

Има реален шанс ДДС за дарените храни да отпадне от 2017 г.

Окончателното решение за отпадане на ДДС за дарените храни е на финалната си права, стана ясно на 18 юли след среща между финансовия министър Владислав Горанов, омбудсманата Мая Манолова, представители на хранителния бранш и на МЗХ. Това бе поредната среща след дълга серия от преговори между заинтересованите страни.

Министерството на финансите е склонно да подкрепи промени в законодателната уредба, с които ще отпадне данък добавена стойност върху храни, които се даряват, заяви Горанов. И обясни, че единственото условие да бъде премахнат косвеният данък е да се гарантира, че няма да се осъществяват измами и да се укрива ДДС.



Предложенията на бизнеса са даренията да засегнат между 0,5 и 1% от годишния оборот на даден производител.

Както беше договорено, в края на юли бизнесът предложи конкретни изменения на Закона за храните, които трябва да се направят, за да отпадне данък добавена стойност на дарените продукти.

Фирми, представени в броя

ХАРТ
new frontier group

на стр. 2

АСО

на стр. 3

ГАРАНТ
ПЕСТ КОНТРОЛ

на стр. 4

**ХЛЕБОПРОИЗВОДСТВО
И СЛАДКАРСТВО** ЕООД ГР. ТРОЯН
Бълим сме, сме и ще бъдем пастъриса плав на боска тропици!

на стр. 5

Tea
trading

на стр. 6

HRANMASH

на стр. 7

ЕКОПАК
ОРГАНИЗАЦИЯ ЗА ОПОЗОТВОРЯВАНЕ НА ОТПАДЪЦИ ОТ ОПАКОВКИ

на стр. 8

БЕЛЛА
БЪЛГАРИЯ

на стр. 11

DATRA

на стр. 12

ТЕМИТЕ В БРОЯ

Масови проверки на пазарите и борсите за плодове и зеленчуци

2

Юбилейна година за пивоварите

3

Намалява потреблението на зехтин и олио

6

Сладоледът е в рамките на нормите за безопасност

7

Промени при подпомагане по директните плащания

8

Предстои семинар за хранителни добавки и добавки в храни, етикетиране, енергийна стойност. Опаковки. Официален контрол

9

6 пъти пада глобата за неразрешени ГМО в храните

10

ЕС платформа за намаляване на разхищението на храна

10

Покана за национален курс за вътрешни одитори

11

Русия и Турция ще преговарят за вдигане на ембаргото върху вноса на храни

12

Голяма част от храната на европейците се отглежда в трети страни

13

Отпада категоризирането на фермите за производство на сурово краве мляко

13

Руският агроминистър иска ембарго и след 2017 г.

13

„Продукт на годината“ вече и в България

14

Само яйца от свободни кокошки в английските вериги

15

Руски министър предложи да се лансира „Чебурашка“

15

На екзотичния остров ЕВИЯ, Гърция със СХП

16

БАБХ стартира масови проверки на пазарите и борсите за плодове и зеленчуци в цялата страната

Българска агенция по безопасност на храните стартира масови проверки на пазари, борси, тържища, складове за търговия на едро, търговски вериги, както и на нерегламентирани места за продажба на пресни плодове и зеленчуци на територията на цялата страна.

Инспекторите следят за произхода на продуктите, правилното етикетирание, съответствие на произхода на предлаганите стоки, посочен в документите, с този на етикетите им, проверяват се съпроводителните документи и съответствие на стоката с действащото законодателство. При инспекциите се вземат и проби за наличие на пестицидни остатъци и замърсители.

Първите проверки бяха извършени от инспектори от Областна дирекция по безопасност на храните - град Пловдив, заедно с представители на медиите.

Инспектирани са 5 склада за търговия на едро за плодове и зеленчуци и земеделски производител на борсата в село Първенец, хипермаркет в град Пловдив, както и на тържището на Гребната база в града. Не са открити драстични нарушения. Един търговец не е предоставил удостоверение за регистрация на обекта – склад за търговия на едро. Инспекторите са изискали да представи документа в ОДБХ, град Пловдив в рамките на следващия ден.

Целта на извънредните про-



верки е предотвратяване на нелегални търговски практики и недопускане на заблуда на потребителите относно произход, качество и безопасност на плодовете и зеленчуците, предлагани на българския пазар.

43 НАЧИНА ДА ПОДОБРИТЕ КОМПАНИЯТА СИ ЧРЕЗ IT РЕШЕНИЯ ЗА ХВП!

НАУЧИ КАК

32%

14%

Better Business Through Technology

ХАРТ
new frontier group



Юбилейна година за пивоварите



Тази година браншовата организация на пивоварите отбелязва три юбилея - 135 години пивоварна промишленост в България, 60 години пивоварна наука, 25 години Съюз на пивоварите у нас

Капиталовите инвестиции на членовете на Съюза на пивоварите в България в периода от 2011 до днес са над 315 млн. лева, а считано от 1994 г. - близо 1 млрд. 130 млн. лева, според данни на браншовата организация. Над 40 са новите марки и асортименти бира,

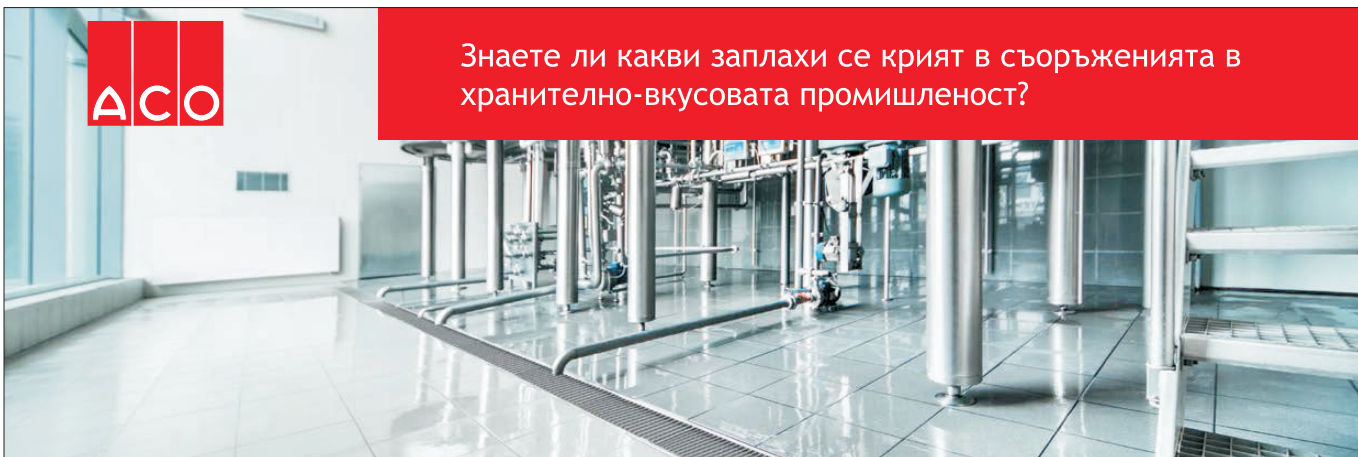
позиционирани на пазара през последните 5 години.

