

ХВП

www.fpim-bg.org

ХРАНИТЕЛНО-ВКУСОВА ПРОМИШЛЕНОСТ

1/2014



Избор на живот

За вас сладкари



„Захарни фигури и декорация“

Тридневен практически курс
за фигурките на
международно известната

Нели Йосефсен
Норвегия



За повече информация
и записване:

Виолета Георгиева

София 1000,

ул. „Г.С.Раковски“108, офис 605;

тел./факс 02/ 988 05 89;

GSM 0889 26 31 09

e-mail: fpim_adv@abv.bg;

info@fpim-bg.org

www.hvp-bg.eu



Рецептата за успех

Граховите фибри **Swelite®** осигуряват:

- ✓ Изключително добро водозадържане - 1 г **Swelite®** свързва 10 мл вода на студено;
- ✓ Оптимизиране на производствените разходи;
- ✓ Подобрена структура при различно качество на месото;
- ✓ Отлично заместване на различни видове протеини (соев, животински, месен);
- ✓ По-висок рандеман при производството на малотрайни колбаси;
- ✓ По-лесно отделяне на обвивката при кренвирши и наденици;
- ✓ Запазване на формата и големината на продукти от млени меса, след топлинна обработка;
- ✓ Значително намаляване на загубите след термичната обработка;
- ✓ По-сочен краен продукт.



Swelite®

Граховите фибри **Swelite®** са:

- ✓ Натурални продукти (без Е номер);
- ✓ С неутрален вкус и цвят;
- ✓ Кошер и Халал сертифицирани;
- ✓ Свободни от глутен, алергени, и генно модифицирани субстанции;
- ✓ С бял цвят, приложими за натурално избелване на тъмно месо от пилешки бутчета и МОМ.



ЗА ДА ПРОИЗВЕЖДАТЕ НАЙ-ДОБРОТО ОТ МЕСО - МОЛЯ, СВЪРЖЕТЕ СЕ С НАС:

КУК-България ЕООД
4003 Пловдив, ул. Г. Бенев 3
тел. 032 94 67 63; факс 032 96 75 58
e-mail: Ani.Mihaylova@kuk.com



SOLUTIONS FOR PHARMA & FOOD

Съдържание

Година LXIII
Брой 1/2014

АНА БЪЛГАРИЯ
www.anibg.com
Опаковъчни решения за всеки

В центъра да бъде потребителят	5
Нови правила за етикетуване месото	10
Месната индустрия се нуждае от радикално преосмисляне	11
„Майстор Цветко“ оптимизира бизнес процесите и постига висока ефективност с Microsoft Dynamics NAV и NAVfood	13
Комплексни решения за успешен бизнес	14
Стойност срещу пари	16
Сладки за Свети Валентин	20
Защо биоземеделieto запада	22
Полският опит в риболовния сектор	23
Наблюдател	26
Нови книги	28
Приоритетите на FoodDrinkEurope за гръцкото председателство	29
Чао-чао черна кутия	30
Вести от ССА	31
Нови подходи за създаване на функционални месни продукти. Обзор	33
Анализ на трудовият травматизъм в ХВП и туризма	37
Устойчивото развитие и икономическите успехи са тясно свързани	42
Бизнессправочник	45
Свят на храни и изкуство	48



Фирми, представени в броя:

Готмар
Готи
ЕКСПОФОРУМ
ИБАТЕХ
Интелидженънт Системс
България
ИФО дизайн
КУК България
КООП ХВП
Порше БГ
Ре Бранг
Све Флекс
Теа Трейдинг
Тракийски университет
ЦСБ България



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,
г-р Лидия Михайлова, инж. Майя Стойчева,
инж. Милчо Бошев, доц. Пантелей Денев,
ст.н.с. Петър Христов, г-р Светлана Минкова,
ст. н. с. г-р Христо Юркоу,
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

Редактор: Снежанка Христова, тел.: 02/ 988 05 89

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 позоваване на източника.
Редакцията не носи отговорност за съдържанието на рекламните и PR материали. Мнението на редакцията не винаги съвпада с мнението на авторите на статиите.
Абонамент чрез Български пощи, „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,
Ph.D. Veselka Duleva, Ph.D. Lidia Mihaylova,
Dipl.eng. Maia Stoicheva, Dipl.eng. Milcho Boshev,
Assoc. Prof. Panteley Denev, Assoc. Prof. Petar Hristov,
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

Editor: Snezhanka Hristova, Tel.: + 359 (0) 2 988 05 89

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,

Ще започна с благодарност към всички вас, които в момента четете тези редове – Благодаря Ви от името на скромния ни екип за това, че се абонирахте за списание ХВП, че ще сме заедно и през 2014-та. Но, за да сме наистина заедно, пак искам да ви напомня, че сме готови да отговаряме на вашите въпроси, да намираме заедно решения на проблемите, да популяризираме успехите ви. Достатъчно е само да позвъните или да пуснете един мейл...

В последния брой за миналата година си позволих да маркирам малки наченки на оптимизъм. Сега се питам дали съм имал основание – въпреки ласкателните изказвания на висши представители на властта по отношение на отрасъла, все още не се забелязват никакви конкретни стъпки за стимулиране на българската хранителна и питейна индустрия. Много е хубаво това, че парите на земеделците са изплатени, хубаво е, че в новия програмен период 2014-2020 приоритет ще се даде на българските плодове и зеленчуци. Но достатъчно ли е, за да се изправи на крака този основен за страната ни отрасъл? Едва ли. Защото глобализмът има предимства, но има и недостатъци. Един от тях е, че за да оцелее, нашата преработвателна промишленост има нужда и от държавна подкрепа, както впрочем това е факт в редица страни. Кооперирането е другият препъни камък, който нашите производители и преработватели трябва да прескочат, за да оцеляват по-успешно. Да не спомеनावаме актуалните иновации, връзката наука-производство, търговските проблеми и т.н. Все теми, които по един или друг начин намират място на страниците на списанието, а отскоро и на сайта ни.

И още нещо. В този брой ще се запознаете с претенциите на Европейската конфедерация на хранителната и питейна индустрия към гръцкото председателство на ЕС относно политиката му към отрасъла в европейски мащаб. Кога ли и ние, българите, ще преодолеем своя егоцентризъм и индивидуализъм, и ще проумеем, че девизът, който повече от 100 години краси Народното ни събрание не е просто украса. А една необходимост. И сега, когато говорим за нов Закон на храните, когато търсим начини да защитим интересите на българските производители на храни и напитки, да популяризираме българските продукти, повече от всякога ни е необходима единна организация. Един предишен министър искаше да ни организира с министерско нареждане и да му се отчита всяка година. Слава Богу, днес сме далече от такава опасност. Но това още повече налага да се замислим. Дали ще възродим безвъзвратно погналата БАХПИ или ще потърсим нова форма, чрез която да защитаваме интересите си е по-малкият проблем. Основното е да надмогнем себе си и да създадем структура, която да е достоен представител пред държавата, пред българската и международна общественост на всички, произвеждащи онова, което слагаме на трапезата си.

Петко Делибеев
гл. редактор



Content

Year LXIII
Issue 1/2014

АНА БЪЛГАРИЯ
www.anibg.com
Опаковъчни решения за всеки

The customer should be in the center	5
New labeling rules for meat	10
Meat industry needs radical rethink	11
„Master Tsvetko“ optimizes business processes and achieves high efficiency with the Microsoft Dynamics NAV end NAVfood	13
Integrated solutions for successful business	14
Value for Money	16
St. Valentine cookies	20
Why biological agriculture declines	22
Polish experience in the fishing sector	23
Observer	26
New books	28
FoodDrinkEurope sets out priorities for the Greek Presidency	29
Bye-bye black box	30
News from the Agricultural Academy	31
New approaches to creation of functional meat products. A Review	33
Analysis of accidents at work in food and flavour industry and tourism	37
Sustainability and economic success are closely connected	42
Businessguide	45
World of food & art	48



*Companies represented
in the issue:*

CSB Bulgaria
COOP FPI
EXPOFORUM
IBATEH
Intelligent systems Bulgaria
IFO Design
GOTMAR
Goty
KUK Bulgaria
Porsche BG
Re Brand
Sve Flex
Tea Trading
Thracian University



В центъра да бъде потребителят



Една промяна в ръководството на БАБХ привлече вниманието на всички, заети в нашата ХВП. Срегнахме се с проф. Пламен Моллов, новият изпълнителен директор на Агенцията в началото на годината, за да поговорим за бъдещето.

Проф. Моллов, в първите си пресконференции дадохте заявка за промяна в стила на работа и ак-

центриране на защитата на потребителите. Показателна в това отношение е и кампанията 24/30. Доволен ли сте от постигнатото през първите месеци тук?

Ще го кажа по следния начин – аз наистина смятам, че когато се прави контрол на храните, в центъра на вниманието трябва да бъде потребителят, а не контролният орган и съответният доставчик на храната. Което означава, че колкото и да са рестриктивни мерките, колкото и да са активни, те в крайна сметка трябва да доведат до една сигурност и спокойствие на всеки един гражданин.

Това, което заварих като първо впечатление в Агенцията бе, че отчитането на контролните дейности става единствено по количествени показатели: извършени едни колко си проверки, установени едни какви си нарушения и т.н. Нещо, което може би за пред мисиите от Брюксел звучи перфектно – да се даде представа колко работа е свършена. Обаче, от гледна точка на ефективността на контрола, не дава никаква информация. Защото и хиляда проверки да се извършат, нямаме гаранция, че от това се е подобрил контролът, ако няма последващи оценки, ако няма анализи докъде водят тези проверки. Т.е. този анализ на ефективността, на резултата от проверките фактически сега се губи.

И едно от първите неща, които възложих, е да се работи по създаване на процедури за контрол на контролните действия, извършени

от инспекторите. Идеята е този контрол наистина да стане ефективен, и хората да почувстват този ефект. Това, което въведохме по празниците, се прави за пръв път в Агенцията, а именно: първо – 24-часов контрол и второ – 30 дни нон стоп, без почивни дни. Традиция е, а и по различни съображения контролът се извършва предимно в работно време. Аз смятам, че за да има сигурност в хората, контролът трябва да е непрекъснат. Затова направихме и този пилотен експеримент – как ще функционира? Във всички случаи той изигра превантивен ефект – по бройка проверките са горе-долу от същия порядък както миналата година, но като бройки установени нарушения са почти два пъти по-малко от предходната година, т.е. получил се е един сериозен превантивен ефект.

От друга страна обаче си давам сметка, че това трябва да бъде ежедневна и целогодишна практика, а не просто една кампания. Но за целта се изискват промени във вътрешните правила на Агенцията, което предстои да бъде направено. Ще се въведе едно мобилно звено, което също ще има функцията за контрол над контролните дейности. В известен смисъл да дисциплинира извършването на контролните дейности. Пак в тази връзка, това го казвам за пръв път, ще въведе фигурата на скрития



Бизнес IT-решението за цялото Ви предприятие



Успехът е въпрос на система

**По-бързо
По-надеждно
По-продуктивно**

Успешни предприятия от бранша „Хранителна промишленост“ в цял свят залагат на CSB-System. Увеличете и Вие своята конкурентноспособност с нашите комплексни IT-решения.

Вашите предимства:

- Оптимално предефинирани процеси
- Покриване на всички браншови изисквания
- По-бърз ROI чрез кратко време за имплементиране

Сканирайте QR-кода и се информирайте по-подробно



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

⇒ инспектор, който ще е стационариран на първо време в София, след това и в други по-големи градове. Идеята е дисциплиниране на контрола. Защото дори при перфектно разписани процедури, ако нямаме ефективни механизми и инструменти, с които да проверяваме резултата от контрола, няма гаранция, че тези процедури ще бъдат спазени изцяло.

От друга страна искам да отворя Агенцията за потребителите. Всеки човек е чувствителен към въпросите, свързани с храните и храненето. Обаче практиката показва, че голямата част от хората не са информирани достатъчно и не са информирани добре. Агенцията, със своя сайт, какъвто е в момента, не допринася по никакъв начин за такъв тип информиране на обществото. Това нещо трябва да се промени и част от цялостната ми концепция за промяна и модернизиране на Агенцията е да превърнем сайта ѝ в потребителски портал. В момента вече се работи по темата. Това най-общо ще означава, че в един момент този портал ще дава възможност за пряка комуникация с потребителите, главно през социалните мрежи. Т.е. наши органи отиват, проверяват и установяват проблем, пуска се информацията в социалните мрежи и има бърза ответна реакция. Съответно, сигнали от граждани през социалните мрежи идват към нас и ние пращаме екип за проверка. В известен смисъл това ще даде възможност да се направят два типа класации – черен списък на обекти и фирми, които повтарят лоши практики и бял списък на тези, които пък показват добри резултати от проверките. Аз смятам, че една такава система ще даде възможност за въвлечение на обществото в този контрол. Защото колкото и проверки да се правят, инспекторите на Агенцията са ограничен кръг хора. Обектите, които контролираме, са над 100 хиляди. А ако правим проверки и на продуктите, става още по-сложно. Т.е., Агенцията не може да извърши дори един малък процент от необходимите проверки на продукти.

