел: + 359 2 9977374

факс: + 359 2 9977377

e-mail: office@artemis-bg.com; ladamska@kendy.com

Отдел „Храни“ на фирма „Вариати“ става част от „АроматаГруп“ (AromataGroup), в която вече влизат фирмите „Еманс Деривати Ароматичи“ и „Селект Алимента“. По този начин се създава промишлен холдинг, който ще продължи да се развива и в международен мащаб.

Сделката, за която в сектора се говореше отдавна, бе реализирана на първи април. За задачите пред новата структура и тенденциите разговаряхме с Ханс Удо Венцел, президент и Тонио Грасман, изпълнителен директор на АроматаГруп, както и с Бруно Арена, директор „Международни продажби & Маркетинг“ на „Вариати“.



АроматаГруп се „разтроява“, за да прогължи да расте

Франческо Гол

Разговорът ни започна със задължителния въпрос: Какви цели си поставяте със сключването на тази сделка и какво ще бъде характерно за фирма АроматаГруп в новата ѝ конфигурация?

Венцел: Операцията е поредният етап от процеса, който доведе до придобиването през 2011 г. на „Селект Алимента“ вследствие на дългогодишния опит на Тонио Грасман в хранително-вкусовия сектор и моя в областта на хранителните добавки.

Приобщаването на отдел „Храни“ на Вариати към АроматаГруп ни се стори добър вариант за развитието на един холдинг в европейска перспектива, който да отговаря на няколко основни критерия: да бъде гъвкав и проактивен спрямо малките и средните клиенти и да не е обърнат единствено към големите европейски хранителни холдинги, и на второ място – да създаде платформа, която да е в състояние да играе главна роля в бъдещото му развитие и да постигне повишаване на производителността, запазвайки силните страни, с които разполага една малка фирма.

Ориентирани сме към реализиране на средносрочен проект, и то не само в Италия, където холдингът се разрасна значително, а и на европейския пазар.

Грасман: Влизането на „Вариати Ароми“ (това е фирменото наименование, което придоби новото дружество) в холдинга АроматаГруп, обединяващ не само дейностите по производство на аромати и екстракти на Вариати, но и няколко дружества за хранителни добавки на италианския пазар, допълнително ще утвърди основния бизнес, тъй като ще се ангажира още по-конкретно

но в сферата на производството на естествени аромати и екстракти.

С другите две дружества – „Еманс Деривати Ароматичи“ и „Селект Алимента“, АроматаГруп вече е добре позиционирана на европейските пазари, ще може да се разшири допълнително, като се фокусира върху съответните сектори благодарение и на заетата през последните години от „Вариати“ добра позиция на немалко международни пазари.

Различните функции на АроматаГруп и Вариати Ароми днес ще бъдат интегрирани и валоризирани, създавайки онези силни страни, които да подпомагат оптимизирането на пазарния подход.

Освен съществуващата синергия между дружествата, има ли и припокриване в производственото предложение? Ако да, как мислите да се справите с този проблем?

Грасман: Припокриваме се в някои сегменти, но това не е проблем, който да ни притеснява. По-конкретно „Селект Алимента“ и „Вариати Ароми“ работят с няколко общи клиента, но във всеки случай предлагането ни към отделните клиенти може да се разшири в различните пазарни сегменти, като продължаваме да залагаме на отличителните характеристики на фирмите ни – гъвкавост и ефективност, които често са по-високи от тези на конкурентите ни.



Ханс Удо Венцел,
президент на
АроматаГруп



Тонио Грасман,
изпълнителен
директор на
АроматаГруп



Венцел: Припокриването не ни притеснява, защото позволява по-добро фокусиране на отделните дружества, така че всяко от тях да бъде ясно разпознаваемо като опит и компетенции в пазарния си сектор.

Каква предвиждате, че ще е реакцията на пазара, изправен пред новия потенциал на фирмената група?

Венцел: Засега забелязваме значителен интерес към новия бизнес модел за сектора ни, включително и от страна на конкуренти. В този смисъл се надяваме също така да дадем нови идеи за бъдещи сдружавания. Клиентите, които са в течение на сделката, също реагираха положително на създаването на по-солидна структура, която ще е по-стабилна и от финансова гледна точка. Те ще разчитат на същите партньори, а ние от своя страна ще можем да сме редом с тях в дейността им на международните пазари с по-висока ефективност от тази, която отделните фирми можеха да осигурят.



Кои са приоритетните цели, които сте си поставили за първия етап от дейността на новата структура?

Венцел: Мисля, че основният приоритет е да се създаде едно единствено дружество в Италия, фокусирайки всеки отдел върху собствената му сфера; на второ място ще се насочим към намиране на първите си цели в чужбина.