Тези и други актуални резултати и тенденции в сектора бяха представени по време на пресконференция на Съюза на пивоварите, ден преди професионалния празник на бранша – Илинден. В

събитието взеха участие членове на УС и представители на мениджърските екипи на пивоварните компании.

Специален гост на пресконференцията беше Пиер-Оливър Бер-

на стр. **4**



ACO

Знаете ли какви заплахи се крият в съоръженията в хранително-вкусовата промишленост?

Замърсяване на храните, злополуки, запушване на тръбите...

Тези думи са кошмар в хранително-вкусовата индустрия. Някои от тях са заплаха за Вашия бизнес, а други - за служителите. Ето защо си струва да обърнете повече внимание на системите за отводняване.

HygieneFirst

Като един от водещите специалисти в отводняването за хранително-вкусова промишленост в международен мащаб, ACO разбира колко важна роля играе отводняването за успеха на бизнеса за производство и приготвяне на храни. Ние осъзнаваме, че безопасността, хигиената и контролът на разходите са жизненоважни фактори, докато за много хора отводняването остава извън фокус и често пъти бива пренебрегвано.



www.aco.bg



Юбилейна година за пивоварите

от стр. 3

жерон, генерален секретар на Пивоварите на Европа, който сподели: „Европейската бирена индустрия се възстановява от финансовата криза. Мащабът на икономическия ефект от производството и продажбите на бира е съизмерим с този на БВП на една малка държава-членка на ЕС. Секторът на продажби на бира в сферата на хотелиерството и ресторантьорството генерира около 23 млрд. евро добавена стойност, самият пивоварен сектор - около 16 млрд. евро, а секторите на доставчиците на суровини и материали - над 8 млрд. Около 2,3 млн. са пряко или косвено заетите, свързани с бирения сектор. Икономическият принос на бирения сектор е не само за тези, които работят директно за пивоварните, но и за европейската икономика като цяло. Този принос е важен и за националните икономики и пазари на страните членки на ЕС. Данни за България потвърждават това.“



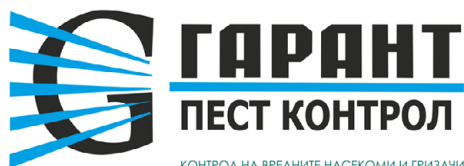
В периода 2011 – 2015 г. средната консумация на бира на глава от населението в страната е 72 литра или 144 халби бира, колкото е и средното потребление на пиво в страните от ЕС през последните 5 години. Традиционно с най-висока консумация е населението в държави, известни с пивоварната си култура като Чехия, където средната консумация за същия период е 144 л. (288 халби), и Германия - 107 литра или 214 халби бира на човек.

Според данни на Съюза на пи-

воварите, за последните 5 години в България са произведени близо 25 млн. хектолитра бира, от които членовете на СПБ: „Болярка – ВТ“ АД, „Бритос“ ЕООД, „Загорка“ АД, „Каменица“ АД, „Карлсберг България“ АД и „Ломско пиво“ АД имат общ производствен дял 99%. През изминалата 2015 г. те са реализирали 5 050 100 hl пиво, което е почти 4% повече от продажбите им през 2014 г. и общо заемат 93-94% от българския бирен пазар.

на стр. 5

Доверете се на опита!



КОНТРОЛ НА ВРЕДНИТЕ НАСЕКОМИ И ГРИЗАЧИ

www.garantpest.com

- Фирмата работи с препарати и помощни средства на реномирани европейски компании
- Разполагаме със специалисти по пест контрол, придържащи се към принципите на НАССР
- Фирмата е внедрила и прилага системи за управление на качеството EN ISO 9001:2008, ISO 14001:2004 и BS OHSAS 18001:2007
- Член на Българската асоциация по пест контрол ВАРС и Европейската конфедерация по пест контрол СЕРА



Абонаментни договори за пест контрол на производствени предприятия съгласно изискванията на НАССР и GMP

НАШИ КЛИЕНТИ в областта на ХВП



ТЪРГОВСКИ ПАРТНЬОРИ



02/ 831 90 73

02/ 831 48 96

office@garantpest.com

София, бул. "Сливница" 213, вх.5, ап.2

НАЧАЛО



ПРЕДИШНА



СЛЕДВАЩА



50 години
СЪЮЗ ПО ХРАНИТЕЛНА
ПРОМИШЛЕНОСТ

Юбилейна година за пивоварите

от стр. 4

През 2015 г. средната консумация на бира на глава от населението у нас е 73,5 л. Налице е тенденция за увеличаване на продажбите през заведенията, а за първите 6 месеца на тази година обемът на продажбите се запазва на нивата за същия период на миналата година. Последна продуктова иновация са непастъризираните бири, които допълват разнообразието от нови асортименти червено, бок, лагер, тъмно, радлер.

„В съвременното развитие на българската пивоварна индустрия най-характерни са непрекъснатото продуктово обновление и безупречното качество на категорията. Напоследък все по-голяма популярност набират непастъризираното или нефилтрираното пиво, които препращат към спомениите от миналото. Малко екстравагантно тези бири ги наричам винтидж. Производството им изисква отлични умения на майсторите пивовари, технологични иновации и, разбира се, инвестиции не само в разработката, рецептурата и производството, но и в цялостния имидж на продукта – от суровините до опаковката и комуникацията му към потребителите.“

коментира Ивана Радомирова – изпълнителен директор на Съюза на пивоварите.

Обичайно в пивопроизводство-

Съюз на пивоварите в България (СПБ)
представителната организация на производителите на бира в страната и техните доставчици на суровини, материали и оборудване.