Какво трябва да се промени? Трябва да се променят две неща – едното е да въвлечем обществото под някаква форма, информирайки го и търсейки обратна връзка. От друга страна Агенцията трябва да съсредоточи усилията си там, където са всъщност проблемите. А проблемите на българския пазар на храни са на две основни места – едното са граничните контролно-

инспекционни пунктове, където трябва да се извършва достатъчно добър и надежден контрол и другото място са системите за управление в самите фирми, които произвеждат храни. Това са двете места, където се случват основните нарушения. Когато хванем системно и добре тези две места за контрол, тогава върху пазара ще има достатъчно добър ефект, защото няма да има нужда да се проверяват много продукти, по-добре е да се проверяват възможно повече системи. Ще се създаде възможност контролът да бъде по-ефективен, по-рационален. Т.е. една система на един производител, която е доказала, че действа добре, няма смисъл да бъде проверявана ежемесечно. Тя може да бъде оставена за по-дълъг период, защото носи малък риск. Но в същото време други обекти и фирми имат недобре изградени системи, съществуващи само на документация, нямат необходимите контролни листове и доказателства, че наистина работи системата – там е висок рискът, там трябва да се насочат усилията за по-сериозен и почест контрол.

Казвате, че акцентът на контролната дейност ще падне върху производителите. Съвместява ли се това със също така изразения стремеж за ограничаване на сивия сектор, доколкото вашите органи по традиция проверяват само регистрираните фирми?

Затова го виждам мобилното звено, скритият инспектор, затова въвеждаме ежедневен контрол и в почивните дни. Защото практиката показва, че сивият сектор работи или в извънработно време или е в някаква „добра комуникация“ с даден инспектор. Но ако има вторичен контрол над дейността на инспектора, това е формата, чрез която може да се бори сивия сектор. Разбира се, във всяка страна в света има сив сектор, въпросът е в размера, в дозата. Дозата трябва да е приемлива за обществото, за да не влияе върху пазара, върху неговото изкривяване.

Аз не си мисля, че ще преборя 100 процента сивия сектор, но със стъпките, които тръгваме да правим, ако успеем поне да го намалим наполовина на първо време, аз ще бъда доволен, защото това ще има огромен ефект и той ще се почувства от всички на пазара. Т.е., нещата трябва да бъдат не толкова мащабни, колкото последователни и системни. Последователни – едно след друго да

се случват неща, които водят в една посока и системни – защото не бива да има инцидентни контролни действия. Затова казвам, че кампанията която направихме беше за мен пилотен тест дали това може да се направи и какъв е резултатът. Оказа се, че може, че има резултат. Сега остава да разпространим този резултат върху по-дълъг период от време и върху по-голяма група обекти.

Всеизвестно е, че за да контролираш, трябва да си поне на нивото на контролирания по компетентност. Това поставя изискването за високо квалифицирани кадри, които да обслужват контрола. Какво смятате да предприемете в тази посока?

Първи стъпки в това отношение ще извървим с една голяма търговска верига. Идеята е за взаимно обучение, което ще бъде в основата за предприемане на по-нататъшни контролни действия. Взаимно обучение – нашите инспектори да разберат каква е системата за самоконтрол в тази голяма търговска верига, как стават нещата там, какво се прави, а инспекторите на търговската верига, т.е. вътрешните контролори по качеството, да видят какви са нашите изисквания, какви са нашите процедури и т.н.

Аз съм убеден, че в партньорство с бизнеса могат да се постигнат подобри резултати, отколкото в игра на стражари и апаша. Защото дебнетото не винаги дава добър резултат. То е необходимо в някои случаи, но когато говорим за контрол, бизнесът и контролният орган се явяват партньори. Те работят в интерес на изсветляване на пазара. Особено коректните бизнеспартньори трябва да бъдат насърчавани за техните практики. Трябва по някакъв начин, без да им правим реклама, да ги фаворизираме като стопански субект, трябва да бъдат обявявани, да бъдат учредявани награди за добрите практики, които са въвели.

Ние работим върху тези неща, но това изисква много време, защото трябва да бъде променен начинът на работа на нашите инспектори. В момента се работи по изготвяне на нови процедури за контрол, по които те да работят, начини по които да отчитат резултати и т.н. Това е друг начин на работа, който не е революционно нов, а е надграждане на знанията..., защото аз твърдя, че в Агенцията има много добри специалисти, много добри инспектори,

но когато отсъстват ясно разписани правила, по които да се работи, това създава възможност за индивидуална интерпретация, което не е добре. Затова искаме да разпишем ясно всички основни правила, да ги знаят инспекторите.

Необходимо е също да се обезпечат всички части на хранителната верига с достатъчен капацитет от специалисти. Винаги съм казал и продължавам да твърдя, че в Агенцията има дисбаланс в полза на ветеринарно медицинските специалисти. Наистина, тук има много функции, свързани с профилактика и здравеопазване на животните, където ветеринарните лекари са незаменими. Обаче има част от хранителната верига, каквито са да кажем заведенията за хранене, магазини, преработвателни предприятия за растителни продукти и т.н. където тези специалисти нямат работа. Ето защо, наред със самодернизирани на Агенцията като структура, като бройки, така и по отношение на различните сфери дейностите ѝ трябва да се оптимизират.

Един два гафа на предшествениците Ви показаха колко е важно да се разполага освен с квалифицирани

кадри и с добре оборудвани лаборатории.

Това е супер проблем защото лабораторният контрол е гръбнакът на контрола. Всъщност без лаборатории не може да се прави добър контрол. Това е аксиома. Оттам нататък обаче има следната картинка, която е в цял свят, а и в България е аналогична. На полето на лабораторния контрол се явяват два типа организации – едните са държавни, другите са частни. Когато са държавни, винаги възниква подозрение, че са повлияни от структурата, към която принадлежат. Когато са частни, винаги надделява подозрението, че работят по чисто икономически съображения и контролът пак не е надежден. Т.е. създава се проблем в очакването за един постоянен, стабилен и независим контрол от страна на лабораториите.

Затова аз вътрешно съм убеден, че трябва да се направи следното нещо, към което насочват и регламентите: Изпитвателната дейност би следвало да се прави от независими органи, независими лаборатории, които имат необходимата компетенция. Те са акредитирани, ние сме ги избрали в резултат на наши проверки, доказали

сме, че не само имат професионални компетенции и съответни практики – кадри, оборудване и т.н., за да правят определени изпитвания, но имат и необходимата квалификация за изследванията, които им възлагаме. Оттам нататък обаче трябва да бъде гарантирано, че в тези частни лаборатории, които ще поемат основната част от изпитвателната дейност, няма да има никакви отклонения след определено време... За да не се получи това трябва да има два типа тестове за тези лаборатории – т.нар. ринг тестове, които са нещо като одит на едно предприятие, и изненадващи инспекции на тяхната дейност, при които се прави паралелен контрол. Ако тези две неща се въведат и ги прави държавата чрез държавната лаборатория, тогава тя приема вече референтни функции. И бидейки референтна лаборатория, тя всъщност ще прави паралелни лабораторни изпитвания, ще проверява дали дадена лаборатория работи както трябва. Ако тя работи както трябва, за нас е по-евтино да делегираме тази дейност и да я направим независима от нас. Това е по-правилния модел. Но той изисква нашата референтна лаборатория също да е оборудвана



DULEVO
INTERNATIONAL
www.dulevointernational.com

JUNGHEINRICH
www.jungheinrich.com

ГОТНИ
www.gothi.bg

Готи ООД е официален представител на фирмите DULEVO INTERNATIONAL и JUNGHEINRICH AG за България. Почистващата техника с марката DULEVO ще задоволи дори и най-специфичните Ви изисквания в областта на почистването. Широката гама допълнително оборудване дава възможност за постигането на максимални резултати. Машините с марката JUNGHEINRICH предлагат иновативни и високо технологични решения в областта на логистиката и складовата дейност. Готи ООД предлага пълна гама подемно-транспортна и почистваща техника, подходяща за работа в производствени помещения и логистични бази на хранително-вкусовата промишленост, производство на алкохолни и безалкохолни напитки, производство на опаковки и амбалаж и др. Ние ще Ви предложим най-подходящата машина за Вашите условия. Като лоялен, надежден и коректен партньор залагаме на дългосрочно сътрудничество с нашите клиенти.

"ГОТНИ" ООД
бул. «Цар Борис III» 370
1619 София
Тел.: 02/ 957 00 35
Факс.: 02/ 957 00 34
GSM: 0878 33 22 11
www.gothi.bg
office@gothi-bg.com

ГОТНИ
Manufacturing and Logistic Technology

⇒ на високо ниво, така че да може да извършва необходимите тестове, а и съответна реорганизация на дейността ни. Аз работя и в двете посоки. Има комисия, която се занимава с изработване на нова концепция за лабораториите, а аз подготвям доклад за дообурдване на нашите лаборатории и съответно за някаква промяна в нормативната уредба. Когато това стане ще има вече много висока степен на гаранция, че нещата са обхванати както трябва.

Много За и Против се появиха в последните години срещу т.нар. стандарти, които като че имат повече пиар стойност. Вашето мнение за тях и за качеството на българските хранителни продукти?

Това, което произведе този пиар, в краен резултат е, че хората смятаха, че стандартите са панацея за проблемите на пазара. Което въобще не е вярно. Аз ще отбележа няколко основни пункта, които ще изяснят моето мнение за стандартите. Стандарти по принцип не са нещо лошо. Стандарти трябва да има, защото те са едни общоприети правила на работа, които максимален брой участници на един пазар приемат, за да работят и да улеснят своята дейност на пазара. Така че да има стандарт по начало не е лошо. Когато обаче той е широк стандарт, в смисъл държавен – БДС-стандартите са национални стандарти, или е тип „Стара планина“, т.е. утвърден за широк кръг производители – той е достатъчно широк стандарт, за да може да съдържа изключително високи изисквания. Защото трябва да го покрият максимален брой участници на пазара. Следователно пазарът сам по себе си определя, че стандартите са необходимо, но най-ниско ниво. Оттам нататък възниква въпросът: **Какво всъщност движи прогреса на пазара, кое води до нови продукти?** Не са БДС-тата, не са Стара планина стандартите, не са други подобни Утвърдени стандарти.

Икономическият двигател на пазара на качествени храни са Технологичните документации (ТД) на самите фирми. ТД на една фирма се базира на различни утвърдени стандарти – международни, български, всякакви, но оттам нататък тя си доразработва своите вътрешни правила, които я отличават от другите фирми и я правят конкурентна. Една Кока Кола няма нужда да спазва БДС, за да излезе на нашия пазар. Изискванията на фирмения стандарт на Кока Кола

сигурно са един порядък по-високи отколкото БДС за безалкохолните напитки. Следователно, проблемът е в Технологичната документация.

Ще повтора нещо, което и друг път съм казвал, контролът е онова, което гарантира пазара, а не самият стандарт сам по себе си. Стандартът е предпоставка, но недостатъчно условие за безопасността и качеството на храните. Затова аз си мисля, че основните усилия трябва да се съсредоточат във фирмените стандарти. И тук идва деликатният момент – отпаднало е изискването, при нашата криворазбрана пазарна икономика, въобще да се контролират технологични документации. Сега търсим начин с нормативна промяна да въведем някакъв тип изисквания за минимално качество на храните, които стигат до пазара. За да имаме форма на проверка на ТД. А тя трябва да се проверява при всяка проверка на даден обект. Но освен това, тя трябва веднъж и да се одобри! Не може всеки да си измисля някаква ТД, като знае, че никой не я контролира – затова на пазара се появяват всевъзможни продукти. Ние трябва да намерим формата, по която да спрем това. Преди имаше специални съвети, които проверяваха ТД. И тук не говорим за спецификата, която трябва да влезе в ТД. Това никой не бива да контролира. Но може да се заложи в нормативен акт определени изисквания, които да бъдат покрити. Ако например казваме, че в едно кюфте има 60% свинско и 40% говеждо месо, трябва да има някакъв параметър, по който ние да го установим, да има показател, който да ни дава основание да го проверим. И това да не е пожелателно, както е в стандарт „Стара планина“. Той не дава параметър, по който да проверим това съотношение. Ние трябва да заложим такъв параметър, с който да кажем: *Да. Имаме сериозни основания да мислим, че това е така или обратното.* Това нещо ще изисква обаче известно време. В момента привличам специалисти, които да ни подсказват подобни възможни показатели за различни групи храни. Защото смятам, че по този път ще изправим пазара.