Друга цел, която ми е на сърце, е да започнем да разработваме и някои иновации. Хранителният аромат в някои сфери е придобил различни отличителни характеристики от тези на чистия продукт и е намерил многобройни приложения и за нетрадиционна употреба. Надявам се този мой интерес, който досега съм култивирал на интелектуално ниво, да може да се реализира скоро, като даде живот на конкретни проекти.

В тази връзка да Ви попитам дали с учредяването на фирмената група ще бъдете в състояние да правите по-големи инвестиции в изследвания?

Венцел: Разполагайки с повече ресурси от тези, на които можеха да разчитат отделните дружества, със сигурност ще можем да инвестираме повече и в проучвателна



дейност. Досега директорите на лабораториите на фирмите ни трябваше да се занимават с доста диверсифицирани дейности, които се простираха от проучванията до качеството, регулациите и т.н..., а сега всеки ще може да даде повече свобода на своята конкретна специализация.

В глобален аспект как мислите да увеличите финансовите резултати на отделните фирми – членки на новата фирмена група?

Венцел: Естествено няма да се задоволим само с увеличаване на оборота. Очакванията ни са до пет години 1+1+1 да не прави 3 или 5, а 50.

Грасман: За да постигнем тази амбициозна цел, ще се наложи да засилим дейността си в чужбина; затова сме се насочили към реализиране и на други проекти за сдружаване.

Например, една от фирмите, с които си сътрудничим в Полша, която е и наш клиент, притежава необходимия

потенциал да се превърне в база за разработването на Източноевропейската зона.

Вече стартираме голям проект с един значим играч в отрасъла на плодовите препарати и имаме намерение да съберем опита и качествата на всяка отделна фирма, за да продължаваме да растем.

Г-н Арена, след като сте натрупал дългогодишен опит в сектора на ароматите и сте прекарал последните 10 години на длъжност директор „Международни продажби & Маркетинг“ във фирма „Вариати“, как посрещате тази промяна и с какъв дух приемате новото предизвикателство?

Това е особено стимулиращо предизвикателство, тъй като от известно време се усещаше необходимост от създаване на синергия с други действащи лица на пазара. Тъй като конкурентите ни са многобройни и добре калени, трябва да се укрепват овладените позиции.

Разбира се постигнатите резултати и висококачественото предлагане на продуктовата гама на „Вариати“ ООД могат да се доусъвършенстват в това ново приключение, ако мога да се изразя така, благодарение на новата възможност за работа в синергия с други дружества, които притежават различни силни страни. Освен това и на чуждестранните пазари, които анализирахме през последните години, усетих сериозна необходимост да може да се разчита на повече подкрепа и на по-добре структурирана фирма, насочена към задоволяване на най-различни изисквания.

Грасман: Бих желал да подчертая силната ни воля да развием италианското. В чужбина италианската кухня е особено високо ценена и този факт също би трябвало да благоприятства утвърждаването на проекта ни. Портфолиото на АроматаГруп включва широка гама от допълващи продукти за доутвърждаване на първокласното качество на продуктите Made in Italy.

10-те водещи тенденции при храните

А. Елизабет Слоун

Кулинарни рецепти, пълноценна храна и решения за хранене, които изискват по-малко време за приготвяне, са сред новите макро-тенденции, които движат хранително-вкусовата промишленост.

Потребителското доверие в икономиката на Северна Америка е най-високото от 2007г. насам; 51% от потребителите са положително настроени към идеите за незабавни разходи (Nielsen 2014a).

Средно 5,1 пъти в седмицата се вечеря у дома, като храненето включва голямо разнообразие от продукти. В рамките на една традиционна седмица, 3,1 пъти в храненето са включени пресни сурови продукти; 1,4 пъти – опаковани продукти, които изискват приготвяне; 0,9 пъти – готови храни в опаковка за подгряване и сервиране; 0,6 пъти се поръчва готова храна за къщи и 0,9 пъти се вечеря навън.

За 2015 г. се очаква продажбите в ресторантьорството в САЩ да достигнат 709,2 млрд. щатски долара, което означава 3,8% ръст спрямо 2014 г. и шеста поредна година ръст на реалните продажби (NRA 2015).

Разточителното „Бейби-бум“ поколение и пенсионерите, за разлика от средните възрастови групи, все по-често избират храненето навън, като тенденцията включва различни сегменти на ресторантьорския бранш, и очакват промени в предлагането, които отговарят на техните потребности.

През 2014 г., 145 млн. или 59% от американците са закупили гурме специалитети. Продажбите на дребно са достигнали 70 млрд. долара, с 18,8% повече от предходния двугодишен период.

Дори от домакинствата с ниски доходи (годишен доход от 35 000 щатски долара или по-малко), за които се смята, че ще формират 51% от домакинствата в САЩ към 2020г., се очаква да допринесат с нови 118 млрд. долара в структурата на приходите от опаковани потребителски стоки за периода 2010 – 2020 г.