В своята 25-годишна история СПБ реализира редица проекти с принос към устойчивото развитие на пивоварния бранш. Сдружението е единствената браншова организация в страната, която осъществява обща за сектора партньорска програма за социална отговорност, включваща: кампания за превенция употребата на алкохол от лица под 18 г. „Спортът е по-добрият начин децата да пораснат“, стандарти и система за саморегулация на търговските комуникации, общоевропейски ангажимент за доброволно представяне на информация за енергийната и хранителна стойност на пивото. Последните години СПБ позиционира в страната пан-европейския иновативен проект *Positive Story of Beer*, фокусиран върху популяризиране качествата на пивото, спецификите на пивоварната технология, ефекта от умерената консумация на пиво и развитието на категория. Под мотото *Love Beer* се организират редица инициативи за преодоляване на стереотипите за категорията и в подкрепа на модерната бирена култура.



то у нас се влагат годишно 100 хиляди тона малц и 400-450 тона хмел. През изминалата година в страната са произведени 41 000 тона малц. Годишното производство на хмел е около 100-120 тона.

Провежданите през годините проучвания от агенция „Ипсос“ показват, че традиционно с най-голяма честота на консумация на бира са градовете Русе, Монтана, Бургас. През миналия месец любителите на пивото в Русе средно са пили бира 13 пъти, в Монтана - 11 пъти, в Плевен и Бургас - 10 пъти. Мъже-



те продължават да бъдат твърди фенове на пенливата напитка - те пият бира поне 12 пъти в месеца, докато жените - 5 пъти. Не само мъжете, но и дамите в Русе също са големи почитатели на пивото и го консумират 9 пъти месечно.

Тази година пивоварите отбелязват - 135 години пивоварна промишленост в България, 60 години пивоварна наука, 25 години Съюз на пивоварите. По повод на трите юбилея Съюзът на пивоварите в партньорство със Столична община откри и специална фотоизложба, която в снимки разказва за историята на пивопроизводството у нас. Любителите на пенливата напитка могат да се насладят на интересните моменти от „Пътят на българското пиво“ в градинката на „Кристал“ срещу Военния клуб. Изложбата може да бъде разгледана до края на месеца.



Хлебопроизводство и сладкарство ЕООД - гр.Троян

Производство на хляб и хлебни изделия, козунаци и погачи

гр.Троян, п.к. 5600
ул.„Ген.Карцов“ № 387
факс: 0670/6 25 18
e-mail: troyahleb@abv.bg
тел. за заявки: 0670/6 27 62
моб. тел..0884 851478

НАЧАЛО



ПРЕДИШНА



СЛЕДВАЩА



50 години
СЪЮЗ ПО ХРАНИТЕЛНА
ПРОМИШЛЕНОСТ

Намалява потреблението на зехтин и олио

Потреблението на зехтин и олио от българските домакинства намалява в за периода от февруари 2015 до януари 2016 г. спрямо предходния аналогичен период. Спадът е по-голям при зехтина (-13.8%), отколкото при олиото (-5.5%). Средната цена и на двете категории бележи ръст. При олиото увеличението е със 7.7%. Цената на зехтина се е повишила с 12.6%. В резултат потреблението на олио нараства с 1.8%, докато на зехтин намалява.

И двете категории губят купувачи, но загубата при зехтина е доста по-голяма. За годината до януари 2015 зехтин са купили 37% от българските домакинства, но през следващия период е 30%. Потребителите, останали верни на зехтина, са го купували по-често. Средно на домакинство за годината до януари 2016 г. се падат 2.8 покупки, докато през предишния период те са били 2.6. Олио е купувано много по-често в сравнение със зехтина – средно 13 покупки за годишен период.

От домакинствата в страната 90% са купили поне веднъж олио през последния годишен период. Освен загубата на ку-

пувачи другата основна причина за спада на олиото е намаленото количество, купено на единична покупка.

Продуктите с етикет “собствена марка” отчитат спад и при двете категории. Техният дял обаче все още остава по-голям от средния за сектора бързооборотни стоки. Негативният резултат за марките на търговските вериги при олиото идва не само от загубата на купувачи, но от спада в честота на покупка и средния обем на единично пазаруване. Собствените марки при зехтина губят купувачи, но успяват да задържат лоялни домакинства, които са купували по-често през втория период. Делът на собствените марки на магазините намалява при покупките на олио. Ако през първия период той е бил 29% в обем, през втория се свива до 17%. Частните марки при зехтините поддържат постоянен дял в обем от 15%.

Традиционната търговия, представлявана от малките хранителни магазини, обслужвани от касиер, си остава най-предпочитаният канал, от който българските домакинства пазаруват олио.



Този канал увеличава своята тежест спрямо предходния анализиран период с 3 процентни пункта в обем - от 26% на 29%. Хипермаркетите и минимаркетите заемат второто място по важност, разделяйки си по 19% от покупките на домакинствата в страната. Делът на хипермаркетите намалява с 1 процентен пункт, докато тежестта на минимаркетите остава постоянна и през двата периода. Дискаунтърите свиват своя дял. Ако през първия период през тях са минавали 12% от закупените количества олио, през втория едва 9% от покупките са били направени от този търговски формат.

Модерната търговия заема доста по-голяма тежест в покупките на зехтин. Общият дял на хипермаркетите, супермаркетите и дискаунтърите е 79%. С най-голяма тежест са хипермаркетите. Делът им обаче се свива от 40% през първия период на 37% през втория. Малко над 1/4 от покупките на зехтин са извършени в супермаркетите, докато през дискаунтърите минават 16% от общото количество. И двата канала увелича-

ват тежестта си спрямо предходния анализиран период. Минимаркетите, както и при олиото, държат постоянен дял и през двата периода, При зехтина обаче той е доста понисък – 8%. Много малка част от покупките на зехтин се извършват през традиционната търговия – едва 5% за периода от февруари 2015 до януари 2016.

Зехтинът е категория, която се характеризира с висок дял на промоциите, за което влияние има и голямата тежест на модерната търговия при покупките на този тип продукт. Повече от половината от закупените количества зехтин са били на промоция при 15% среден дял на специалните предложения в сектора на бързооборотните стоки. През втория период този дял се свива от 59% на 54%. Тежестта на промоциите при олиото също намалява. 32% процента от покупките на олио за периода от февруари 2014 до януари 2015 са извършени в резултат на специални предложения, но през следващия период техният дял намалява до 23%.

Мария Велъва

Грилфикс Випур Аржентина суха марината



Създадена за икономично и рационално производство. Съдържа естествени съставки за окрежкотяване и трайност. Дава сигурност за винаги еднакви продукти от месо или зеленчуци, защото всичко е премерено правилно!