Живеем в динамично време, в което условностите, регламентиращи нашия живот бързо се променят. В този контекст какво е мнението Ви за необходимостта от нов Закон за храните.

Категорично съм за това да има

нов Закон за храните, въпреки че знам, че в работната група към МЗХ надделява мнението да се прави Закон за изменение и допълнение (ЗИД). От моята лична практика и по дълбока вътрешна убеденост смятам, че трябва да се направи нов Закон, защото първо ЗИД няма да може да обхване всички казуси и самото му съгласуване ще изисква страшно много усилия и време, и със сигурност той ще стане по-бавно, отколкото би станал един нов рамков Закон за храните. Нещо, което винаги съм търдял...

Трябва да има нов Закон защото старият е писан преди България да се присъедини към ЕС. И най-нормалното е, след като обществените отношения са променени, да имаме промяна в Закона и то кардинална. Няма нужда да повтаряме в него неща, които са преписани от Регламенти. За какво ни е това? Когато дава национална специфика е хубаво. Но когато повтаря едно към едно регламента вече става безсмислено. На нас ни трябва рамков закон, който да определи общи принципи, както е Регламент 178 и оттам нататък да има наредби – наредба за нови храни, наредба за биологични храни, наредба за ГМО, за добавки, за етикетирание и т.н. Т.е., един динамичен рамков закон, който дава възможност чрез наредби да се реагира много бързо. Аз виждам, че в рамките на две-три години законодателството в ЕС се обменя почти на 100%. Докато ние създадем този закон то ще се смени поне още един път. Така че не съм фен на промяната на стария, искам да направим един нов Закон. Това е моето вътрешно убеждение.

Дано то стане убеждение и на колегите Ви, а какво друго бихте пожелали за Новата година на себе си и на колегите?

Ще си пожелаю да съм здрав, ентусиазмът ми няма да намалее. Аз съм се отдал на тази задача, която приемам като мисия. На колегите от бизнеса, които се занимават с храни, заявявам да бъдат уверени, че ще бъдем добри партньори и с коректните доставчици ще имаме коректни отношения, ще търсим начини взаимно да си помагаме, за да изправим пазара. На потребителите желая да са здрави и да вярват, че Агенцията ще бъде подобрена в такава посока, че те да имат в нея много по-голямо доверие отколкото досега и да са спокойни и сигурни всеки ден.

Петко Делибеев

МАРИНАТИ „ГРИЛФИКС“ И ОКРЕХКОТИТЕЛ „ЦАРТ-О-ФРЕШ“ ЗА ПИЛЕШКИ ЗАГОТОВКИ (без шприцоване) трайни, крехки, вкусни и с гланц

ЦАРТ-О-ФРЕШ е окрехкотител на прах.

СЪДЪРЖА: сол, регулатори на киселинността: E331, E262, малтодекстрин, антиокислител: E301, плодов прах (ябълки, ябълков концентрат, ананас екстракт), екстракти от подправки.
Доза: 10 гр / 1 кг месо.

Смес с окрехкотител за объркване:

100.0 кг Заготовки от птиче месо (филе, бут)
2.0 кг Вода
1.0 кг Царт-О-Фреш

103.0 кг готов продукт **натурална заготовка**



МАРИНАТИ „ГРИЛФИКС“ са прахообразни.

СЪДЪРЖАТ: сол, регулатори на киселинността: E262, E331, малтодекстрин, плодов прах (ябълки, ябълков концентрат, ананас екстракт), екстракти от подправки. Доза: 40 гр / 1 кг месо.

МАРИНАТА С ВОДА се рехидратира (2 % спрямо месото). МЕСОТО С МАРИНАТА се обърква съвсем за кратко. ОЛИОТО се прибавя накрая и също се обърква (3 % спрямо месото) за запечатване и гланц.



Смес с марината за объркване:

100.0 кг Заготовки от птиче месо (филе, бут)
2.0 кг Вода
4.0 кг ГРИЛФИКС Маринати
3.0 кг Олио

109.0 кг готов продукт **овкусена заготовка**

ГРИЛФИКС БУДАПЕЩА арт. No. 180404
богато овкусена - леко люта, с вкус на чесън, чушки и домати

ГРИЛФИКС ИНДИЯ арт. No. 180415
елегантна, с вкус на джинджифил

ГРИЛФИКС БИЛКОВА арт. No. 180408
богато овкусена, с вкус на билки

ГРИЛФИКС РОЗМАРИН арт. No. 180407
богато овкусена, с вкус на розмарин

ГРИЛФИКС СИЦИЛИЯ арт. No. 180413
овкусена с италиански билки и домати

ГРИЛФИКС АРЖЕНТИНА арт. No. 193145
с вкус на черен пипер, лук и чесън, съдържа натурален консервант

ПОЛЗИ ЗА ПРОИЗВОДИТЕЛИТЕ НА ПИЛЕШКИ ЗАГОТОВКИ:

Отговарят на изискванията на Наредба 32 за пилешки продукти / доп.изм.2011 г.

НАТУРАЛНА ЗАГОТОВКА САМО С „ЦАРТ-О-ФРЕШ“ • ОВКУСЕНА ЗАГОТОВКА С МАРИНАТИ „ГРИЛФИКС“

- съдържат съставки за трайност и крехкост на месото
- оптимален рандеман
- всички маринати и окрехкотителя са без протеини, без фосфати, без глутамат и без алергени
- отпада вписването им върху етикетите на готовите месни заготовки

Нови правила за етикетирание месото

В официалния вестник на ЕС е публикуван Регламент за изпълнение (ЕС) № 1337/2013 на Комисията от 13 декември 2013 година за определяне на правилата за прилагането на Регламент (ЕС) № 1169/2011 на Европейския парламент и на Съвета **относно посочването на страната на произход или мястото на произход за прясно, охладено или замразено месо от свине, овце, кози и домашни птици.**

Новите правила предвиждат посочването на „страна на произход“, „отгледано“ и „заклано“, които ще залегнат в системата за етикетирание и задължителна проследимост, за да се установи връзката между месото и мястото му на произход, включително и специфичните разграничения между продуктите на Общността и продукти извън Евросъюза.

Регламентът ще се прилага от 1 април 2015 г. за всички по-горе посочени пресни, охладени или замразени меса във всички гържави членки. Гратисният период е необходим, за да се гарантира необходимото време за производителите да се нагодят към новите изисквания. Регламентът не се прилага за месо, което законно е пуснато на пазара на Съюза преди 1 април 2015 г., до изчерпване на наличностите.

Ще се спрем на някои основни понятия, обхванати от новия регламент:

Съгласно член 26, параграф 2 от Регламент (ЕС) № 1169/2011 е задължително посочването на страната на произход или мястото на произход върху етикета за месо:

1) ОТГЛЕДАНО В

За свине:

- В случай че животното е заклано на възраст над 6 месеца, гържавата членка или третата страна, в която е протекъл последният период на отглеждане от поне четири месеца;

- В случай че животното е заклано на възраст под 6 месеца и с живо тегло не по-малко от 80 килограма, гържавата членка или третата страна, в която е про-

текъл периодът на отглеждане, след като животното е достигнало тегло от 30 килограма;

- В случай че животното е заклано на възраст под 6 месеца и с живо тегло по-малко от 80 килограма, гържавата членка или третата страна, в която е протекъл целият период на отглеждане.

За овце и кози:

гържавата членка или третата страна, в която е протекъл последният период на отглеждане от поне шест месеца, или, в случай че животното е заклано на възраст под шест месеца, гържавата членка или третата страна, в която е протекъл целият период на отглеждане.

За домашни птици:

гържавата членка или третата страна, в която е протекъл последният период на отглеждане от поне един месец, или, в случай че птицата е заклана на възраст под един месец, гържавата членка или третата страна, в която е протекъл целият период на отглеждане, след като птицата е била дадена за уговяване.

Спецификации:

- Когато периодът на отглеждане, не е достигнат в нито една от гържавите членки или третите страни, в които е отглеждано животното, обозначението се заменя с „Отгледано в няколко



Месната индустрия се нуждае от радикално преосмисляне



Хранителният режим е политически избор и начинът, по който произвеждаме и консумираме месо и млечни продукти се нуждае от радикално преосмисляне...

не е личен въпрос. Всеки път, когато ядем, ние правим политически избор и влияем върху живота на хората по целия свят, върху околната среда, биологичното

разнообразие и климата.“

Според Организацията на производство на месо се развива в две посоки: мащабни конгломерати, които контролират производството и интензивни земеделски техники. Според нея „Разширяването на производство в големи мащаби е опустошително за дребните производители. Между 1985 г. и 2005г., 70 млн. малки производители на птици са изчезнали от сектора“. В доклада ѝ JBS, TysonFood и Cargill са посочени като трите най-големи компании в месната индустрия към настоящия момент.

Според него интензивните земеделски техники, които не са изрично свързани с тези компании, могат да сринат използването на нелекарствени антибиотици, (което е незаконно в ЕС), водят до отглеждане на животните в тесни пространства, използване на генетично модифицирани култури за фураж, както и загуба на биологично разнообразие във видовете отглеждани за храна.

Докладът изказва становище, че Европейският съюз може да спре подкрепата за индустриалното производство на добитък чрез субсидиите от Общата селскостопанска политика (ОСП) и да използва търговските преговори между ЕС и САЩ като възможност за повишаване на стандартите за регулиране. На индивидуално ниво,

докладът предполага, че хората трябва да приемат един полувегетариански хранителен режим, при който те ще ядат месо по-рядко, но когато го правят ще избират по-доброто качество.

Натискът на покачващото се търсене

Приятелите на Земята смятат, че ще има все по-голямо напрежение по отношение на световните ресурси, тъй като търсенето на месо от развиващите се икономики ще нарасне с 80% в световен мащаб до 2020 г. Данните се базират на Доклад на Организацията по прехрана и земеделие към Обединените нации, в който се твърди, че зърнените храни ще съставляват само 46% от приема на калории при хората в развиващите се страни до 2050 г., а 29% ще дойде от месо, яйца, мляко и сирене.

„Ако това се случи, фермерите и земеделските фирми в света трябва да увеличат своята месна продукция от 300 млн. тона до 470 млн. тона през 2050 г.“ се твърди в доклада. Според него, това ще окаже натиск върху световните ресурси. В момента 70% от цялата земеделска земя и 25% от наличните сладководни ресурси в света е предоставена за производството на животни. В доклада се казва, че вносът на храни за животни, например соя, от страни като Аржентина и Бразилия ще означава огромни площи допълнителна земя ще бъдат предоставени за изхранването на използваните за храна животни.

По www.foodnavigator.com

В новия си доклад озаглавен „Атлас на месото“, екологичната организация Приятелите на Земята предупреждава, че трябва да се направи повече, за да се справим с предстоящите икономически, екологични и социални проблеми, в лицето на нарастващото търсене на месо и млечни продукти в света, както и по отношение консолидирането на индустрията. Според доклада индустриализираната производствена система за такива храни е несъстоятелна, тъй като зависи от оскъбните земни и водни ресурси, и прехвърля скрити разходи на потребителя. В него се казва, че докато производството на месо в по-малък мащаб може да допринесе за намаляване на бедността, равенството между половете и за един здравословен хранителен режим, трябва да се предприемат стъпки както на юридическо, така и на индивидуално ниво, за да се осигури ефективна връзка на обществото с месопроизводството.

„Хранителният режим вече не е личен въпрос“

Коментирайки доклада, Ейбрийн Беб, експерт по храните, селското стопанство и биоразнообразието към Приятелите на Земята Европа, казва: „Хранителният режим вече



Майстор Цветко

„Майстор Цветко“

оптимизира бизнес процесите и постига висока ефективност с Microsoft Dynamics NAV и NAVfood

„Интегрираната бизнес система Microsoft Dynamics NAV, надградена с NAVfood, ни помага да разгърнем пълния потенциал на компанията и служителите ни“ –

Йордан Вачев, управител на „Лалов и Вачев“ ЕООД

„Лалов и Вачев“ ЕООД произвежда и предлага на българския пазар месни продукти и деликатеси с марката „Майстор Цветко“. Фирмата има изградена модерна производствена база в град Враца, като разполага с представителства и складове в София, Пловдив, Варна, Велико Търново и други, а търговската дейност се извършва от голям брой мобилни търговци, опериращи на територията на цялата страна.

Създадена преди повече от 23 години, днес „Лалов и Вачев“ ЕООД е едно от най-бързо развиващите се месопреработвателни предприятия в България. За управлението на отделните структурни единици и протичащите разнообразни бизнес процеси, през годините в „Майстор Цветко“ се използват различни софтуерни продукти. С времето обаче те се оказват недостатъчни, за да отговорят на нарасналите нужди на предприятието. Някои от основните проблеми на компанията по това време са затрудненото планиране на производството, липсата на интегрираност на продажбите и ограничените възможности за справки и анализи по различни ключови показатели.