Но както изглежда индустрията не е в един коловоз. Да се преследват модни ниши и прищевки на пазара е опасен подход. От друга страна, стремежът към независимост от модни тенденции, временни вкусове и „me-too“ разширена гама продукти би могъл да потисне индустриалния ръст.

Като пример: Само 11% от пазаруващите са потърсили „без глутен“ в етикета на храните през 2014 г., а при половината от закупилите

„без глутен“ изборът не е осъзнат. Въпреки това масовата търговия се запали по безглутенови продукти, като тенденцията достигна връх през 2012 г.

Нямат стойност данните, които просто отчетат продажбата на стоки с претенция на етикети, без да бъдат отчетени „намеренията за покупка“ на клиентите – така се изкривява пазарната представа за тези „свободни от“ или обещаващи други ползи продукти.

VENI[®]

СКЛАДОВА ТЕХНИКА

ТЕЛ.: 00359 2 946 13 93
E-MAIL: info@veni-bg.com
www.veni-bg.com

ДОПУСТИМО ОБОРУДВАНЕ
ПО ОП "ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ"
2014-2020

Изследване на относителната производителност на ултрафилтрационни мембрани в зависимост от работното налягане и обработваната течност

С. Козлуджова¹, М. Душкова¹, К. Динков¹, М. Митева-Петрова²

1. Университет по хранителни технологии, Пловдив

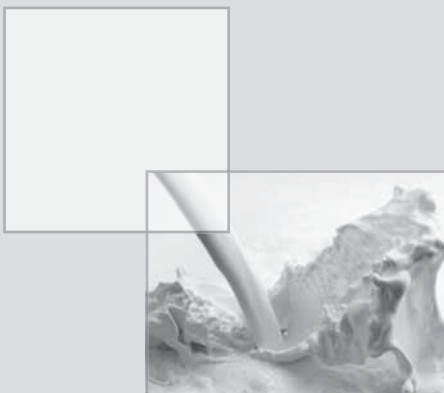
2. Университет „Проф. д-р Асен Златаров“, Бургас

Резюме

Целта на настоящото изследване е експериментално да се установи зависимостта на относителната производителност (флукс) на ултрафилтрационни мембрани от вида УФ10-ПАН и УФ25-ПАН от работното налягане при работа с дестилирана вода, обезмаслено и нормализирано краве мляко.

Получените резултати показват, че при работа с мембрани УФ10-ПАН и УФ25-ПАН с дестилирана вода, обезмаслено и нормализирано краве мляко увеличаването на работното налягане от 0,2-0,5 МПа води до нарастване на относителната производителност при температури 20°C, 35°C и 50°C. При всички изследвани течности относителната производителност има по-високи стойности при работа с мембрана УФ25-ПАН в сравнение с мембрана УФ10-ПАН. И двете изследвани мембрани показват най-високи стойности за относителната производителност при работа с дестилирана вода, следвани от обезмаслено и нормализирано краве мляко. Получени са еднофакторни регресионни модели за относителната производителност на изследваните мембрани в зависимост от работното налягане при всички обработвани течности.

Ключови думи: ултрафилтрация, относителна производителност, работно налягане, краве мляко



Investigation of permeate flux of ultrafiltration membranes depending on the working pressure and treated liquid

S. Kozludzhova, M. Dushkova, K. Dinkov, St.Petrov

Abstract

The aim of the investigation was to establish experimentally the dependence of working pressure on the permeate flux during ultrafiltration of distilled water, standardized and skimmed cow's milk with UF10-PAN and UF25-PAN polymeric membranes.

The results show that when the working pressure increases from 0,2-0,5 MPa, the permeate flux increases at temperatures of 20°C, 35°C и 50°C during ultrafiltration of distilled water, standardized and skimmed cow's milk with UF10-PAN and UF25-PAN membranes. The flux has higher values for all experimental liquids when working with UF25-PAN membrane compared to UF10-PAN membrane. Both studied membranes show the highest values of flux when working with distilled water, followed by skimmed and standardized cow's milk.

Single-factor regression models were obtained for the permeate flux of the studied membranes depending on the working pressure for all experimental liquids.

Key words: ultrafiltration, permeate flux, working pressure, cow's milk

Въведение

Мембранните процеси се използват за фракциониране, концентриране и пречистване на течности в различни отрасли на хранително-вкусовата промишленост

(Daufin et al., 2001; Shi et al., 2014; Wang et al., 2008).



Изводи

Получените резултати показват, че при работа с мембрани УФ10-ПАН и УФ25-ПАН с дестилирана вода, обезмаслено и нормализирано краве мляко увеличаването на работното налягане от 0,2-0,5 МРа води до нарастване на относителната производителност и при трите изследвани температури. При всички изследвани течности относителната производителност има по-високи стойности при работа с мембрана УФ25-ПАН в сравнение с мембрана УФ10-ПАН. И двете изследвани мембрани показват най-високи стойности за относителната производителност при работа с дестилирана вода, следвани от обезмасленото и нормализирано краве мляко. Получени са еднофакторни регресионни модели за относителната производителност на изследваните мембрани в зависимост от работното налягане при всички обработвани течности.