- овкусена, на черен пипер, лук и чесън
- за скара, грил и аламинути от свинско, говеждо и пилешко



тел./ факс: 974 50 01, 979 07 51, GSM: 0888 915 249, 0888 560 120, e-mail: teatrading@abv.bg

WIBERG



Сладоледът е в рамките на нормите за безопасност

Българска агенция по безопасност на храните извърши 1116 проверки на обекти за производство и търговия със сладолед.

Резултатите от извършените лабораторни изпитвания на сладоледа не показват отклонения от нормите за безопасност, съобщиха от ведомството.

В резултат на инспекциите са съставени два акта за установяване на административно нарушение и са издадени 24 Предписания за отстраняване на несъответствия. По време на проверките са възбранени 316 литра сладолед в склад за търговия на едро в град Пазарджик, поради несъответствия в етикетирването (неясно изписване на алергените).

Двата акта са съставени от служителите на Областна дирекция

по безопасност на храните, град Търговище. Откритите нарушения са в обети за търговия на дребно, единият е за липса на придружаващи документи за произход, а другият за неизпълнение на предписание. На нарушителите ще им бъдат наложени санкции за в размер на до 500 лева.

Масираните проверки се били на територията на цялата страна. Инспектирани са били обектите за производство и търговия на едро и дребно със сладолед, временни и подвижни обекти и машини за сладолед. Инспекторите са проверявали произхода на сладоледа, температурата на съхранение, ко-



ято трябва да бъде минимум "18 С°", срокът на годност, придружаващите документи, етикетировката, работното облекло и здравните книжки на персонала и хигиената в обектите.

Регал

HRANMASH

Машини, съоръжения и линии за хранителната промишленост

e-mail: office@hranmash.com
 тел./факс 042 600 450, 042 600 451
 Стара Загора, ул."Цар Иван Шишман" 64



ОТ СТРАНИЦАТА НА МИНИСТЪР ДЕСИСЛАВА ТАНЕВА

Предвиждат се промени в начина на подпомагане по директните плащания

МЗХ представи на срещи в края на юли с представители на секторите „Животновъдство“ и „Растениевъдство“ подготвяните промени в начина на подпомагане по директните плащания по схемите за обвързаната подкрепа за животновъдство, плодове и зеленчуци за периода 2017-2020 г. Измененията в схемите имат за цел да се постигне по-голяма справедливост в земеделския отрасъл.

Важен акцент се поставя върху уязвимите и чувствителни стопанства. За първи път се насочват средства към малките млечни говедовъдни ферми в планинските райони, които до момента не са подпомагани. Увеличава се подкрепата за животните в планинските овцеферми. Въвежда се прилагането на нова отделна схема за животновъдите в планинските райони, чиито ферми се намират на надморска височина над 750 м.

Промени в схемите за обвързано подпомагане в сектор „Животновъдство“ се насочват към стопанствата, извършващи целенасочена развъдна дейност, както и към средните по-размер стопанства с оглед по-

добряване на ефективността и пазарната им устойчивост. Поставят се условия за наличие на минимален брой животни под селекционен контрол от една порода (за крави – над 20 животни, за овце-майки – над 50 животни и за кози-майки – над 20 животни), което ще подобри нивото на селекцията в страната.

Въвеждат се изисквания за реализация на мляко, съобразени с породната принадлежност и продуктивност на животните, което ще допринесе и за изсветляване на сектора. Предвижда се прилагането на модулирани ставки (различен размер на ставката според броя на животните) за крави, овце-майки и кози-майки под селекционен контрол, която ще бъде по-висока за първите 250 крави в стопанството и за първите 300 овце-майки и кози-майки. По отношение на биволовството, на подпомагане ще подлежат биволици и малакини, с прилагане на модулирана ставка за първите 250 животни във фермата.

С 2,5 млн. лв. се увеличава финансовият ресурс по схемата за оранжерийни зеленчуци спрямо 2015 г. Така частично ще се компенсират високите производствени разходи и ще се постигне по-справедливо подпомагане в сектора. Въвеждат се две нива на получените добиви – минимални добиви, които са условие за допустимост на плащането по схемата, и средни добиви - условие за получаване на пълния размер на ставката. Така ще се компенсират по-високите разходи при отопляемите оранжерии. Всички добиви ще се доказват само с официални счетоводни документи - фактури и за физическо лице – касови бележки.

От схемите отпадат културите, които вече не отговарят на критериите на ЕС за обвързано с производството подпомагане – тикви, орехи, грах и зелен фасул, при които има много висок дял на подпомагането в разходите за производство и значително увеличение на площите.

Обособяват се в нови отделни схеми втора група култури с по-ниско ниво на подпомагане. При тях има относително висок дял на подпомагането в разходите за производство и увеличение на площите, но по-малки в сравнение с първата група. Така се създават две нови схеми за обвързана подкрепа – една за дини, пъпеш и зеле и втора за сливи и десертно грозде.

По всички схеми за обвързано подпомагане на плодове и зеленчуци производителите ще получат допълнително подпомагане по схемата за преразпределително плащане в размер на 50% от основната ставка за първите 30 ха от стопанството. По този начин се отчитат икономии, които се реализират от големите стопанства. При това плащане ще се прилагат забраните за изкуствено разделяне на стопанствата.



**ДАЙ НА БИЗНЕСА СИ
ЗЕЛЕНА СВЕТИНА!**

**РЕЦИКЛИРАЙ С
ЕКОПАК**

ОРГАНИЗАЦИЯ ЗА ОПОЛЗОТВОРЯВАНЕ НА ОТПАДЪЦИ ОТ ОПАКОВКИ

За контакти:
„Екопак България“ АД, 1784 София, бул. "Цариградско шосе" 60
тел.: 02 / 40 19 100, 40 19 106, 40 19 108; факс: 02 / 40 19 101
email: sales@ecopack.bg, www.ecopack.bg





Съюзът по хранителна промишленост организира



Национален двудневен практически семинар - дискусия на тема:

**Хранителни добавки и добавки в храни,
етикетиране, енергийна стойност на храните.
Опаковки за хранителни продукти.
Официален контрол – най-нови изисквания.**

Най-актуалното за производителите
и по-добра информираност на потребителите

**12 - 13 септември 2016 г., Дом на науката и техниката
гр. София, ул. „Г.С. Раковски” 108, зала № 3, ет.2**

Таксата за участие - 140 лв. без ДДС. В нея са включени материалите за участниците, вечеря с колеги, кафе-паузи и закуски.