„Между възможностите на софтуерните продукти, обслужващи производството, складовото стопанство и продажбите и нашите нарастващи изисквания се получаваше все по-голямо разминаване. Осъзнахме, че за да продължим успешно развитие на компанията, да разгърнем пълния потенциал на бизнеса и служителите ни и да продължим да поддържаме високото качество на продукцията, се нуждаем от единна софтуерна система за управление на бизнеса“, споделя Йордан Вачев, управител на „Лалов и Вачев“ ЕООД.

Динамичното развитие, големият обем информация, но и затрудненият достъп до данни и тяхната обработка, както и липсата на интеграция между отделните софтуерни продукти са едни от основните причини, които карат ръководството да насочи своето внимание към модерните корпоративни решения.

Екипът на „Лалов и Вачев“ ЕООД се спира на най-популярната ERP система у нас – Microsoft Dynamics NAV. За

свой партньор при реализирането на проекта, „Лалов и Вачев“ ЕООД избират Intelligent Systems Bulgaria.

За по-малко от пет месеца в „Лалов и Вачев“ ЕООД са имплементирани модулите Производство, Финанси и Счетоводство, Доставки и Склад, Продажби, които осигуряват на служителите единна информация в реално време за случващото се във всяка бизнес единица. За да отговорят на специфичните изисквания на фирмата, специалистите от Intelligent Systems внедряват и допълнителна функционалност към Microsoft Dynamics NAV, разработена за да покрие нуждите на компаниите от хранително-вкусовата индустрия – NAVfood. Благодарение на NAVfood са автоматизирани и улеснени процесите по поръчки за разпад, следене на партиди, отразяване на преки и непреки разходи и много други.

За подобряване на комуникацията с търговските обекти в процеса на обработка на заявки е направена интеграция на ERP системата със софтуерната програма за обмен на документи EDI. Работата на мобилните търговци в „Майстор Цветко“, както и дейностите на складовите служители са оптимизирани от внедреното мобилно приложение към системата Microsoft Dynamics NAV – NAVmobile. Чрез NAVmobile и мобилни устройства, служителите имат непрекъснат и сигурен достъп до централната база данни. Мобилните търговци извършват поръчки в реално време, докато складовите служители работят много по-ефективно, като броят на грешките е сведен до минимум.

„Вече няколко години разчитаме на Microsoft Dynamics NAV и NAVfood и благодарение на интегрираната бизнес система усещаме множество подобрения в дейността ни – оптимизиран е информационният поток между отделните звена, повишени са цялостната ефективност на процесите и производителността на служителите ни. Разполагаме с подобрена и навременна отчетност – основа за вземане на бързи управленски решения. А както всички знаем, вземането на правилните решения в точния момент води до успешни бизнес практики“, допълва г-н Вачев.

Microsoft Dynamics

intelligent systems
bulgaria

Повече за Microsoft Dynamics и браншовото допълнение NAVfood на <http://isystems.bg>





Комплексни решения за успешен бизнес

С какви машини ще работим, какво ще вложим в продукта, за да сме сигурни в неговото качество и безопасност? – все въпроси, които си задава всеки производител – начинаещ и утвърден. Предлагаме Ви краткия ни диалог по темата с г-н Спиридон Спиров, собственик и управител на фирма «СВЕ-ФЛЕКС» ЕООД.

Стратегията за Вашия успех! – с този девиз вече почти 20 години СВЕ-ФЛЕКС се стреми да помага за изграждането на успешни стратегии за своите клиенти. А каква е Вашата стратегия за успех в един не особено голям пазар като българския?

Професионализъм и коректност! Това са ключовите думи, върху които се гради развитието на компанията СВЕ-ФЛЕКС. Вече 17 години ние израстваме заедно с един бранш, който работи изцяло в услуга на хората.

Екипът на СВЕ-ФЛЕКС, който винаги е близо до своите клиенти и непрекъснато повишава своите знания и компетенции е една много значима част от Стратегията на нашия успех! СВЕ-ФЛЕКС е компания с ясни цели и правилно пазарно позициониране. Ние сме отговорни за качеството на предлаганите продукти и гарантираме сигурността на производствените процеси. Световните марки, които ексклузивно представяме в България, правилният трансфер на чуждестранния опит и тенденции към специфичните изисквания на българските потребители подпомагат безспорно успешната ни стратегия през всичките тези години.

Все по-високи са изискванията, които потребителите предявяват към качеството на месните

изделия и тяхното съдържание. Как съдействат предлаганите от Вас продукти за успеха на Вашите клиенти – производители на колбаси, за да отговорят на претенциите на съвременния потребител?

СВЕ-ФЛЕКС развива своята дейност чрез трите си търговски направления:

- АДИ-ФЛЕКС адитиви и технологии, технологична подкрепа и консултации;
- ТЕХНО-ФЛЕКС машини и консумативи, гаранционен и след-гаранционен сервиз;

■ ПАКО-ФЛЕКС различни видове обвивки и изработване на фирмен дизайн.

Продуктовото ни фолио не е избрано случайно. Този микс от компетенции дава възможност на СВЕ-ФЛЕКС да предлага комплексни решения за успешен финален продукт. Ние ежедневно използваме синергията на трите търговски направления в работата си по конкретни клиентски проекти.

Високите изисквания, които



пазарът поставя, ни радват, защото по този начин имаме възможност да дадем израз на креативността си и да търсим надграждане на конкурентните ни предимства. Убедени сме, че СВЕ-ФЛЕКС продуктите са на световно ниво и именно това изключително много ни подкрепя в реализирането на успешни пазарни решения.



На какво може да разчита един месопереработвател – начинаещ или отдавна работещ, ако се обърне към Вашата фирма за машини и оборудване?

Много добър въпрос! Аз самият съм започнал своето професионално развитие през „не толкова далечната“ 1982 година в месопереработвателно предприятие. Този факт ми даде възможност още при стартирането на СВЕ-ФЛЕКС да дефинирам търговските приоритети и ясно да формулирам от какво се нуждае една начинаеща или утвърдена вече месопереработвателна фирма. Често казвам, че машината, подправъчната смес или обвивката са необходимо, но не достатъчно условие за успех. Фирма СВЕ-ФЛЕКС винаги се е стремяла да дава решения за успешен бизнес, а не просто да предлага стоки и услуги. Ние много често подкрепяме своите клиенти както в областта на управлението, така и в правилното пазарно позициониране, в генерирането на идеи и създаването на изцяло нови продукти.

Ако трябва да отговоря конкретно на въпроса Ви, всеки, който се обърне към нас с въпроси относно машини и оборудване получава професионално подготвено предложение спрямо конкретните си нужди. Машините и оборудването трябва да бъдат в услуга на производството и да допринасят за създаване на пригодена стойност. Ние разполагаме с професионален екип от висококвалифицирани инженерни специалисти, непрекъснато повишаващи своите знания и умения. Компетентността им е гаранция за безпроблемната работа на производствените предприятия, които гласуваха доверие на СВЕ-ФЛЕКС.

СВЕ-ФЛЕКС работи с реномирани и известни в международен мащаб фирми. Кое, според Вашия опит, е най-важното за едно дългосрочно и взаимнополезно партньорство в днешния глобален свят?



на фирми като МОГУНЦИЯ, ТИПЕР ТАЙ, МАГУРИТ, КЕРЕС, ВИСКОФАН и др. Всички те са утвърдени в световен мащаб производители с богата фирмена история. Дългогодишното



До голяма степен успехът на СВЕ-ФЛЕКС се дължи на дългогодишната съвместна дейност с нашите партньори-доставчици. Ние действително се гордеем, че сме официални представителства

ни партньорство, стартирало при повечето още със създаването на СВЕ-ФЛЕКС, се дължи на коректността и професионализма в отношенията ни, на отговорността към поетите ангажименти и непрекъснатия стремеж за развитие. Нашите партньори-доставчици, както и нашите партньори-производители са нашите най-големи референции в бранша.

Нова година – нов късмет, каква поговорката. Какво ново да очакват Вашите клиенти от СВЕ-ФЛЕКС през Новата година?

Първо искам да поздравя всички мои колеги и приятели в бранша! Пожелавам на всички да бъдат здрави и удовлетворени от положените усилия!

И през Новата година ще продължим да следваме най-новите тенденции и да даваме готови решения за предизвикателства на пазара. Във фокус при адитивите ще бъдат здравословните и безалергенни продукти, при машините все по-актуалната автоматизация и минимизиране на субективния фактор, а при обвивките ще изненадаме с нови интересни предложения за оригинална визия и дизайн. Новостите, които ще предоставим на нашите клиенти ще повишат конкурентоспособността им и ще направят продуктите им предпочитани от крайните потребители. Готови сме заедно да изградим Стратегията за Вашия успех!

Още веднъж здрава и успешна 2014 година от Екипа на СВЕ-ФЛЕКС!





Стойност срещу пари

Никола Косутич

По отношение обем на продажбите, Източна Европа се явява третият най-бързо развиващ се регион за замразена преработена храна в световен мащаб. Това я прави много-обещаваща област със стабилен потенциал за бъдещ растеж, като предлага възможности на производителите за сливания и придобивания на компании и за навлизане в нови пазари.

Опоред анализа на Euromonitor International, замразената преработена храна в Източна Европа, която отбеляза 9% среден спад на цената за единица мярка още през 2009 г., е с положителен растеж. По това време, повечето страни от Източна Европа вече бяха засегнати от кредитната криза. Първоначалният спад в цените, най-вече благодарение на засиленото снижаване на цените на продуктите, направи замразените храни по-достъпни за потребителите. Когато става въпрос за закупуване на замразени преработени храни, достъпността и удобството остават най-важни-

те фактори за потребителите.

В Западна Европа и САЩ има по-добре развита култура за хранене в заведенията за разлика от Източна Европа, където потребителите са по-склонни да приготвят храната си в домашни условия. В ситуация на строги икономии, слабата покупателна способност на източноевропейските потребители означава, че те продължават да не са склонни да харчат пари в ресторантите (където средния годишен темп е -3,2% за периода 2007-2012 г., на базата на фиксирани валутни курсове). Освен това, потребителите в Източна Европа са силно повлияни от традицията да приготвят въщи храната си,

като най-често правят ястията си от нулата, т.е. от основните съставки. С по-слаба традиция за вечеря навън, продажбите на компании от сферата на заведенията за хранене отбеляза спад с 9% през 2009 г., тъй като потребителите продължават да се хранят у дома, за да спестят пари. В крайна сметка, потребителското търсене за максимално удобство и същевременно за стойност срещу пари е това, което управлява продажбите на замразени преработени храни от 2010 г. насам.

Възприемането на замразената храна в много страни от Източна Европа е до известна степен негативно, тъй като потребителите пазят спомен за нискокачествените продукти, произведени от края на 90-те години, които са считани като имащи по-лош вкус при повторно затопяне. Много експерименти, нови хладилни технологии и ноу-хау се предприеха, за да се подобри качеството на замразените преработени стоки. Единственото нещо, което бе пренебрегвано досега, е предаването на това съобщение до крайния потребител. Необходимо е да се предприеме една по-активна реклама и да се увеличи осведомеността на потребителите по отношение на качеството и стойността срещу които ще получат за своите пари.

Въпреки че замразената храна не е най-желаният тип продукт на пазара на пакетиранията храна, поради ограничената си свежест и възприемането за по-лош вкус, то със сигурност тази храна е една от най-бързо растящите категории или още по-точно, четвъртата най-бързо нарастваща категория за 2013 г. с ръст на продажбите на гребно с над 10%, според изчисленията на Euromonitor International. Обемът на общите продажби на замразени преработени храни в Източна Европа достига 2 милиона тона през 2013 г., което се равнява на около 6% от общите продажби на пакетирани хранителни продукти в региона. Докато развиващите се пазари като Русия и Украйна се представят над средните нива и по този начин стимулират растежа, други по-развити страни като Чехия отбелязват лек спад от 3%. Силната конкуренция от заместващи стоки, като охладените, преработени и консервирани храни, възпрепятства по-силния растеж

Обемите замразени готови ястия вече доказаха способността си да растат, въпреки предизвикателните икономически условия. Подобряването на потребителските бюджети, вследствие европейското макроикономическо възстановяване, ще позволи на потребителите да се хранят навън по-редовно в рамките на прогнозния период.

Повишеното вечеряне навън и възстановяващи се доставки до дома (храна за въщи), също ще затруднят растежа. Въпреки че това представлява някаква заплаха за бъдещия растеж, възстановяването не се очаква да бъде рязко, за да провокира съществена разлика. Ето защо потребителите ще продължат да търсят решения за хранене, които да са удобни и с добавена стойност и които ще включват замразените преработени храни.