За контакти с авторите:

Доц. г-р Мария Душкова, e-mail: maria_douchkova@yahoo.fr
категра „Процеси и апарати“, УХТ- Пловдив

Литература

1. Baldasso, C., Barros, T.C., Tessaro, I.C. (2011). Concentration and purification of whey proteins by ultrafiltration. *Desalination*, 278, 381-386.
2. Butylina, S., Luque, S., Nystroma, M. (2006). Fractionation of whey-derived peptides using a combination of UF and NF. *Journal of Membrane Science*, 280, 418-426.
3. Daufin, G., Escudier, J.P., Carrère, H., Bérot, S., Fillaudeau, L. and Decloux, M. (2001). Recent and emerging applications of membrane processes in the food and dairy industry. *Trans IChemE, Part C, Food Bioprod Proc*, 79(C), 89-102.
4. Espina, V., Jaffrin, M.Y., Paullier, P., Ding, Luhui. (2010). Comparison of permeate flux and whey protein transmission during successive microfiltration and ultrafiltration of UHT and pasteurized milks. *Desalination*, 264, 151-159.
5. Karnataka, J. (2003). Effects of temperature and pH on the flux pattern during ultrafiltration of sweet cream buttermilk. *Agric Sci.*, 16, (4), 636-637.
6. Kumar, P., Sharma, N., Ranjan, R., Kumar, S., Bhat, Z.F., Jeong, D.K. (2013). Perspective of membrane technology in dairy industry: A review. *Asian-Australas J Anim Sci*, 26, (9), 1347-1358.
7. Le, T.T., Cabaltica, A.D., Bui, V.M. (2014). Membrane separations in dairy processing. *Journal of Food Research and Technology*, 2, (1), 01-14.
8. Marella, C., Muthukumarappan, K., Metzgar, L.E. (2013). Application of membrane separation technology for developing novel dairy Food ingredients. *Journal of Food Processing and Technology*, 4, (9), 1-5.
9. Metha, A., Zydney, A.L. (2005). Permeability and selectivity for ultrafiltration membranes. *Journal of Membrane Science*, 249, 245-249.
10. Metsämuuronen, S., Nystöm, M. (2005). Critical flux in cross-flow ultrafiltration of protein solutions. *Desalination*, 175, 37-47.
11. Rinaldoni, A.N., Tarazaga, C.C., Campderrós, M.E., Padilla, A.P. (2009). Assessing performance of skim milk ultrafiltration by using technical parameters. *Journal of Food Engineering*, 92, 226-232.
12. Shi, X., Tal, G., Hankins, N.P., Gitis, V. (2014). Fouling and cleaning of ultrafiltration membranes. *Journal of Water Process Engineering*, 1, 121-138.
13. Tamime, A. Y. (2013). *In Membrane Processing. Dairy and Beverage Applications*. Wiley-Blackwell, USA, 4-12.
14. Wang, L., Wang, X., Fukuski, K. (2008). Effects of operational conditions on ultrafiltration membrane fouling. *Desalination*, 229, 181-191.



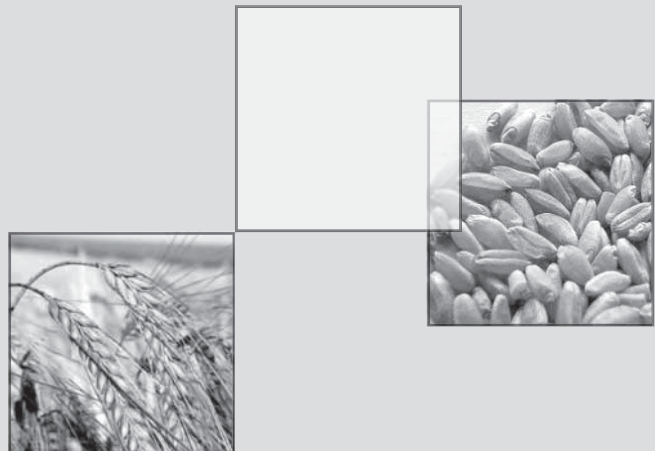
Технологично качество на генотипове твърда пшеница, реколта 2013 г.