- за редовни членове на СХП - 120 лв. без ДДС

- научни работници, преподаватели, аспиранти, студенти и ученици не плащат такса за участие

ПРОГРАМА

Понеделник, 12 септември

12:00-12,30 Регистрация в зала № 3, ет.2

12:30 Поздравление към участниците

12,40 – 17,00 Обучение на тема:

● **Хранителни добавки и добавки в храни – регулиране и съвременни законодателни изисквания.**

- *Общи принципи и разрешителни процедури за добавките, ензимите и ароматизантите в храните съгл. Регламент (ЕС) №1331/2008*

- *Общностни списъци, употреба и етикетиране на разрешените добавки в храните съгл. Регламент (ЕС) №1333/2008*

- *Общностен списък, употреба и етикетиране на разрешените ензими в храните съгл. Регламент (ЕС) №1332/2008*

- *Общностен списък, употреба и етикетиране на разрешените ароматизантни и определени съставки с ароматични свойства в храните съгл. Регламент (ЕС) №1334/2008*

- *Актуални проблеми свързани с употребата на добавките в технологичната практика.*

- *Общи и специфични изисквания към хранителните добавки. Условия за употреба на витамини, минерални вещества, растения и екстракти от тях в хранителните добавки съгл. Наредба №47/2004 г. на МЗ и Директива 2002/46/ЕО*

- *Етикетиране, пускане на пазара и контрол върху хран. добавки съгл. Наредба 47/2004 на МЗ и Директива 2002/46/ЕО., граничен контрол*

18,30 Вечеря с колеги

Вторник, 13 септември

9:00-16,30 Обучение и практически упражнения:

● **Новите аспекти за етикетиране на храните във връзка с влизане в сила на Регламент 1169/2011**

● **Специфични изисквания за етикетиране на храните**

● **Официален контрол върху етикетиране на храните. Срокове за въвеждане на изискванията към етикетиране на храните и контрол**

● **Енергийната стойност на храните – нормативни изисквания за определянето ѝ.**

● **Изисквания към опаковките на храни и напитки**

● **Дискусионен панел върху добавки, опаковки, етикети и енергийни стойности на фирми, участнички в семинара**

● **Работа по групи за изготвяне на етикети и изчисляване на енергийни стойности**

● **Обмен на информация между участващите фирми, представяне на изготвените етикети и изчислени енергийни стойности от представители на различните групи**

● **Официален контрол – най-новите изисквания**

● **Кръгла маса - въпроси към лекторите - проф. Йордан Гогов, инж. Майя Стойчева, експерти от БАБХ и др.**

● **Закриване на семинара и раздаване на сертификатите**





6 пъти пада глобата за неразрешени ГМО в храните



В новия Закон за храните отпада изискването продукти, съдържащи ГМО, да имат етикет, чиято площ поне на 25% е заета с информиращ надпис за съдържание на модифицираните организми, за това алармираха от Фондация за околна среда и земеделие. Заради това изискване в настоящото законодателство компании-

те са избягвали да внасят ГМО храни в нашата страна, каза Борислав Сандов, координатор кампании на фондацията. Той уточни, че у нас е забранено освобождаването на генно модифицирани организми в околната среда, но не е забранено те да се съдържат в предлагани на пазара ни храни. Сандов каза още, че се предвижда значително понижаване на глобите за неозначаване или използване на неразрешен в Европейския съюз ГМО. От 35 хил. лв се предвиждат те да станат 6 хил. лв, което е пренебрежимо малка сума за вносителите на тези продукти и те ще си плащат санкциите и ще продължават дейността си, комен-

тира Сандов. На територията на ЕС има около 30 разрешени за влагане в храни генно изменени организми.

У нас не се правят достатъчно изследвания и всеки фермер може да отиде в Румъния, където е разрешена ГМО царевицата MON 810 и да си купи семена, каза Албена Симеонова, председател на Българска асоциация Биопродукти. Тя обърна внимание, че почти цялото количество соя, което се внася в страната, е от Латинска Америка и е ГМО.

Запазва се глобата от 500 хил. лв. при засяване на ГМО култури на територията на България. У нас засаждането им е забранено.

ЕС създаде платформа за намаляване на разхищението на храна

Европейската комисия пуна „Европейска платформа за загубата и разхищението на храна“ с цел да се създадат правила за намаляване на количествата храна,

които европейците изхвърлят ежедневно. В проекта участват вече 70 заинтересовани страни, а първото заседание ще бъде на 29 ноември в Брюксел.



Част от платформата са представители на държавите-членки, Организацията по прехрана на ООН, браншови организации като Копа Коджека и Европейската асоциация за защита на културите.

Групата ще създаде правила, които ще помогнат да се намали разхищението на храни, ще набележи действия по цялата хранителна верига, ще насърчи сътрудничеството между различните сектори, ще съдейства да се осъществи обмен на най-добри практики, както и да се оцени постигнатият прогрес в областта до момента. Така платформата ще помогне да се осъществят целите на ООН за устойчиво развитие до 2030.

Тарифа за реклама в бюлетин

ХРАНИТЕЛНА и ПИТЕЙНА ПРОМИШЛЕНОСТ

На вътрешна страница		ПАРАМЕТРИ НА РЕКЛАМНИТЕ КАРЕТА:	
- до 50 см ²	0.70 лв/см ²	Ширина (възможни варианти):	
- до 100 см ²	0.60 лв/см ²	- 5,6 см	
- до 200 см ²	0.50 лв/см ²	- 8,8 см	
- над 200 см ²	0.40 лв/см ²	- 11,8 см	
Лого на първа страница, което препраща към рекламата		+ 10 лв.	
Текстови материал, обозначен с „платено съобщение“		- 50% от тарифата за реклама	
Фиксирано място		+ 10%	
ОТСТЪПКИ		Височина (по желание)	
За членове на СХП	10%	- максимум - 24 см	
При авансово плащане за 1 г.	20%	За контакти:	
При авансово плащане за 6 м.	10%	София 1000	
При авансово плащане за 3 м.	5%	ул. "Г. С. Раковски" 108, офис 408	
		тел./факс: 02/ 987 47 44	
		e-mail: ufi_sb@abv.bg	

Сумите се превеждат по сметката на СХП:
„Юробанк България“ ФЦ София Окръг
BIC код: VPBVBG33; IBAN: BG05BPVI 7942 1019 1562 01