Пазарни възможности и обща перспектива

Иновациите и разширяването на продуктовото портфолио ще се отразят положително на бъдещите продажби и ще подклаждат допълнително интереса на потре-

бителите. Добрата стойност срещу парите и високата степен на удобство ще останат определящи елементи за успеха на замразената преработена храна. Добрата реклама в магазина, в съчетание с текущите намаления на продуктите, вече доказва, че е една успешна стратегия. Подобряването на образованието на потребителите и осведомеността им за ползите от замразена храна ще са важни фактори за бъдещите резултати в категорията. Освен това инвестициите в продуктови иновации ще доведат до повече първокласни продукти на по-високо качество и ще бъде интересно да се види как производителите се справят с нарастващото търсене на по-здравословни продукти.

Собствената марка се очаква да получи по-значителен дял от стойността на продажбите през прогнозния период, като за 2013 г. той е едва 4%.

Няма налице пресищане със замразени преработени храни в Източна Европа, което означава, че има място за по-нататъшен растеж. В по-слабо развитите страни от Източна Европа като Беларус, Украйна, Грузия и дори час-

ти от Русия, замразените преработени храни имат потенциал да растат заедно с развитието на съвременните канали за търговия на гребно (особено супермаркетите и хипермаркетите), които имат на разположение пространство за хладилни шкафове. Традиционните местни продукти, като азербайджански вареники и пелмени (и двата вида са пълнещи кнедли) или грузински хинкали (грузински местни вързопчета с пълнеж) предлагат допълнителен потенциал за растеж на пазари, където такива продукти са добре известни. Производителите на замразени преработени храни ще се фокусират върху предлагането на добра стойност срещу парите на потребителите, предоставяйки удобни, здравословни и глезещи продукти на консуматорите на разумни цени на гребно.

*Снежанка Христова
По сп. Frozen Food Europe,
9-10/ 2013*

*Авторът Никола Косутич е
мениджър проучвания към
Euromonitor International*

 ufi
Approved
Event



www.fair.bg

FOODTECH

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

2-5 АПРИЛ 2014

 ufi
Member

 IFP
Bulgaria

Международен панаир Пловдив

Сладки за Свети Валентин

Св. Валентин е един от онези „внесени“ празници, които набира все по-голяма популярност в България. Освен с екстравагантни декорации, розови сърца и червени рози, все по-често започнаха да се предлагат и сладкиши, торти и сладки, декорирани специално за случая.

Металните формички за направа на сърца са много полезни и с тях можете да създавате различни сладки, без големи инвестиции, но това ще е темата на следващия брой. В този ще се съсредоточим върху приближаващия ден на влюбените.

За декорирането на тези сладки ще са ви необходими:

- Метални формички за оформяне на сърца с различна големина;
- Накрайници за пош с № 1, 1.5, 2;
- Суха смес за Royal Icing;
- Инструмент игла;
- Хранителни оцветители, ако искате сладките да са по-цветни.

Готови сладки за декориране – можете да използвате класическа рецепта за маслени сладки. Те са идеални за декориране, защото повърхността им остава гладка.

Необходими продукти за направа на маслени сладки

- 100 г. меко масло
- 70 г. фина кристална захар
- 40 г. яйца леко разбити
- 200 г. бяло брашно без набухватели
- Аромат по желание – есенция: лимон, ванилия, ром

Начин на приготвяне

1. В купата на миксера сложете маслото и захарта, и с помощта на приставката „перо“ разбъркайте добре до получаване на пухкав крем.

2. Внимателно добавете яйцето, без да спирате миксера. Добавете аромата.

3. Можете да добавите брашното и да продължите разбъркването с миксера, но на бавна скорост и за кратко или го направете на ръка. Важно е да не пребъркате сместа.

4. Извадете готовото тесто, разделете го на части и го пакетирайте добре във фолио за



свежо съхранение. Оставете в хладилник поне за 2 часа.

Оформяне на сладките

1. Върху добре набрашнен плот разточете внимателно охладеното тесто до дебелина около 4 мм.

2. Използвайте формички за изрязване на сърца с различна големина и изрежете сладките.

3. Печете в предварително загрята фурна на 150°C върху хартия, за 15-20 мин или докато се зачервят приятно краищата.

4. Извадете готовите сладки. Поставете върху решетка и оставете да се охлаждат напълно преди да започнете декорацията.



За декорацията на сладките използвайте Royal Icing, който ви дава голяма свобода за направа на красиви

декорации. Освен че са много красиви, декорациите с Royal Icing отново стават много модерни и актуални. Важно е да следвате инструкциите на производителя, когато пригответе Royal Icing и също така е важно да се убедите,

че сте си купили Royal Icing, а не просто Icing. Може да се продава и като Кралска глазура. За да постигнете красива декорация е необходимо Royal Icing да е в две от основните си консистенции:

- Меки връхчета – с него ще правите всички фини детайли, решетките за бродериите, бродерия с четка, оформянето на сладките;

- Течен – използвайте, за да глазирате сладките. Да запълните празнините, когато правите дантели тип Английска и Брюкселска. При течния е важно да постигнете консистенция, при която, ако направите черта през средата на купата, тя ще са заглади напълно за около 15 сек.

Дантели – Английска, Брюкселска и бродерия.





Използвайте накрайник №1 поставете Royal Icing (меки връхчета) и внимателно оформете желаня от вас дизайн. Със същия накрайник запълнете част от отворите в решетката, за да получите красиви дантели. Другата половина внимателно запълнете с течен Royal Icing, така че да останат празни само цветчетата. Ако решите да правите Брюкселска дантела, тогава запълнете самото цвете и свържете отделните елементи с тънки линии, като „мрежа“.

започвате да оформяте декорациите.

Така можете да оформите „мраморен ефект“ или сърца.



Ако решите да завършите декорацията върху глазираните сладки, първо трябва да изчакате тя да изсъхне напълно. Оставете ги поне за 2 часа, преди да прогължите. Използвайте Royal Icing (меки връхчета) и накрайник № 1.



В следващия брой, вижте за какво още бихте могли да използвате металните си формички за оформяне на сърца. Разнообразете асортимента на предлаганите от вас сладки, без да инвестирате в нови формички.



Когато глазирате сладките е необходимо първо да направите кант и след това да започнете запълването на очертаната площ. Използвайте накрайник № 1.5 или 2. Ако остават гупчици или мехурчета с въздух използвайте инструмент игла, за да отстраните неравностите.

При глазиране на сладките може да използвате техника за декориране – мокро-мочно, при нея след нанасяне на глазиращия слой, със същата консистенция Royal Icing, но с контрастен цвят



Текст и снимки
Петя Шмарова – акредитиран
преподавател и демонстратор
на Patchwork Cutters.
www.xcerx.com

Защо биоземеделците запада?



Мизерни реколти, които не носят печалба и строги директиви затрудняват живота на онези, които се изхранват от биоземеделие. Вероятно поради това голяма част от тях се връщат към традиционното земеделие.

Германците купуват все повече биологично чисти храни. Само че земеделието не успява да произвежда толкова, че да задоволи цялото търсене. А то наистина е високо в Германия. Хранителните продукти, произвеждани без химия, както и опазването на околната среда от отровните въздействия на пестицидите, са от голямо значение за повечето германски граждани. Само през последните 4 години търговията с биологично чисти храни е отбелязала прираст с цели 21%! Единствено в САЩ търсенето на подобни продукти е по-голямо.

Германските био-земеделци обаче не успяват да се възползват изцяло от тази тенденция. Едва около 8 на сто от селскостопанските ферми и само 6 на сто от земеделските земи са се преориентирали към екологично чисти продукти. Евтиният внос от Европа и САЩ им създават трудности. Междувременно дори дискаунтърите в Германия предлагат собствен, и то не-малък, асортимент от биологично чисти храни, което сваля нивата на цените.

Неизбежната крачка назад

Щефан Рьоке е един от онези германски земеделци, които вече са се предали. На 19 години той поема бащината ферма в провинция Долна Саксония и няколко години по-късно се ориентира към производството на биологично чисти продукти. Обработва 80 хектара земя, където отглежда

зеленчуци и зърнени култури. Единайсет години по-късно обаче той вижда постигнатото в съвсем различна светлина и се връща към традиционното земеделие, макар да си остава противник на пестицидите и изкуствените торове. „Не бях доволен от слабите добиви, трудностите при прибирането на реколтите, многобройните контроли. Затова направих крачка назад“, казва той днес.

Добивът от екологично произвеждано жито възлизал на два тона годишно. При цени от по 25 евро за 100 килограма приходите не стигали, за да покрие разходите. Допълнителни затруднения му създавали строгите директиви и разпоредби, свързани с биологичното земеделие. На всичкото отгоре обработваемата земя на Щефан се намира в регион с бедни почви, а използването на торове в биологичното земеделие също е силно ограничено: „Разрешените по директива 40 кг. азотни торове не позволяват производството на достатъчно количество култури – и не дават онзи приход, който би ме задоволил. Виж, съвсем друго би било, ако получавах по 70 евро за 100 кг. зърно“, оплаква се Щефан Рьоке. Откакто се върнал към традиционното земеделие, добивите му са се увеличили повече от два пъти.

Пречките са прекалено много

Институтът „Тюнел“ в Брауншвайг е проучил въпроса за отлива от биоземеделие в Германия. Резултатите сочат, че близо

50% от селските стопани, които между 2003 и 2010 година са се ориентирали към биоземеделие, междувременно са се отказали от него. Основните мотиви за отказа им са икономически затруднения, липса на възможности за развитие, както и трудности с многобройните бюрократични изисквания и контроли. Учените стигат до извода, че е необходимо да се подобрят рамковите условия за работата на фермите, отглеждащи биологично чисти продукти в Германия.

Финансовите помощи за биоземеделците например са твърде различни и зависят от финансовата ситуация на отделните федерални провинции. Политиците постоянно променят плащанията или дори ги прекратяват временно, а това води до голяма несигурност за производителите, които не знаят дали направените от тях инвестиции ще им се изплатят след пет или след двайсет години.

Освен това на европейско ниво се приемат решения, които ще доведат до допълнително ограничаване на европейските средства за екологично земеделие. По всичко личи, че целта на германското правителство 20 на сто от земеделските земи в страната да се обработват екологично няма да бъде постигната в скоро време. И сега увеличаването на площите с еко-култури в Германия върви повече от бавно: през 2012 година те са нараснали само с 1,8%.

По <http://www.dw.de>



Реконструирането на риболовно пристанище в Кужница е съфинансирано с 26 милиона злоти.

Полският опит в риболовния сектор

Агенцията за реструктуриране и модернизация на земеделието подкрепя високата продуктивност на риболовния сектор

Изпълнението на полската оперативна програма „Устойчиво развитие на рибния сектор и крайбрежните риболовни области 2007-2013“ вече е към края си. Нейният бюджет възлиза на над 4 млрд. полски злоти (около 960млн. евро). От тази сума Агенцията за реструктуриране и модернизация на земеделието (АПМЗ) в Полша от самото начало разпредели над 2,6 млрд. злоти. Агенцията изпълни задачата добре. До края на юли 2013 г. тя подписа договори за сума от почти 2,5 млрд. злоти за подкрепа на бенефициентите. Чудесната работа на АПМЗ в Полша и нарастващият интерес към финансовата подкрепа, осигурявана от Агенцията по ОП Риболов 2007-2013, бяха сред причините, заради които полското Министерство на земеделието и развитието на селските райони със съгласието на Европейския съюз взе решение да отпусне допълнително 250 млн. злоти на Агенция-

та. Тези фондове са разпределени измежду бенефициентите, които са представили надлежно попълнени молби при допълнителни свиквания на събрания, ръководени от АПМЗ.

Най-големите инвестиции, осъществени с използването на съфинансиране от страна на АПМЗ, са видими в Балтийско море. Кейовете на риболовните пристанища в Гданск, Гдиня, Шчечин, Колобжег, Владиславово, Устка, Дарлово и Кужница са претърпели истинска метаморфоза. Подобрена е също инфраструктурата на малките пристанища.

Фондовете от ОП Риболов

Обновяване на пристана за стоварване на уловена риба на пристанището в град Устка за над 15 млн. полски злоти

2007-2013 позволиха да се модернизира полският риболовен парк и да се построят много големи магазини и хладилни складове на самите пристанища. Благогарение на финансирането по тази програма, също така значително се промениха и предприятията за преработване на риба. Понастоящем те се нареждат измежду най-модерните в света и Полша стана реален лидер в износа на рибни продукти. Източникът на този успех е не само употребата ⇨



Храните нямат качество!

На пръв прочит звучи стряскащо. Но ако прочетете новата книга на проф. Пламен Моллов, сигурно ще си изградите една точна и ясна представа какво е качество на храните, как да го създаваме и поддържаме, за да си гарантираме постоянно присъствие на нашите продукти на трапезата на потребителите...