доц. д-р Иванка Петрова,
ас. Екатерина Александрова,
доц. д-р Надка Михалкова,
проф. д-р Габриела Маринова,
проф. д-р Валентин Бъчваров
Институт по криобиология
и хранителни технологии, София

Резюме

Целта на изследването е да се направи технологична оценка на селекционни линии твърда пшеница от Институт за полски култури в Чирпан и да се установи тяхната пригодност за включването им в селекционни програми за повишаване качеството на твърдата пшеница. Направена е технологична оценка на 40 линии зимна твърда пшеница, реколта 2013. Определени са основните характеристики на зърното, гриса и макаронения продукт и са сравнени с тези на стандартните сортове Предел и Сатурн 1. Всички изследвани селекционни линии по добив на грис; едрина, хектолитрова маса и стъкловидност на зърното се характеризират с високо млевно качество. Пшениците отговарят на изискването за натрупване на протеин при подходящите за това условия. Носители на силен глютен и съответно на висок кулинарен потенциал са девет селекционни линии, а на добър цвят – седем селекционни линии.

Ключови думи: твърда пшеница, зърно, грис, макаронен продукт, качество



⇒ Technological quality of genotypes durum wheat, harvest 2013

Assoc. Prof. Ivanka Petrova PhD, Assistant Ekaterina Aleksandrova, Assoc. Prof. Nadka Mihalkova PhD, Prof. Gabriela Marinova PhD, Prof. Valentin Bachvarov DTS
Institute of Cryobiology and Food Technologies
1407 Sofia, bul "Cherni vrah" 53, E-mail: pupesa@yahoo.com

Abstract

The aim of the study is to make a technological assessment of durum wheat breeding lines of the Institute of Field Crops in Chirpan and their suitability for inclusion in breeding programs for improvement of durum wheat quality. A technological assessment of 40 breeding lines winter durum wheat harvest 2013 was made. The main characteristics of grain, semolina and pasta product were determined and compared with those of standard varieties Predel and Saturn 1. All breeding lines studied for semolina yield, size, test weight and vitreousness give high milling performance. Durum wheats meet the requirement for protein accumulation in favorable conditions. Nine breeding lines have strong gluten and respectively high cooking potential and seven breeding lines have good color.

Key words: durum wheat, grain, semolina, pasta, quality parameters

Въведение

Твърдата пшеница е традиционната суровина за производство на макаронени изделия, които са универсална храна с множество начини на приготвяне и са ключова част от средиземноморската хранителна диета. Съвременната хранителна наука ги дефинира като богати на минерали (желязо и фосфор), В витамини (тиамин, ниацин и рибофлавин) и фолиева киселина, която е важна за ранното утробно развитие на децата. Качествените изделия са с блестящ кехлибарен цвят и при сваряване са твърди (al dente), еластични и нелепкави. Качеството на макаронените изделия, извън технологията на тяхното производство, е функция на технологичното качество на зърното на твърдата пшеница. Съдържанието на протеин и глутеновата сила като фактори за кулинарното качество, както и цветът на макаронените изделия като първостепенна маркетингова характеристика са най-важните качествени приоритети в съвременната концепция за качество на твърдата пшеница.

Нарастващите изисквания на модерния потребител към качеството на макаронените изделия, както и силната конкуренция в макаронената индустрия в условията на глобализация изискват провеждането в България на целенасочена селекция на поколения сортове с подобрени зърнени характеристики.

Целта на настоящата работа е да се направи технологична оценка на генотипове твърда пшеница, реколта 2013 от Институт по полски култури в Чирпан и да се установи пригодността им да отговарят на съвременни-

те изисквания към качеството на твърдата пшеница.

Материали и методи

Направена е технологична оценка на 40 линии зимна твърда пшеница, реколта 2013г. от селекционни програми на Института за полски култури в Чирпан. Първите 24 проби са от линиите твърда пшеница изследвани и през реколта 2012. Анализирани и сравнени са свойствата на зърното и продуктите от преработването му с тези на стандартните сортове Предел и Сатурн 1.

Технологичната оценка е направена съгласно разработена в ИКХТ и утвърдена в ИАСАС система за оценяване (Петрова, 2000). Хектолитровата маса, масата на 1000 зърна и стъкловидността на зърното като косвени показатели за млевно качество са определени съответно по БДС EN ISO 7971, БДС ISO 520 и БДС EN 15585¹. Смилането на зърното до грис е извършено с адаптирана лабораторна мелница QC-109 Labor Mim (Петрова, 1993). Съдържанието на протеин в зърното и