Покана за национален тридневен научно-практически курс
Вътрешни одитори на системи за управление на безопасността
на храните FSSC 22000/ISO 22002. Система HACCP.
Етикетиране, определяне енергийната стойност на храните



7, 8 и 9 септември 2016 г., гр. София, Дом на техниката

Т Е М И :

- ▶ **Вътрешен одит на системите за управление на безопасността на храните** - по изискванията на FSSC 22000/ISO 22002 (Food Safety System Certification),
- ▶ **Общи принципи и прилагане на законодателството (R-178/2002) на ЕС в областта за осигуряване на проследимост на храните**
- ▶ **Етикетирането на храните** - подробно разясняване на изискванията на новия Регламент 1169/2011 за Етикетирането на хранителни продукти. Съставяне на етикети и практически упражнения с Дискусия по темата.
- ▶ **Нормативни изисквания за определяне енергийната стойност на храните** - практически упражнения

Лектори: *Надежда Василева - сеньор одитор по качество и безопасност, проф. Йордан Гогов, лектор от БАБХ*

Таксата за участие **е 280 лв. без ДДС, 336 лв. с ДДС**

- За редовни членове на СХП таксата за участие **е 250 лв. без ДДС, 300 лв. с ДДС**
- В таксата са включени материалите за участниците, кафе-паузи и закуски, сертификати.

Допълнителна информация можете да получите по телефона, на електронната поща или на място в офиса на СХП - София, ул. „Г.С. Раковски“ 108 офис 408, e-mail: ufi_sb@abv.bg, тел: 02/ 987 47 44, 0888/ 72 24 82 - Соня Бургуджиева

БЕЛЛА

БЪЛГАРИЯ



НАЧАЛО



ПРЕДИШНА



СЛЕДВАЩА



Русия и Турция ще преговарят за вдигане на ембаргото върху вноса на храни

Руски държавни служители ще посетят Турция, за да обсъдят възможността да бъде отменена действащата в момента забрана за внос на някои агропродукти на руския пазар. След посещението си държавните служители ще изготвят доклад, който ще бъде представен на президента. Това ще стане към 9 август, обяви руският

зам.-министър на икономическото развитие Алексей Лихачев цитиран от rt.com.

Министърът на икономиката на Турция Нихат Зейбекчи поиска от Русия да вдигне ембаргото върху вноса на продукти от страната му. Неговият руски колега му отговори, че Москва няма да направи това преди да се състои сре-

ща между Владимир Путин и Реджеп Тайип Ердоган, която е насрочена за 9 август в Санкт Петербург.

В началото на годината вносът на храни от Турция бе забранен от Москва, след като Турция сваля руски военен самолет в Сирия. Руските санкции важат и за чартърните полети за Турция, включват въвеждане на визов режим и забрана за наемане на турски граждани на работа в Русия. Отношенията между двете страни се подобриха, когато Ердоган се извини на Кремъл за инцидента с военния самолет.

Загубите за икономиката на Русия от ембаргото за внос на храни от Турция през първото шестмесечие на 2016 г. възлизат на 209 млн. щ.д.



1784 София, бул. "Йерусалим" 54, тел: 02/974 05 48, факс: 02/974 08 17, e-mail: office@datrabg.com, venzirin@datrabg.com

ДАТРА ЕООД е представител на европейски фирми, произвеждащи машини и съоръжения за хранителната, фармацевтичната и козметичната промишленост.

Нашите партньори:

- **TOMRA NV (собственик на марките BEST и Odenberg) Белгия** - www.tomra.com

Производител на машини за електронно оптично сортиране и отстраняване на дефекти - по цвят, структура и плътност, лазерни сортиращи машини, рентгенови сортиращи машини, LED технология, камери / черно-бели, цветни, BSI/

- **FAM NV Белгия** - www.fam.be

Производител на индустриални машини за рязане на плодове, зеленчуци, месо, колбаси, сирена.

- **FrymaKoruma GmbH Германия** - www.frymakoruma.com

Производител на вакуум хомогенизатори, колоидни, корундови, дискови и топкови мелници за мокро смилане с приложение в хранителната, фармацевтичната и козметичната промишленост.

- **Cabinplant A/S Дания** - www.cabinplant.com

Производител на машини и комплектни линии за преработка на зеленчуци и риба, интегрирани бланшори/охладителни, камери за дефростиране, везни за прецизно дозиране на потребителски опаковки на свежи, сухи и замразени продукти

- **SORMAC BV** - www.sormac.nl

Машини за преработка на листни и кореноплодни зеленчуци, линии за свежи салати, машини за белене на лук, картофи, моркови.

- **POP VRIEND SEEDS** - www.popvriendseeds.nl

Производител и доставчик на семена за индустриално отглеждане на

зелен фасул, сладка царевица и спанак.

- **RADEMAKER Холандия** - www.rademaker.nl

Производител и доставчик на машини за производство на хлебчета, багети, франзели, арабски питки, кроасани и продукти от маслено тесто, кейкове, сладки и солени пайове, сладкиши.

- **Eillert B.V. Holland** - www.eillert.nl

Машини за белене, рязане, почистване и миене на зеленчуци с малък капацитет.

- **SCANICO** - www.scanico.com

Scanico A/S Дания е един от водещите доставчици на машини за бързо индивидуално замразяване на храни - плодове, зеленчуци, месо и месни изделия, риба, тестени изделия, готови храни.

- **UNIDEX Полша** - unidex.pl

Производител на флуидизационни замразители за бързо индивидуално замразяване на плодове, зеленчуци, риба, месо, сирена, гъби.

- **FOMACO A/S Дания** - www.fomaco.com

Доставчик на инжектори, тумблери, вакуум тумблери и аксесоари към тях за месната и рибната индустрия.

- **PIGO - R Сърбия** - www.pigo-r.com

Линии за преработка на вишни, череши, сливи.

- **METALINZENJERING DOO Сърбия** - www.metalinzenjeringdoo.co.rs

Линии за преработка на малини, боровинки, капини, шипки, както и на костилкови плодове.



Все по-голяма част от храната на европейците се отглежда в трети страни

Осигуряването на прехрана на европейците все повече е свързано с използването на обработваема земя в държави извън континента. Изводът е на неправителствената организация Friends of the Earth Europe в доклад, публикуван наскоро.

Европейският съюз се нуждае от почти 270 млн. ха земеделска земя, за да осигури годишната прехрана на жителите на Стария континент. В момента около 40% от обработваемата земя, осигуряваща производството на храни за европейците, се намира извън Евро-

па. Територията е с големината на Франция и Италия взети заедно. Това вреди на околната среда и местните селски общности, е основния извод в доклада.