Всъщност, книгата на проф. Моллов е учебник, който разглежда качеството на храните в три различни аспекта – технологичен, управленски и законодателен. Целта на автора е да се представи адекватно философията на регулирането, управлението и контрола на качеството, а не да се съберат механично на едно място енциклопедични знания по въпроси от отделните научни области. Базовата концепция е, че специалистите по храните и по качеството, мениджърите на предприятия за храни, инспекторите и дори законодателите, въобще хората с определени компетенции в областта на храните, трябва да притежават достатъчно

широки познания и разбиране, за да прилагат успешно в ежедневната си дейност съвременните подходи и модели за осигуряване на качеството на храните. Сигурно е, че всеки непредубеден читател или експерт в различни сфери на знанието, свързано с качеството на храните, ще открие интересни факти или интерпретации по определени въпроси, ще задълбочи своето разбиране и ще придобие допълнителна увереност по така актуалната тема за качеството на храните, която вълнува всички нас и като потребители, и като производители.

Предназначен за студентите от Университета по хранителни технологии в Пловдив, методически Учебникът е организиран съобразно учебните планове и програми на дисциплините „Управление на качеството“ и „Контрол и регулация на храните“.

Отделните въпроси по качество на храните са разгледани в контекста на съвременното разбиране за



свързаността на процесите и субектите в хранителната верига, затова постепенно се преминава от общовалидните за цялата верига правила към вътрешните правила за работа, при самите участници в нея.

Подобаващо място е отделено за характеризизиране на качеството на храните в статичен и динамичен аспект, на свързаността и различията в понятията качество и безопасност на храните, влиянието на отделните технологични и организационни фактори, както и възможностите за оптимизиране на качеството.

След кратко въведение в общото правно регулиране и стандартизацията на храните, обект на обстойно



Пътеводител на българската бира

В навечерието на Коледните празници Съюзът на пивоварите публикува първия по рода си каталог за сектора – „Пътеводител на българската бира“. Богато илюстрирано, изданието съдържа любопитна информация за различните аспекти на бирената култура – от историята и традициите на пивопроизводството до характеристиките на видовете бира и златните правила за дегустация и съчетаване с храни.

За първи път за приятелите на пивото изчерпателно са представени 50-те традиционни марки бира, произвеждани и дистрибутирани от българските пивоварни компании. За всяка марка е дадено описание на нейните съставки, органолептика и ритуали за консумация. За характера на категорията от първостепенно значение са естествените суровини за производството на пиво: вода, малц, хмел, пивни дрожди и техните качества, които стават все по-важни за избора на потребителите.

Бирата е освежаващо питие със сравнително ниско съдържание на алкохол, оптимална и балансирана напитка, която съдържа ценни хранителни вещества. Ето защо изданието включва кратки факти за свойствата на пивото при умерена и разумна консумация. Тези данни се основават на резултати от над 200 научни изследвания, проведени от български и чуждестранни учени.

Ето и най-интересните от тях:

✓ Пивото не съдържа мазнини и холестерол и е с ниско съдържание на прости захари.

обсъждане са основни разпоредби на европейското и националното законодателство по храните. По-детайлно са разгледани въпросите на организацията на Общия европейски пазар, етикетирането на храните, схемите за качество, изискванията за безопасност, разпределението на отговорностите между доставчиците на храни и компетентните власти и органи. Специално внимание е отделено на концепцията за анализ на риска и нейните взаимносвързани елементи – оценка на риска, управление на риска и обмяна на информация за риска.

Представени са, макар и не изчерпателно, всички по-важни регламенти, закони и наредби в областта на храните, валидни към 01.10.2013 г.

Темата за контрола на качеството и безопасността на храните е централна. Предложеният примерен модел на системата за официален контрол на храните дава възможност за консолидиране на знанията относно схемите за сертификация и контрол, придобити при разглеждането на европейското законодателство, и осмисляне на ролята на изпитвателните лаборатории, компетентните и контролните органи, както и органите за сертификация и акредитация. Специално място е отредено на Българската агенция по безопасност на храните, на нейното значение и

стратегически необходимо развитие като национален компетентен орган по храните.

На управлението на качеството на храните са посветени няколко теми, което отразява изключителното му значение за съвременната технологична и мениджърска практика. То е разделено на три основни вида дейности – планиране, контрол и подобрене. Добавеното към тях „осигуряване на качеството“ отразява неизбежните динамични промени в качествените характеристики на храните. Управлението на качеството и безопасността на храните по стандарт, включително темите за Добрите практики и подхода НАССР са представени сравнително по-накратко и главно концептуално предвид факта, че през последните десетина години бяха публикувани редица специфични учебници, учебни помагала и наръчници за отделните сектори на хранителната промишленост.

И така: Храните нямат качество! – всъщност книгата на проф. Моллов е и своеобразна провокация към читателя, да приложи подхода за „непрекъснато подобрене“ на качеството, като осмисли придобитите знания и предложи своето продължение на неизчерпаемата тема за качеството на храните. Успехът в това начинание ще гарантира и успехът му на пазара.



✓ В 100 мл стандартна бира се съдържат 43 калории, а при безалкохолната те са едва 18.

✓ Умерената консумация на бира не води до напълняване. Редица научни изследвания развенчаха мита за „биреното коремче“.

✓ Само бирата и млякото съдържат молекулата никотинамидрибозид, която подобрява метаболизма в клетките, предпазва от затлъстяване, засилва мускулите, предпазва от диабет и удължава живота.

✓ Благодарение на малца и пивните дрожди в 500 мл. бира се съдържат от 10 до 320 грама витамини от групата В. При консумацията на 1 л. пиво могат да се задоволят до 75% от дневните потребности на витамин В.

✓ Приносът на малца към антиоксидантния капацитет на бирата е оценен от учените на 86-95% в зависимост от вида бира и технологията на производство. Бъл-

гарската бира съдържа до 140 мг/л полифеноли.

✓ Хмелът в пивото „отключва“ ендорфините, които са хормоните на радостта.

✓ Бирата подпомага красотата, като бирената мая има силно положително въздействие върху кожата, ноктите и косата на човека.

Изданието *Пътеводител на българската бира* се разпространява безплатно в ресторанти, пizzerии, бирарии и барове, за да допълни удоволствието от умерената консумация на пенливата напитка. Всеки собственик или управител на заведение може да се свърже на телефон 02/989 40 24 със Съюза на пивоварите, за да получи за своите клиенти безплатно *Пътеводителя на българската бира*.

За повече информация
www.pivovari.com



Приоритетите на FoodDrinkEurope за гръцкото председателство

FoodDrinkEurope като орган, представляващ европейската хранителна и питейна индустрия, публикува документ, очертаващ приоритетите за производителите на храни и напитки в Европа по време на гръцкото председателство на Съвета на ЕС, което ще продължи до 30 юни тази година

Организацията определя четири ключови области на политиката, а именно:

(I) насърчаване на хранителната и питейна индустриална политика,

(II) иновации за растеж,

(III) насърчаване на балансираното хранене и зграбословния начин на живот и

(IV) насърчаване на по-устойчив бизнес модел.

FoodDrinkEurope призовава гръцкото председателство да се съсредоточи върху набор от въпроси, които са важни за повишаването на конкурентоспособността на европейските производители на храни и напитки. Те включват:

■ Развиване на амбициозна и проактивна политика за храните и напитки и създаване на постоянен форум на високо равнище за прилагането на тази политика;



⇒ ■ Успешно реализирани на истински Европейски съюз за иновации чрез насърчаване на научния подход към новите технологии и чрез преодоляване на пречките за въвеждане нови продукти на пазара;

■ Гарантиране, че хранително-вкусовата промишленост е надлежно консултирана по време на продължаващите дискусии по изпълнението на новите правила за етикетирание на ЕС и поспециално по отношение на прилагането на тези мерки, имащи пряко въздействие върху производството на храни и напитки;

■ Подкрепа при изпълнението на Съвместната декларация за хранителните отпадъци „Всяка троха има значение“, съвместна инициатива на заинтересованите страни, ръководена от FoodDrinkEurope и усилия да се работи за предотвратяване изхвърлянето на годни за консумация хранителни отпадъци, както и насърчаване на подхода за удължаване на жизнения цикъл, за да се намали разхищението.

След публикуването на брошурата „Приоритети за гръцкото председателство на Съвета на Европейския съюз“, президентът на FoodDrinkEurope, Хесус Серафин Перес коментира:

„FoodDrinkEurope приветства гръцкото председателство на Съвета на Европейския съюз. Като представители на най-големият производствен сектор в ЕС по отношение на оборота и заетостта, ние с нетърпение очакваме да се ангажираме активно с гръцкото председателство по ключовите приоритети, за да се гарантира устойчив растеж на хранителната и питейна индустрия в Европа“.

По <http://www.fooddrinkeurope.eu/>

Чао-чао „черна кутия“

Може ли „радикалната прозрачност“ да трансформира хранително-вкусовата промишленост?

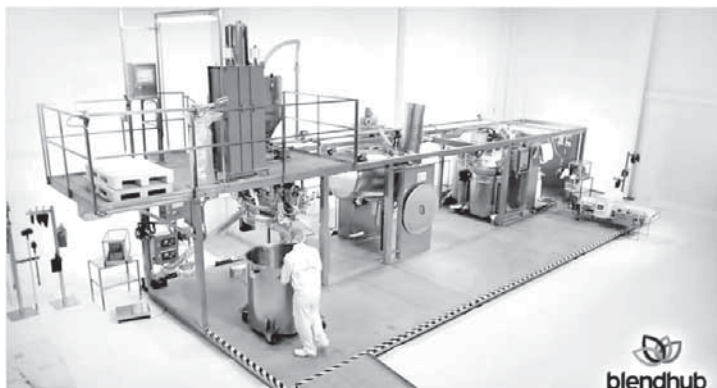
„Липсата на прозрачност за съдържанието на смесените съставки нарушава доверието в хранително-вкусовата промишленост“ – според Хенрих Стам Кристенсен, президент и главен изпълнителен директор на Premium Blendhub (смесено предприятие между Premium Ingredients – производител на хранителни ингредиенты и Blendhub – производител и търговец на „Portable Powder Blending“, първата подвижна фабрика за миксове в света).

Той е обезпокоен от смесването на хранителни съставки тип black box (черна кутия), при което производителите на суровини миксират различни видове съставки, без да посочват какви са и откъде идват. Една компания може да миксира суроватъчен и млечен протеинов концентрат и обезмаслено мляко на прах и след това да постави етикет на сместа „млечни протеини“; или да смеси пектини с различно качество и произход и да го етикетира просто като „пектин“.

Според Кристенсен използването на този вид комбиниране е един вид норма за почти всички в индустрията и доставчиците използват модела „черна кутия“, за да подберат най-евтините съставки и да максимизират маржовете на печалбата. „Те не са заинтересовани от това да бъдат прозрачни, казва той. Докато имаме тази черна кутия няма да съществува доверие.“

Фирмите искат смесите – но не и черната кутия

Докато основните производители на храни разполагат с необходимите ресурси, за да работят директно с доставчиците на суровини за миксове, то 99,1% от европейската хранително-вкусова промишленост



се състои от малки и средни предприятия, а и по-големи компании също използват готови смеси. „Повечето от големите компании, включително Nestlé, искат смеси. Но не искат черната кутия... Хранителните компании са добри в производството на храни и в дистрибутирането на хранителни продукти; те не искат да се занимават с нищо извън основното си производство“.

Кристенсен говори за радикална промяна в индустрията, при която хранителните компании ще са – за първи път – много точно информирани за това, което става със и във смесите. „Те искат повече прозрачност, твърди той. А производителите на миксове са на първо място сред тези, които не са прозрачни. Хранителната индустрия гъмжи от смеси и това се превърна в пазар, в който изчезна доверието.“

Плащане за „реалната технология“

Кристенсен говори не просто за включването в списъка на всички съставки. „Радикалната прозрачност“ за която се застъпва, предполага детайлно фактуриране, включително и за източника и разходите за суровини, фиксираните и променливите разходи, в това число и разходите за труд.

Прозрачността в индустрията би означавала, че 80% от смесите – „черни кутии“, ще са от-

Ворени до 2020 г., казва той, обяснявайки, че тази част от смесени съставки не е новаторска в технологично отношение. „Само в 20% случаите са патентоспособни. Това е реална технология и ние сме убедени, че производителите на храни не трябва да плащат за смес, която не добавя технологични ползи.“

Покана за състезание

Кристенсен твърди, че стремежът за пълна прозрачност при миксовете може да създаде изцяло нова категория в индустрията, която да премахне напълно модела на черната кутия. Но той признава, че едната нова категория може да се реализира само когато конкурентите „се качат на борда“.