Таблица 1. Физични свойства на зърното

Сорт Линия	Хектолитрова маса, kg/hl	Маса на 1000 зърна, г с.в.	Стъкловидност %	Добив на грис, %
1. М-268	81,5	37,3	93	61,3
2. М-287	83,4	39,0	98	62,2
3. М-334	85,4	40,2	97	61,3
4. Б.Б.-57	81,4	35,7	93	61,0
5. М-561	82,8	36,8	86	61,7
6. М-615	83,3	38,2	88	61,5
7. Д-7208	83,4	36,2	90	61,5
8. Д-7281	83,1	37,1	96	61,5
9. Д-7557	82,0	35,0	86	61,5
10. Д-7724	81,7	37,9	88	64,7
11. Д-7877	82,3	37,2	100	62,8
12. М-376	82,0	36,8	87	62,4
13. М-562	83,5	36,8	97	63,5
14. М-6433	83,9	37,5	99	64,7
15. Д-7763	84,6	41,5	96	64,9
16. Д-7880	82,5	36,2	93	61,7
17. Д-8063	82,1	35,2	95	62,1
18. Д-8138	81,5	32,1	93	61,9
19. М-269	84,4	34,1	92	60,9
20. М-431	84,5	41,2	89	63,4
21. М-641	84,1	35,5	91	63,5
22. М-628	81,6	40,2	94	64,0
23. М-685	82,2	38,2	97	63,1
24. Д-7905	84,6	40,0	93	63,6
25. Д-7890	85,4	38,4	97	62,5
26. Д-7742	82,1	33,1	87	61,7
27. Д-7941	83,2	33,9	96	62,8
28. В.Б.-56-2	81,9	35,3	77	62,5
29. Д-7866	82,0	31,1	88	62,5
30. Д-7424	84,9	38,3	96	63,5
31. Д-7535	82,3	36,3	94	64,9
32. Д-7827	83,1	37,0	85	63,5
33. Д-8032	82,4	38,3	81	62,0
34. Д-8085	80,7	30,9	76	62,8
35. Д-8111	80,6	36,1	80	64,5
36. М-313/3-А	83,8	39,2	88	62,1
37. М-398	84,5	36,3	91	63,6
38. М-413/1	85,9	35,7	98	63,6
39. М-508	83,9	35,1	81	60,8
40. М-554	82,6	36,6	80	61,3
41. Предел	82,8	46,7	94	64,0
42. Сатурн 1	81,6	36,2	88	61,7

▷ топ списъка на предпочитанията през 2015 г. Следват автентичните етнически и регионални кухни като например храни от Перу и Югоизточна Азия; интересът към филипинската кухня е във възход. Една четвърт (27%) от потребителите на специалитети купуват американски регионални храни.

Мариноване, ферментация, печене и опушване на огън са горещите тенденции при приготвянето на топла храна за 2015 г.; храната на жар се завръща на мода. Хариса, сос Ахи от Южна Америка, корейският сос Гочуянг, азиатският цитрусов плод юзу, японската подправка Тогаши, сос Пери-пери, масла от ядки, солено-пикантни конфитюри, тъмно пиво Стаут, подправки от Близкия Изток, босилек и риган, са сред най-известните в света вкусове, които конкурират популярния тайландски лют сос Шрирача през 2015 г.

Нетрадиционни меса (стек „Кюлот“ или свински пържоли „Ню Йорк“) и по-рядко консумирани риби като лаврак или лефер продължават да бъдат на почит в центъра на блюдата. Продажбите на агнешко са нараснали със 7% през 2014 г.

Скариди, следвани от сьомга, консерви от риба тон, тилапия, сребриста сайда, пангасиус, треска, сом, раци и миди са най-консумираните морски дарове през 2013 г. Стриди, колбаси от морски дарове и предястия от сурова риба (например, Карпачо от морски дарове) са горещите

тенденции за 2015 г.

„Таледжио“, „бурата“, „пекорино романо“, „испаник котиха“ и „куесо фреско“ отбелязаха най-бързо развитие при поръчките на сирена в ресторантите през 2014 г.

Кокос, манго, канела, джинджифил, къпина, мандарина, кайсия и акай са сред ароматите на напитки, които се очаква да са сред най-продаваните за 2015 г. „Арансиата“ и „лимоната“ са сред първите 10 вкуса на напитки с най-бързо растящи продажби в ресторантите.

Близко две трети от потребителите (63%) казват, че се отнасят с голям интерес към сандвичи на барбекю през 2015 г.; 51% цитират луксозни хлябове (напр. бриош, геврек); 41% етнически сандвичи (напр. бан ми, тортас, кубински); 37% „без глутен“, веган, или органичен; 32% уникални видове хляб за сандвичи (напр. нан бао, вафли); и 31% кисели съставки (напр. краставички, лук, или репички).

За потребителите от Гърция, Швеция, Перу, Русия, Германия и Аржентина, които са сред държавите топ-потребители на макаронени изделия, се търси нова вълна от уникални видове паста и рецепти, от шпетцле (кнедли) до пирог. Азиатските спагети са неизползвана възможност. Броят на готвачите, определящи азиатската юфка и фиде, както и ястията с тях като гореща тенденция, скочи с 5% през 2014 г.

Използването на тъмно-зелените листни зеленчуци е сред най-бързо развиващите се кулинарни тенденции – с до 10% повече в сравнение с 2014 г. по данни от готвачи. Търсенето на Югоизточната азиатска кухня е с до 9% повече; на етнически вкус – 7%; на етнически вдъхновени гурме и детски ястия – 6%; на скандинавските кухни – 6%; на нетрадиционни яйца – 6% и на брюкселско зеле – 6%.