Ето защо е необходимо ЕС да си постави ясни цели и да използва свободната в момента земеделска земя. Трябва да се намали замърсяването на околната среда в следствие производството на стоки в животновъдството и производството на култури богати на белтъчини.

„Прекалено високото производство на храни в ЕС се дължи на



големия внос на фуражи в ЕС”, казва евродепутатът Мария Хойбух от Германия за Agra Europe. Експертите на неправителствената организация критикуват и силния внос на плодове и зеленчуци от държави, които не са членки на ЕС.

Отпада категоризирането на фермите за производство на сурово краве мляко



Отпада категоризирането на фермите за производство на сурово краве мляко. Това гласи проект на Наредба за специфичните изисквания за производство, събиране, съхранение, транспортиране на сурово краве мляко, неговата преработка и предлагане на пазара на

мляко и млечни продукти. От наредбата отпада съществуващото категоризиране на фермите, както и на млекопреработвателните предприятия, тъй като в момента групирането се извършва на база преходния период. Изменят се изискванията за пробовземане, контрол (лабораторен, официален и самоконтрол) и др. във връзка с констатациите и коментарите на ЕК след проведения одит.

Отменя се още Наредба № 4 за специфичните изисквания при производството, съхранението и транспортирането на сурово краве мляко и изискванията за търговия и пускане на пазара на мляко и млечни продукти, която беше изготвена и действаше за периода на дерогацията.

Проектът на нормативния акт има за цел регламентиране на специфични изисквания към млякото и млечните продукти по цялата хранителна верига. Приемането на проекта на наредба не изисква допълнителни средства от бюджета на Министерството на земеделието и храните.

Руският агро министър иска ембарго и след 2017 г.

Земеделският министър на Русия Александър Ткачев предлага ембаргото за хранителни и земеделски стоки от западните страни да бъде удължено и след 2017 г., тъй като според него има позитивни ефекти за развитие на земеделието в руската държава, става ясно от информацията на agroinfo.com. По думите му забраната на западни храни не е довела до дефицити на пазара и той към момента е стабилен. Тази година спрямо предходната значително се е понижил и темпът на увеличение на цените за потребителите, което се дължи на успешното заместване на чуждите продукти с такива, произ-



ведени на руска земя. Факт обаче е и намалената платежоспособност на населението. В допълнение Ткачев казва, че не само е намалена зависимостта на Русия от вносни храни, но и е увеличен експортният ѝ капацитет.

Агрозона

“Продукт на годината” вече и в България

Програмата “Продукт на годината” е основана преди 29 години във Франция. Целта ѝ е да насочи потребителите към най-новите предложения на пазара и да отличи производителите за качеството и иновациите, реализирани в продуктите им. Сега тя оперира в 42 страни и е силно послание към потребителите и дистрибуторите, както и ефективно средство за насърчаване на продажбите, казва Ралица Бехар, представител на “Продукт на годината” за България.

“Продукт на годината” фактически осъществява мащабно проучване за иновации в потребителския сектор на отделните пазари.



В конкурса могат да участват продукти и услуги, които са лансирани на българския пазар след юни 2015 г. Те трябва да демонстрират иновации в някоя от следните области: във функцията, дизайна или опаковката на продукта. Кандидатствалият продукт/услуга може да бъде напълно нов(а) на пазара или да бъде добавена полезна иновация към вече съществуващ продукт/услуга като нова съставка, нова формула, нова функция или по-добра опаковка. При услугите това може да бъде или нова, или подобрена версия на вече съществуваща услуга. Не е задължително иновацията да е революционна, достатъчно е да прави живота на потребителите по-добър и по-лесен.

Жури от експерти в индустрията

представители на ритейла, медиите и иновациите разглежда кандидатурите на всички продукти, за да се увери, че тези с истински иновации и нововъведения преминават към фазата на националното потребителско проучване. Ако журито селектира определен продукт като иновативен, той става финалист и се класира в съответната категория, участваща във финалното проучване. В случая то е национално представително и се осъществява от Nielsen Bulgaria.



Проучването е по методологията на програмата и има за цел да оцени на база на потребителския вот кой е най-атрактивният и кой е най-инновативният продукт/услуга (по 25% от общия вот) и удовлетвореността на потребителя от съответния продукт/услуга (50% от общия вот). Като базирано на национално представителна извадка на населението то има претенцията да отразява мнението на цялата нация, а не на група читатели на медии или на доброволци.

Само един победител във всяка категория

Той получава ексклузивно лиценз за наградата “Продукт на годината” и възможността да използва червеното лого неограничено в маркетинговите и публичните комуникации на продукта или услугата.

Препоръките на потребители най-силно влияят при избора на нови продукти. Иновацията или подобрението сами по себе си са фактор за покупка за 64% от българите.

При избора на нови продукти и услуги българските потребители се доверяват преди всичко на препоръки от други потребители. Този отговор са дали 67% от анкетираниите в национално представително проучване на Nielsen Bulgaria за потребителските нагласи към нови и иновативни продукти. Проучването е проведено през юни 2016 г. сред 200 мъже и жени на възраст между 15 и 64 години на база на компютърно асистирани web интервюта. Анкетираниите са имали право да дадат повече от един отговор.

Като фактор за избора на нови продукти и услуги традиционните начини на маркетинг и реклама минават на по-заден план в сравнение с препоръките от потребители. Телевизията например е получила 32%

от гласовете, ревютата в блогове - 28%, онлайн рекламата - 22%, журналистическите ревюта и коментари във вестници и списания - 19%, а рекламата на известни личности - едва 9%. Относително висок (49%) е делът на хората, казали, че биха се доверили на знак или лого, издаден от компетентна организация, който да утвърждава качеството.

Самият факт, че има иновация или подобрение, е важен фактор за покупката на нов продукт или услуга за 64% от анкетираниите. Дизайнерът и опаковката са посочени като съществени от 43%, а екоориентацията на бранда - от 29%.

Когато потребителите сравняват два или повече сходни продукта и услуги на различни марки, независимо дали са чували за тях или не, 32% смятат, че продукт с логото на компетентна организация, утвърждаващо качеството, определено е по-добър от продуктите без знак. Други 35% смятат, че може би е по-добър, а общо 33% са скептични. От скептиците 19% казват, че знакът не би повлиял на решението им за покупка. Други 14% са на мнение, че това, че продуктът има знак за качество, не означава, че той е задължително по-добър от продуктите без такъв.