„Ако сте в състояние да разработите нова категория, това е много по-важно от самата компания сама по себе си“, каза той. И подчертава, че тяхната компания активно се опитва да привлече конкуренти към своята идея. „Много хора са вързани за традиционното „ние сме конкуренти“, а ние се опитваме да им кажем, че ние не сме. Представихме всички наши технологии на тяхно разположение – с изключение на нашите IP решения, които се нуждаят от повече време.“

Напълно преносими фабрики

Крайната цел е да се намалят цените в индустрията, казва той, и с оглед на това, компанията е разработила преносими инсталации, самостоятелни и с контролирано качество за изготвяне на миксове. С използването на инструменти от типа Google Maps може да се изчисли оптималното местоположение за намаляване на логистичните разходи на отделните компании, навсякъде по света.

„Това е една изцяло нова концепция, заявява Кристенсен. Хранително-вкусовата промишленост е на път да се превърне в локална и мисля, че подвижността, която осигуряваме, ще спомогне да стане локална много по-бързо... Да започнем днес, не с цената на килограм, а с цената и качеството на крайния продукт.“ И добавя: „С тази услуга можем да променим цялата индустрия – да направим храните по-добри, по-сигурни и по-евтини.“

По foodnavigator.com

Учените от ССА с 212 проекта

Научните институти и опитни станции към системата на Селскостопанска академия, работят върху общо 212 научноизследователски проекта. Това съобщи председателят на Академията доц. д-р Христо Бозуков. Той разясни, че от тях 42 са ангажирани с растениевъдство, 31 са насочени към животновъдството, 54 - към почвознанието и мелiorациите, а 21 са в областта на храните и аграрната икономика. През 2013 г. научните звена са започнали работа още по 34 научноизследователски проекта към МОН и 30 към други организации и ведомства.

Деятелността на ССА е изцяло ориентирана към усъвършенстване на структурите и повишаване административния капацитет в управлението на научната система, изтъкна Председателят на ССА. По думите му, активно се работи за успешно реализиране „Стратегията за развитие на научните изследвания в областта на аграрния сектор, 2009 - 2018 г.“, както и по „Националната стратегия за развитие на научните изследвания – 2020“.

Основните задачи на учените са насочени към разработване на нови селекции и технологии, свързани с промените на климата. Вече можем да се похвалим с

наши зърнени култури, които по-добре понасят сушата и високите температури. Те са дело на учените от Добруджанския земеделски институт, Института по растителни и генетични ресурси в Сагово, Института по царевичата в Кнежа, Института по полски култури в Чирпан, Института по земеделие и семезнание „Образцов чифлик“ в Русе и на още редица звена към системата на ССА. Сред отличниците в системата на Академията е и Институтът по почвознание, агротехнологии и защита на растенията „Н. Пушкаргов“ (ИПАЗР), където се разработва електронен атлас на почвите в България. Учените работят и върху технологични решения както за смекчаване на климатичните промени, така и за подпомагане на процеса на адаптация на земеделското производство към тях. Тези практики включват управление на растителните остатъци, оптимизиране на торенето и въвеждане на почвозащитни сеитбообращения и почвообработки. През миналата година бяха осъществени 57 открити дни, 9 курса, 17 семинара и 6 кръгли маси за повишаване на квалификацията на земеделските производители, допълни още доц. Бозуков.

Десет пъти по-малко боб

Площите с бобови култури са намалели десет пъти за последните 10 години, съобщи директорът на Добруджанския земеделски институт доц. Иван Киряков. Той се позова на данните, публикувани в годишните бюлетени на агростатистиката към Министерство на земеделието и храните. През 2001 г. у нас са били засадени 107 604 дка с фасул, а през миналата – едва 15 414 дка, изтъкна ученият. По думите му, стопаните отглеждат по малко фасул, най-вече за задоволяване на лич-

ните нужди. Големи полета с грах и боб вече няма. Леща пък изобщо не се гледа. Това, което консумираме е предимно от внос. От 2015 г. стопаните, които отглеждат протеинови култури – грах, боб, нахут, бакла и леща, ще получават 2% повече субсидии за обвързана подкрепа по линия на директните плащания „Надявам се, че от догодина картината ще се промени и ще имаме възраждане на тези производства. Финансовият стимул ще изиграе положителна роля за това“, оптимист е доц. Киряков. ➔

⇒ Секция „Селекция на бобовите култури“ в Добруджанския институт води селекция на нови сортове от зрял фасул (от 1978г.), леща (от 1980 г.), пролетен фуражен грах (от 1990 г.), нахут (от 1985 г.) и пролетен фий (от 1995г.). До сега в научното звено към Селскостопанска академия са създадени и признати 19 сорта зрял фасул, 13 сорта леща, 4 сорта пролетен фуражен грах, два сорта нахут и един сорт пролетен фий. През 2013 година в ИА-САС се изпитват три сорта зрял фасул (двата са с бели семена и единия с пъстри семена) подходящи за директна жътва, разказва доц. Киряков.

Зрелият фасул е отличен предшественик за повечето култури. Той остава в полето 5-6 кг. на дка азот за следващата култура. Затова агрономите препоръчват поне 10% от обработваемите площи да се засадят с бобови



Карта на научните институти в състава на Селскостопанска академия

култури. Доц. Киряков признава, че у нас само Добруджанският земеделски институт произвежда качествени семена. Минимални количества предлага и Институтът по земеделие и семезнание „Образцов чифлик“ в Русе. Цената на сертифицираното семе е 5 лв., а

на дка са нужни около 10-15 кг. Зрелият боб е важен експортен артикул с неограничен пазар и един от най-рентабилните износни земеделски продукти с висока валутна възвращаемост, в порядъка на 550-600 \$/тон.



ТРАКИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ

Ветеринарномедицински факултет

Започва задочно обучение по магистърска програма

„САНИТАРНА МИКРОБИОЛОГИЯ И БЕЗОПАСНОСТ НА ХРАНИТЕ“

Начало на обучението - 20 януари 2014 г.

За записване и въпроси:

Офис „Магистърски програми“

Тел. 042/ 699 690; 042/ 699 536; 042/ 699 540

juls@uni-sz.bg

www.uni-sz.bg/node/1256

Учебната програма е само в задочна форма

Обща продължителност

3 семестъра (18 месеца)

Записване до 15 магистри на семестър

Приемат се бакалаври и магистри от направления:

- 4.2 Химически науки;
- 4.3 Биологически науки,
- 5.11 Биотехнологии,
- 5.12 Хранителни технологии,
- 6.1 Растениевъдство;
- 6.2 Растителна защита;
- 6.3 Животновъдство;
- 6.4 Ветеринарна медицина;
- 7.1 Медицина;
- 7.4 Обществено здраве;

полиграфически комплекс



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



Нови подходи за създаване на функционални месни продукти.

Обзор

Асель А. Буламбаева², Стефан Г. Драгоев^{1*}, Ясин М. Узаков²

¹ Катедра Технология на месото и рибата, Университет по хранителни технологии, гр. Пловдив, бул. Марица № 26, България

² Катедра Технология на хранителните продукти, Алматински технологически университет, ул. Толеби № 100, гр.Алматый, Казахстан

Резюме

В настоящата статия е направен обзор на различните възможности за модифициране на месото, с цел производство на функционални месни продукти приложими при различни обменни заболявания и други болести свързани с диетата. Разгледани са предимствата и недостатъците на месото и месните продукти относно здравето на консуматорите. Накратко са представени известни до момента подходи за създаване на функционални месни продукти. Обсъдени са тенденциите за развитие и формулиране на нови функционални месни продукти в бъдеще. Наблегнато е на естественото съдържание в месото на биологично активни пептиди. Разгледани са възможностите за приложение на пробиотици, пребиотици и синбиотици във функционални месни продукти.

New approaches to creation of functional meat products. A Review

Asel A. Bulambaeva², Stephen G. Dragoev^{1*}, Yassin M. Uzakov²

¹ Department of Technology of Meat and Fish, University of Food Technologies, Plovdiv, Maritsa Blvd № 26 Bulgaria

² Department of Food Technology, University of Technology Almatinski, 100 Tolle would Str., Almaty, Kazakhstan

*Corresponding author: Prof. Stefan G. Dragoev, DSc, Department of Technology of Meat and Fish, University of Food Technologies, Plovdiv, Maritsa Blvd № 26 Bulgaria, Tel.: 032 / 603 798, Mobile: 0899829920; E-mail: logos2000lt@gmail.com

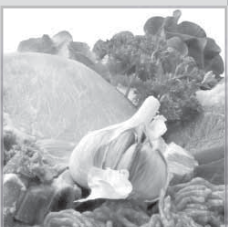
Abstract

In short summary were discussed presently known approaches to create different types of functional meat products and their potential impact on human health. The trends development and possible schemes for formulating the new functional meat products in the near future were examined also. The emphasis was put on the natural containing bioactive peptides in meat. The possibilities for the probiotics, prebiotics and synbiotics application in functional meat products were discussed too.

This article gives an review of the different options for modifying the meat to produce functional meat products applicable to various metabolic diseases and other diseases related to diet. The advantages and disadvantages of meat and meat products to health of the consumers were discussed. So far known approaches to creation of functional meat products were briefly presented. The development trends and formulating new functional meat products in the future also were reviewed. The natural meat content of biologically active peptides was emphasized. The opportunities for application of probiotics, prebiotics and synbiotics in functional meat products were considered.

Въведение

Повечето хора имат опасения че диетата им вреди на тяхното здраве. Все по-разпространено е схващането, че храните влияят пряко върху здравето на хората (Mollet & Rowland, 2002). Много хора използват диетата с определени храни като средство за понижаване на риска от т.нар. „обменни заболявания“ (Menrad, ⇨



Анализ на трудовият травматизъм в ХВП и туризма

гл. ас. д-р инж. Донка Танева, доц. д-р инж. Цветко Прокопов
Университет по хранителни технологии – Пловдив,

Резюме

В настоящата работа е направен анализ на трудовия травматизъм в хранително-вкусовата промишленост и туризма за периода 2008-2013г. За целта са използвани официални статистически и оперативни данни на НОИ. Изследването обхваща три икономически дейности от сектора „Преработваща промишленост” – производство на хранителни продукти, напитки и тютюневи изделия и две от сектора „Хотелиерство и ресторантьорство”. Представени са данни за общия брой трудови злополуки в страната и в изследваните икономически дейности, разпределението им по региони, броят на трудовите злополуки, предизвикали смърт и инвалидност, загубените календарни дни и динамиката на показателите на трудовите злополуки. Въпреки че се отчита намаляване на общия брой на трудовите злополуки, с изключение на икономическите дейности „Производство на тютюневи изделия” и „Хотелиерство”, където е регистрирано увеличение на злополуките през 2012 г. спрямо 2008 г., през последните две години все още има регистрирани трудови злополуки, предизвикали смърт. Ето защо е необходимо провеждане на обучения по безопасни и здравословни условия на труд, както и по-активно участие на работодателите с проекти по действащите и предстоящите оперативни програми.

Ключови думи: трудови злополуки, хранително-вкусова промишленост, туризъм, анализ.

Analysis of accidents at work in food and flavour industry and tourism

Head Assist. Prof. PhD Donka Taneva,
Assoc. Prof. PhD Tsvetko Prokopov

Department of Environmental Engineering, University of Food Technologies – Plovdiv, 26 „Maritsa” blvd., 4002 Plovdiv, Tel. 032/603888, e-mail: tsvetko_prokopov@abv.bg

Abstract

This work provides an analysis of accidents at work in the food and flavour industry and tourism for the period from 2008 to 2013. Official statistical and operational data of the National Insurance Institute were used for this purpose. The study was covered three economic activities in the sector “Manufacturing” – production of food, beverages and tobacco products and two activities in the sector “Hospitality”. Data are presented for the total number of accidents at work in the country and studied economic activities, accidents’ distribution by region, the number of accidents causing death and disability, lost calendar days and the dynamics of accidents’ indicators. Although a decrease of the total accidents at work was reported, with exception of economic activities “Production of tobacco products” and “Hotel management” where there was an increasing of accidents in 2012 compared to 2008, the last two years still there were registered accidents causing death. Therefore it is necessary trainings on health and safety at work to be carried out and grater involvement of the employers by the project in the current and new operational programs.

Key words: accidents at work, food and flavour industry, tourism, analysis.

Въведение

Трудовият травматизъм продължава да бъде водеща причина за смърт на работното място. Според последните проучвания на Международната организация по труда (МОТ) 2,34 млн. са трудовите злополуки, които приключват трагично всяка година. От тях 321 000 са вследствие на инциденти, а останалите 2,02 млн. са причинени от различни видове заболявания, свързани с работната дейност. По данни на Евростат 3,2 % от хората в ЕС27 на възраст между 15 и 64 години са били обект на една или повече трудови злополуки през 2007 г. Този процент съответства на 6,9 млн. работници. Общо



Устойчивото развитие и икономическите успехи са тясно свързани

Dieter Mailander

Икономическите успехи с дълготраен ефект във времето са въпрос на оцеляване. Фирмите трябва да печелят непрекъснато от основната си стопанска дейност, защото това е тяхната главна бизнес цел, осигуряваща бъдещето им. Това е валидно и за бизнеса в сектора на общественото хранене.