Обратно, при гръцкото кисело мляко се отбелязва спад с 11% в сравнение с миналата година; сладки пържени картофи с 8%; месо от говеда, хранени с трева, със 7%; органично кафе със 7%; сладолед с 6%; корейска кухня с 6%; осолена карамел с 5% и кафяв или див ориз с 5%. Сладолед, плоски питки, тапас, десертни леки закуски, екзотични плодове, суперплодове и десерти на хапки са другите продукти, при които се наблюдава тенденция на спад.

Продължава в следващия брой

Тереза Мутафова

По сп. Food technology, април 2015,

полиграфически комплекс

IFO DESIGN

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





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





A. Elizabeth Sloan, PhD, е професионален член на IFT (Институт на хранителните технолози, Чикаго, САЩ) и редактор на Food Technology; президент на Sloan Trends Inc., Ескондидо, Калифорния, САЩ.



МИЛМЕКС ООД
Шоколагена фабрика Милмекс

Производство на широка гама шоколадови изделия

2227 Божурище, бул. Европа 156, ПК 25
тел.: (02) 993 29 00, 490 12 36
факс: (02) 993 32 25, 490 12 3
e-mail: info@milmex.eu
web: www.milmex.eu

Полидей-2 ООД 

Най-българското кисело мляко, кашкавали, топени сирена



Карлово, с. Домлян,
ул. Яне Сандански 8
Тел.: +359/ 319/64 30,
+359/ 88/255 04 01
E-mail: polyday@mail.bg
www.domlian.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

„Градус-1“ ООД 

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




1990

Производство и доставка на хляб и местени изделия



София, бул. „Самоковско шосе“ № 1
тел.: 02/ 979 0669
e-mail: eliaz@gbg.bg
www.eliaz-bg.com



Хлебопроизводство и сладкарство ЕООД - Троян

Производство на хляб и хлебни изделия, козунаци, позачи, гюнерпитки

гр. Троян, п.к.5600
ул. Ген. Карюв №387
факс: 0670 62518
e-mail: troyahleb@abv.bg
тел. за заявки: 0670 62762
моб. тел.: 0884 851478



УХТ, Пловдив
Категра „Биотехнология“

разполага със съвременна апаратура за извършване на:

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

За контакти: доц. г-р Ангел Ангелов
бул. „Марица“ 26, гр. Пловдив 4002
тел.: 032/ 603 608 ; факс 032/ 643 108
e-mail: angelov@uft-bio.com



Производство на месни кулинарни заготовки - порционирани, замразени, готови за директно влагане, с насоченост конфектомати, скари и фритюри в търговски вериги.

ISO 9001:2008.

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



ЗВЕЗДА АД

Изкупуване и преработка на маслодайни суровини, производство на растителни хранителни масла, мастни киселини и шротовете, изкупуване на селскостопански продукти, търговска дейност в страната и чужбина.

5855 Долна Митрополия,
индустриална зона
тел.: 064/908 000; 908 006
факс:064/ 908 001; 908 006
e-mail: zvezda_bg@mail.bg,
www.zvezda-bg.com



РОСА АД

Производство на растителни масла, експелер, екобрикети и мастни киселини

7800 Попово,
ул. „Алеко Константинов“ 4
тел.: 0608/ 47 991, 42 108
факс: 0608/ 47 957
e-mail: rosa_ad1918@mbox.contact.bg



БИСЕР ОЛИВА АД

Производство на растителни масла, слънчогледов шрот, лецитин и мастни киселини

6000 Стара Загора,
кв. „Индустриален“
тел.: 042/ 60 09 18,
факс: 042/ 60 03 82
e-mail: biser@biseroliva.bg
www.biseroliva.bg



ПЛИСКА ОЙЛ ЕООД

Производство на растителни масла, експелер, пелети

9700 Шумен,
ул. „Драгоман“ 9, П.К.145
тел.: 054/ 86 34 98,
факс: 054/ 83 06 87
e-mail: pliska@ro-ni.net

БЕБ –
БИО ЕНЗИМА
България ООД

Дистрибуция на киселини, лактати, високо пречистени минерални продукти, винопроизводство и лозарство, козметика, пивоварство, месопроизводство препарати за почистване и дезинфекция, за дома и септични ями, ензими, антипенители.