Почти половината респонденти (46%) смятат, че решението за покупка ще бъде по-лесно, ако продуктът има отличителен знак, а 53% биха имали по-голямо доверие към продукт с лого. Изследването е тествало и нагласите към логото Product of the Year. Двата основни извода са, че мнозинството от респондентите (85%) вероятно биха опитали продукт с това лого и, че то би повишило предпочитанията към даден продукт сред 82% от българските потребители.

Автор: Регал



Само яйца от свободни кокошки в английските вериги



До 2025 г. големите супермаркети в Обединено кралство ще продават само яйца от свободни кокошки. Това е тежен доброволен ангажимент, става ясно от информация на worldpoultry.net. В момента текат консултации с производители и търговци за установяване на стандарт за „щастливите“ яйца.

Сред разглежданите

алтернативи на клетъчното отглеждане е отглеждането на кокошките в затворени помещения, където те могат да се движат свободно.

Двигател на тези промени е петиция, инициирана от 14-годишно момиче. То настоява супермаркетите да променят практиките си и е събрало половин милион подписа.

Руски министър предложи да се лансира търговската марка “Чебурашка” в отговор на Pokemon GO

Министърът на икономическото развитие на Русия Алексей Улюкаев, който е на работно посещение в Япония, предложи да се лансира брандът “Чебурашка” в отговор на масовото увлечение по играта Pokemon GO, разработена от японската компания Nintendo, предаде ТАСС, цитирана от БТА.

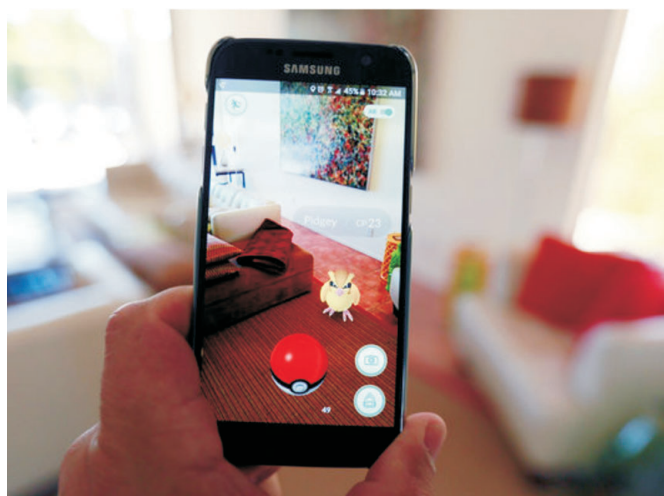
Казаха ми, че тук, в Япония, Чебурашка е много популярен. Значи трябва да го лансираме. Действително това е сериозно нещо - лансирането на наши търговски марки би било добре. Но аз не съм по покемоните, каза Улюкаев пред журналисти, отговаряйки на въпрос не си ли струва руските компании да измислят свой покемон.

Улюкаев отбеляза, че му е по-известна японската разработка “Тамагочи”, защото неговите

деца имат такава игра, а с Pokemon GO министърът е запознат в по-малка степен.

По-рано генералният директор на Руския експортен център Пьотър Фрадков съобщи, че руската износна продукция, продавана чрез интернет канали, трябва да има единен разпознаваем бранд в чужбина. Според Фрадков определени потребителски стоки трябва да имат имиджов елемент и да се маркират като не е задължително това да става със знак за качество, както е било преди.

Акциите на Nintendo посъкпнаха с още 14 процента в днешната сесия на Токийската фондова борса. Котировките на японската компания вече са скочили с около 120 процента след дебюта на най-новата игра за разширена реалност Poke-



mon GO, която стана сензация по целия свят.

Така Нинтендо постигна пазарна капитализация от 38 милиарда евро, изпреварвайки конкурента си Sony.

В края на търговията в Токио днес книгата на Нинтендо посъкпнаха с 14,36 на сто до 31 770 йени. Това е над двойно повече от стойността им на 6 юли, когато Pokemon GO бе пусната в три дър-

жави (САЩ, Австралия и Нова Зеландия).

На 13 юли завладяващата игра на “джобни чудовища”, които заливат реалния свят, виждани през екраните на смартфоните, пристигна и в Европа. От уикенда е достъпна в 26 нови страни, но все още не и в Япония.

Автор: Регал





П О К А Н А

ЗА НАЦИОНАЛЕН ОСЕМДНЕВЕН ПЪТУВАЩ СЕМИНАР
на екзотичния остров **ЕВИЯ**, Гърция със СХП

СОФИЯ - КУЛАТА - СОЛУН - ЛАРИСА -
ХАЛКИДА - остров ЕВИЯ - СОФИЯ

2 - 9 октомври 2016 г.
пътуване с автобус

На тема: Изискванията на българската и европейска нормативна уредба към производителите на храни и напитки. Официален контрол

Използвайте този шанс и направете за вас и вашите специалисти подарък, като съчетаете чудесната почивка на очарователната перла на Атика – великолепният остров Евия и околностите със знанията и опита на експертите!

Прекрасни пясъчни плажове, плодородни долини, гористи планини и красиви селца - открийте съкровищата на остров Евия, Гърция! Възможност за съчетаване на вълнуваща екскурзионна програма със спокойна плажна почивка Евия



е идеалното място за тези, които искат да съвместят плажната почивка сред умиротворяваща природа и възможността за интересни екскурзии в люлката на древногръцката цивилизация – столицата Атина!

В пътуването могат да вземат участие ваши близки, приятели и роднини, тъй като в програмата е отделено достатъчно време за почивка и туристическа програма на изключително атрактивна цена!

На всеки участник ще бъде издаден СЕРТИФИКАТ за участие в Семинара.



За повече подробности посетете
www.ufi-bg.com

Отговори на всички въпроси за пътуването можете да получите и по телефона, на електронната поща или на място в офиса на Съюза по хранителна промишленост - София, ул. "Г.С.Раковски" 108 офис 408, e-mail: ufi_sb@abv.bg, тел: 02/ 987 47 44, 0888/ 72 24 82 - Соня Бургуджиева

Бюлетин
Хранителна и питейна промишленост

Издание на Съюз по хранителна промишленост към ФНТС

Председател на УС: д-р Светлана Чамова
Гл. секретар: инж. Соня Бургуджиева
София 1000, ул. Раковски 108 офис 408
тел.: 02 987 47 44, e-mail: ufi_sb@abv.bg

СХП не носи отговорност за съдържанието на публикуваните реклами.