Като столова на една фирма или доставка на храна за болница, дадена компания може не винаги да реализира печалба, но във всеки случай трябва да избягва загуби, например чрез запазване на бюджета си. Каква връзка съществува между устойчивото развитие и икономическия успех?

Устойчивостта и икономическият интерес са свързани, както е показано в следващите три примера. Често стопански единици, предлагащи високо качество, използват ресурсите пестеливо и имат ниски оперативни разходи, но те изискват по-високи инвестиции в сравнение с такива с по-ниско качество и съответно – с по-малки разходи.

Най-общо казано, високите разходи за дадена покупка се възстановяват във времето за експлоатация, така че често накрая всички разходи са по-ниски от тези на единиците с ниски дялове на разходите. Компании, които залагат на такъв тип инвестиции в практиката, работят с по-добри икономически резултати от тези, поставени в зависимост от по-просто оборудване. Това е цикъл: икономически устойчив бизнес може да инвестира в дългосрочен план, докато другите не са в позиция да си позволят това.

Вторият пример е свързан със заплащането на персонала. Само икономически здрави фирми могат за плащат както се полага на служителите си и да се откажат от минималното заплащане на труда или частичното наемане на дъмпингови цени.

Третият пример се отнася до хранителни продукти, обработени

в професионални кухни. Високото качество струва пари, но то генерира по-добра възвращаемост на приходите, ако храните са атрактивно приготвени и могат да се предложат на гости със съответна покупателна способност.

Устойчивостта може да се постигне само на солидна икономическа основа. Или, за да стане още по-ясно, устойчивостта изисква добра печалба, от която може да бъде финансирана.

От визия към изпълнение

Важно е също ръководителите на бизнеса да искат да работят на основата на устойчиво развитие. Това не е сложно да се постигне в ресторант. Управителят определя какво трябва да се направи. От друга страна, когато служителите се хранят във фирмата, случаят е по-различен. Устойчивостта трябва да бъде важна част от бизнес политиката във всички направления – от закупуването, през производството, до продажбите и обслужването. След това тя може да бъде въведена в практиката на управление на заведенията за хранене, както е показано в следния пример.

Juwi AG – еталон за успех и устойчивост

Двама пионери в развитието на възобновяемите енергийни източници Фред Юнг и Матиас Виленбахер основават AG през 1996 г. в Германия. Собствениците все още управляват компанията, която не е в списъка на фондовата борса. В нея работят над 1800 души от цял свят и през 2012 г. реализираният оборот

е 1,1 млрд. евро. Фирмата работи в следните направления: планиране на проекти за вятърна, слънчева и биоенергия, опериране на такива единици и развиване на високо специализирани решения в областта на „ефективната топлина, електричество и енергия“. Ако клиентът желае, Юви (Juwi) управлява целия процес по веригата: от консултации и придобиване на терени до функциониране и обслужване на единиците. Визията за управлението на компанията накратко се определя като: 100% възобновяема енергия в среди,

- чиито жители използват чиста енергия на ниски и стабилни в дългосрочен план цени

- чиито регионални власти са независими, като избягват прекомерни разходи за внос на енергия и

- в които хората намират смислена заетост.

Концепция за устойчивост в общественото хранене и кетъринга

Преди няколко години управлението на компанията решава отново да поеме отговорност за възложената на външни изпълнители кулинарурия. Ето защо на 1-ви януари 2011 г. е основано дъщерно дружество. Неговата задача е да планира, осъществява и работи за стабилна столова кухня в зависимост от корпоративната философия. Ръководството на дружеството изготвя следните насоки на своята концепция:

- намаляване емисиите на въглероден диоксид особено при транспортиране на хранителни продукти;



Производство и пакетаж на богата гама от подправки, десертни кремове, кисели, сухи супи и гр.

РАДИКОМ
4147 Калековец, ул. Независимост 21
Тел. 032/ 624 435
Тел./ факс 032/ 620 068
e-mail: office@radikom-bg.com
www.radikom-bg.com



Акредитиран аналитичен център Комихрис гр. Пловдив

В акредитирана лаборатория Комихрис се извършват физико-химични и микробиологични изпитвания на храни, напитки и козметика

Пловдив, бул. „Кукленско шосе“ №67
тел.: 032 669611, 032 669622, факс: 032 669633
Моб.: 0878 669688, 0886 430203
E-mail: adikomihris2008@abv.bg,
www.komihris.com



office@hranmash.com
www.hranmash.com



sitra@sitra-bg.com
www.sitra-bg.com



SITRA Ltd.
INDUSTRIAL CONVEYOR SYSTEM



ЕЛИТ- МЕС
Минев-Рогона-
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



„Градус-1“ ООД

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

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



САЛОН ЕООД

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

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



„АЕА“ ООД

Производство на висококачествени сладкарски продукти с контролиран произход на суровините и вкусови качества близки до тези на домашно приготвените сладкиши

гр. София, кв. „Малашевци“, ул. „Рояк“ № 43
тел.: 02/ 936 72 25; факс: 02/ 936 78 06
мобилен: 0888 63 65 10
www.aeabulgaria.com



БЕЛЛА
БЪЛГАРИЯ

www.bella.bg



„ДИПИ“ ЕООД

Производство на сладкарски изделия



6300 Хасково
жк. Орфей бл. 17, Вх. Б an. 24
Тел.: 0887 256 919
e-mail:dipi_eood_hs@abv.bg
www.torti-dipi.com



„КАРИЛ и ТАНЯ“ ООД

8602 гр. Ямбол
ул.ГрафИгнатиев №189
Тел.: (+359 46) 66 92 66
факс: (+359 46)66 94 30
E-mail: karil_ice@yahoo.com
VAT No.: BG 128020650
www.karil-bg.com



Традиция в производството и търговията с яйца за консумация в страната и чужбина. Дневно производство от 450 000 броя яйца. Затворен цикъл на производство, съобразен с изискванията на ЕС.

с.Дончево 9354, общ. Добрич, ПК 408
www.zora-donchevobg.com
e-mail – zora@netplusdb.bg
тел.:058/ 62 66 12; факс: 058 / 62 27 66



„Престиж 96“ ООД

Производство на висококачествени продукти, обикновени и тунквани вафли, тунквани бисквити със знака на „Престиж“

5000 Велико Търново,
ул. Никола Габровски 98, п.к. 112
+359.62 61.41.41; +359.62 64.58.51
+359.62 64.07.33
Факс: +359.62 61.41.15
e-mail: office@prestige96.bg
www.prestige96.bg



SOLUTIONS FOR PHARMA & FOOD

**РЕЦЕПТАТА ЗА УСПЕХ
ПРИ ПРОИЗВОДСТВО НА
ХРАНИ И НАПИТКИ**

КУК-България ЕООД
4003 Пловдив, Г. Бенев № 3
тел.: 032 / 94 67 60; факс: 032 / 96 75 58
office-bg@kuk.com

„77К“ ООД

**Газирани и негазирани
напитки; напитки
„Фонтана“, студен чай,
тонизиращи напитки**

2300 Перник,
ж.к Кристал, з-г Кристал
тел./факс: 076/ 631 320
e-mail: pernik77k@abv.bg;
fontana77k@abv.bg



INDUSTRIAL CONVEYOR SYSTEM

Унифицирани гравивни
елементи за транспортъори



sitra@sitra-bg.com
www.sitra-bg.com



МИЛМЕКС ООД
Шоколадена 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



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

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



**Шоколагова
фабрика
Анимекс 98**

T +359 2 920 43 09
F +359 2 920 00 07
animex98@abv.bg
<http://www.animex98.com>

„ПИЛКО“ ЕООД

Производство и преработка
на птиче месо

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



„РАДУЛОВ“ ЕООД

**Газирани,
негазирани
напитки**

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



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



Производство и дистрибуция
на ингредиенты за:

- ♦ Безалкохолни напитки и сокове;
- ♦ Ниско- и високоалкохолни напитки;
- ♦ Сладоледи и млечни продукти;
- ♦ Хлебарски, сладкарски и захарни изделия;
- ♦ Месни продукти, готови храни и сосове.

Разработка на рецептури и технологии.
1138 София, кв. Горубляне
ул. „Обрещца“ 4
тел.: 02/ 923 18 00
факс: 02/ 978 52 50
e-mail: ptoshev@toshev-ltd.com
www.toshev-ltd.com



УХТ, Пловдив
Катедра „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

**„ДИМИТЪР
МАДЖАРОВ-2“ ЕООД**

**Млекопреработваща
индустрия**

ул. Ильов войвода 3, ет. 3
тел.: 032/ 907 006; 0339/ 2425
факс: 032/ 907 004; 0339/ 2307
e-mail: madjarovi@mail.bg

Свят на храни и изкуство

След успеха на Siger 2013 и AB Tech Expo, не бе изненада интересът от страна на българските хлебари и сладкари и към тазгодишното издание. Постигната беше тенденция за уплътняване на изложението, като към него се приобщиха и работещите в хотелиерския и ресторантьорски бранш. Тенденцията от чисто занаятчийско изложението да намери място и за производителите от индустриалния сектор се оправда. Тук можеха да се видят най-новите и модерни техники и технологии, опаковки, дизайн при производството на сладолед, сладкиши, хляб, пица, кафе и др. В залите за хотела и ресторанта имаше всичко: хубаво италианско вино, бира, месни деликатеси, морски дарове, подправки и др. Погледите на посетителите привличаха красиви съдове за хранене и дизайнерски подредените кътове за хранене. Наред с всичко това можеше да се види най-модерното кухненско оборудване. Siger 2014 беше посетено от над 145 000 души, които наистина имаше какво да видят по щандовете на повече от 1000 фирми изложители на площ от 100 000 кв. м.

И тази година организаторите предложиха богата съпътстваща програма. Традиционните конкурси бяха допълнени с нови изяви. Всяка една от залите, беше тематично обособена с кът за съпътстващата ѝ програма. Конкурси за майсторство, семинари, презентации или конференции събираха жадната за новости и шоу публика.

Сладкарите можах да видят финала на конкурса за арт декорация на тема "Renaissance" (Ренесанс), организиран от италианската Glamour Cakes. В него участваха 15 майстор-сладкари избрани в предварителен кръг. Уникални сладкарски декорации, достойни да се мерят с оригиналите на художниците от Ренесанса, караха посетителите да се тълпят с фото апарати, като вездесъщите японски туристи. Всяка една торта беше изделие достойно за Cup Cake Design – престижната награда, за която се състезаваха.

Шестото издание на Световната купа на Ice Cream



тък събра любителите на сладоледа, като показва новите тенденции в производството му. Застъпена беше темата „Функционално хранене и сладолед“. Използването на влакнини,

пробиотици и пребиотици, въвеждането на специални билки в производството му са част от новите технологии. Световна тенденция в сладоледените магазини е да се предлага изискан и функционален сладолед, който може да помогне при решаването на редица здравословни проблеми.

Под мотото „Хляб Art“ протече състезанието на хлебарите. Уникални хлебни композиции сътвориха италианските майстори, които се оказаха достойни съперници на дизайнерите сладкари.

В състезателната програма се включиха Италианското първенство на барманите и Италианския бариста шампионат, състезания валидни за участие в престижни международни форуми.

SIGEP УЧИЛИЩЕТО НА ХЛЯБА, така организаторите бяха нарекли събитието, което събра младите хора на изложението. Състезание, в което младите герои се подготвят да поемат по трудния път на майстора.

И докато SIGEP 2014 бавно отива в историята, оставило много емоции, нови идеи и хрумвания, на хоризонта, макар и след година, е SIGEP 2015. Поредната провокация към майсторлъка и моженето на българските производители, а и към нас, от КООП ХВП, които обещаваме да бъдем отново вашия добър гид в този очарователен свят на храни и изкуство.

Виолета Георгиева



10.13.04.2014

İSTANBUL FAIR CENTER
CNR EXPO YEŞİLKÖY

Ibatech

7-мо международно
търговско изложение
за хлебарство, сладкарство,
сладолед, шоколад,
машини и технологии.
Зала 1-2-3-4



www.dusseanalfir.com.tr

Key to Markets

Messe Stuttgart
Ares Fuarçılık



www.ibatech.com.tr

Messe Stuttgart
Ares Fuarçılık



Messe Stuttgart Ares Fuarçılık Ltd. Şti.

Tekstilkent A11 Blok No: 51 Esenler 34235 İstanbul Türkiye Tel: +90 212 284 11 10 Faks: +90 212 284 10 01 www.messe-stuttgart.com.tr

Landesmesse Stuttgart GmbH

Messeplazza 1 70629 Stuttgart Germany Tel: +49 711 18560 - 2173 Fax: +49 711 18560 - 2555 www.messe-stuttgart.de

Supported By