1592 София, бул. Асен Йорданов 14
тел.: 02/ 965 13 14; факс: 02 978 95 53
www.bioenzyma.com

**ЕЛИТ-МЕС**
МинеВ-Родопс-
В.Т. ООД

Производство на малотрайни, трайни варено-пушени колбаси и сурово-сушени месни деликатеси

Велико Търново, ул. Гара Трапезица 11
Тел: +359 62 612 124
Факс: +359 62 612 133
E-mail: elit_mes@mail.bg
http://elitmes.bg

**ЗАХАРНИ**
ЗАВОДИ
Горна Оряховица

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

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

БУРДЕНИС-93 ООД



Производство на колбаси и месни деликатеси

Свиленград 6500
ул. „23 септември“ 73
тел./факс: 0379 71 660
e-mail: office@burdenis93.com
www.burdenis93.com

„РАДУЛОВ“ ЕООД

Газирани, негазирани напитки

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

**DERONI**

Консервирани зеленчуци, полуготови и готови продукти

6300 Хасково, ул. „Добруджа“ №36
тел.: +359 38 661167,
+359 661168, 661169
факс: +359 38 60 99 20
e-mail: deroni@deroni.com
www.deroni.com

**Хайпро**
България ООД

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

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

**МИКРОАРТ-7**
ООД

Производство на колбаси и месни деликатеси по немски рецепти

5930 Белене, ул. „Люлин“ 4, П.К. 107
тел.: 0658 32 780
факс: 0658 36 820
e-mail: microart7@vip.bg
www.microart7.com

**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

ДЕН ООД

Производство на сурово слънчогледово масло, слънчогледово кюспе и шрот.

5800 Плевен,
ул. „Републиканска“ 10
фабрика: Милковица
моб.: 088/ 850 64 38
e-mail:info@denltd.com

КИПС ЕООД

Производство на колбаси, месни деликатеси и полуфабрикати

6600 Кърджали, Промислена зона - район ж.п. гара
тел.: 0361/ 62 227; 62 228
e-mail: kip@mail.bg

**ВРА НОВО**
СВИНЕКОМПЛЕКС
ГОЛЯМО ВРАНОВО
ИНВЕСТ АД

Отглеждане на свине, месопреработка и месодобив

Голямо Враново 7065,
ул. Русенски път №1
тел. /факс: 082 82 67 74;
тел.: 082 82 67 73; 0886 319 544
e-mail: office@svk-invest.com

PANTELEY
Toshev

ГЛЮКОЗО-ФРУКТОЗНИ СИРОПИ

НОВА СЕРИЯ

Исуит е иновативна серия глюкозо-фруктозни и инвертирани захарни сиропи. Те представляват вискозна течност, получена чрез контролирано разтваряне на дизахариди от захарно цвекло и захарна тръстика със сухо вещество от 65- 83 Вх.

Българско производство.
Продуктите са произведени по собствена технология на Пантелей Тошев ООД.
Не е продукт от царевица.
Не съдържа ГМО.

ОСНОВНИ ПРЕИМУЩЕСТВА:

1. По-сладки от захарозата с ~30%.
2. По-добър вкус сравнено с продуктите базирани на царевица.
3. Подобряват растежа и скоростта на възпроизводство на дрождевите клетки по време на ферментация.
4. Съхранението им е в нормални складови условия без темпериране. Продуктите не кристализират до минус 5 градуса по Целзий!
Инвертните ни сиропи са с перфектна микробиологична чистота и стабилност.

Може да се прилагат директно, без предварителна пастьоризация и филтрация.

гр. София
Адрес: с. Лозен 1151, общ. Столична,
ул. "Съединение" №311
Тел.: 02 923 1800; Факс: 02 978 5250
Ел. поща: office@toshev.eu
www.toshev.eu



Food Fair No. 1!

Apply to participate
and meet **682 companies**
from **37 countries** and
more than **37,700 visitors**
from **50 countries** of the
world!*



Riga, Latvia

Baltic Region,
European Union

Book an exhibit space,
tell the keycode **RF2015BG**
and get **10%** off the exhibit
space rental fee!

2-5 September



Riga Food 2015

GADI • YEARS • JĒT • JĒT
20
GADI • YEARS • JĒT • JĒT

20th international **trade fair for food**, beverages, food
processing, technologies, packaging, innovation,
horeca and shop equipment and services

International premium quality **food competitions**

Competitions of **chefs** and **pastry cooks**

Bartenders competitions

Main office

International Exhibition Company BT 1

Kipsalas 8, Rīga, LV-1048, Latvia

Phone: +371 67067550, 67065005

Fax: +371 67067551

E-mail: rigafood@bt1.lv

www.rigafood.com

Partners:



* Data from "Riga Food 2014"

28.09. - 3.10.2015

МЕЖДУНАРОДЕН ТЕХНИЧЕСКИ ПАНАИР

71-во издание на Международния технически панаир - наследник на
Първото българско изложение.

Един от най-авторитетните форуми за инвестиционни стоки
и технологии в Югоизточна Европа



www.fair.bg

Специализирани изложби:
Акватех, Аутотех, Елтех, Енеко, Интермин Експо, Инфотех
Машиностроене, Стройтех, Химия



Международен панаир Пловдив