

НАУЧНО-ПРИЛОЖНО
СПИСАНИЕ ЗА НОВОСТИ В
ХРАНИТЕЛНО-ВКУСОВАТА
ИНДУСТРИЯ

Храната

на ХХІ век

брой 1 (4)

февруари 2017 г.

година II



Официално издание на
СЪЮЗ ПО ХРАНИТЕЛНА ПРОМИШЛЕНОСТ

в сътрудничество с



Българска агенция по
безопасност на храните

ПОДПРАВКИ, ДОБАВКИ, ТЕХНОЛОГИИ



WIBERG®

ТЕА ТРЕЙДИНГ ООД

официален представител на фирма
WIBERG - Австрия за България



Склад и офис:

1138 София, кв. "Горубляне", ул. "Люляк" 9
тел./факс: 02 974 50 01, 02 974 50 28
моб.: 0888 915 249, 0887 98 98 30, 0888 560 120
e-mail: teatrading@abv.bg

- Маргарита Попова:
В мое лице бизнесът ще има Верен съмишленник**  стр. 3
- Дейности по реформулиране на храните
на европейско и национално ниво**  стр. 7
- Нови реклами послания към децата -
доброволна инициатива на отговорния бизнес**  стр. 12
- Борбата с фаговите инфекции
В млечните продукти Вече е спечелена**  стр. 16
- Ролята на потребителя при утвърждаване
на новите тенденции при производство и
предлагане на хранителни продукти**  стр. 17
- Подгответи ли са за акредитация
лабораториите за сензорно изпитване на храни?**  стр. 23
- Фермерска храна В края на работния ден**  стр. 31
- Бърз преход през Вековете
на обработката на месо**  стр. 34
- Сдружение на производителите на растителни
масла и маслопродукти В България**  стр. 41

Фирми, представени в броя:



Списание „Храната на ХХI век“

брой 1 (4)

февруари 2017 г.

година



Официално издание на
СЪЮЗ ПО ХРАНИТЕЛНА
ПРОМИШЛЕНОСТ към ФНТС
в сътрудничество с
БЪЛГАРСКА АГЕНЦИЯ ПО
БЕЗОПАСНОСТ НА ХРАНИТЕ

Председател на УС на СХП: д-р Светла Чамова
Гл. секретар на СХП: инж. Соня Бургуджиева
София 1000, ул. Раковски 108, офис 408
тел.: 02 987 47 44
e-mail: hranata21@mail.bg; ufi_sb@abv.bg
Редакцията не носи отговорност за съдържанието на реклами.

Оформление:
MINERVA
РЕКЛАМНО-ИЗДАТЕЛСКА КЪША
02 / 971 00 09

ЕКСКЛУЗИВНО
за сп. „Храната на ХХІ век“

Маргарита Попова

**зам.-председател
и главен секретар
на Българската
стопанска камара:**



В мое лице бизнесът ще има верен съмишленник

Г-жо Попова, искам първо да Ви честития новата работа като зам.-председател и главен секретар на Българската стопанска камара и да Ви пожелая успех, хъс и сили да реализирате и най-смелите си идеи. Затова нека започнем от тук: Коя днес е най-смелата Ви мечта?

Мечтая българското да е марка за благо-
гат.

В нашия динамичен и объркан свят, в който мощно се борят противостоящи световни сили, не съм сигурна дали смелостта е най-подходящата величина, която да дава надежда за творческо съзидание. До смелостта се нареjdат професионализът, почтеността, но и безразсъдството, популизът, склонността за злоупотреба с сържавната служба. Те задушават инициативността, похабяват градивната творческа енергия на можещите хора, ограбват свободата.

Ако днес е нужен кураж да работим за подреден и по-добър живот за хората, моята мечта е с труг да преърнем България в бяла лястовица на Балканите, а Югоизточна Европа - в наш дом. Домът ни днес не е подреден, както бихме искали, като че ли е облязван, непознат, въхващ недоверие.

Инициативата на всеки от нас по отделно и в общност в подходяща среда може да осигури достоен живот с осъществими мечти. Решена съм да работя с Вас чрез Българската стопанска камара, за да градим така желаната и необходима бизнес среда.

Бизнесът като правило е малко недолъбван от политиците. Предизборните им обещания са насочени най-често към други социални групи. А Вие избрахте именно защита на бизнеса. Кое мотивира един политик да се обърне с лице към бизнеса?

на стр. 4



Малкият и средният бизнес имат нужда от специално внимание и от целенасочени защитни и стимулиращи политики. Българската реалност налага това. Познаваме ме, знаете, че преживявам болезнено въпроса за разделението в нашето общество, който води до конфронтация, до възприране на по-позитивната човешка енергия. През петагодишния мандат в президентството ярко и категорично защитавах каузата за консолидиране на националния капитал чрез смислени и ненатрапени от държавата популистки политики. Мисля, че усилията ми гадоха плод. Заговори се за повече съпричастност в обществото, за обмяна на съзидателна енергия при създаването на съвместен национален продукт.

Усещането на горчилката от социалните и партийно-политическите раздори, включително противопоставянето на бизнеса, за което споменавате, означава, че все още има много работа за вършене, но и че новата ми позиция е правилен избор. Ще ми даде възможност да застана до вас и заедно да продължим по пътя на консолидацията и напредъка чрез труд, който да носи удовлетворение.

Опитът ми в публичните служби показва колко далече може да бъде властта от насъщните проблеми на малкия и средния бизнес. Власти се интегрира и „слушва“ в бизнеса преобладаващо в личен интерес. Освен това у нас нико е преодоляна командината трагедия, нико успяхме в преходния четвърт век да разгърнем истински кон-

курентен пазар, който не е възмислено да гарантира индивидуален и обществен напредък. Основателно е недоволството от ваша страна от огромните административни тежести, безбройните затормозяващи регулатии и бирническите рефлекси на държавата за набиране на приходи. Не може да не признае човек, че от дълго време вие настоятелно поставяте тези въпроси, но до днес те не са намерили задоволително решение.

А светът днес не е светът от вчера.

Предприятията в хранително-вкусовата промишленост в огромната си част са типични представители на малкия и средния бизнес в страната. Като лантра всички повтарят, че това е гръбнакът на икономиката, но българският предпринемач оцелява съкаш на инат. Колко дълго може да издържи така?

Малкият и средният бизнес не бива да бъдат обгрижвани само преди избори. При многобройните ми срещи като вицепрезидент на Републиката чухах често да споделяте, че успявате „въпреки държавата“. В същото време усещах дълбоко у вас, че като предпринемачи - творци не сте мотивирани да работите „на инат“ и „въпреки“. Не ви е достатъчно да натрупвате ресурс за добро образование на децата си в чужбина, а после и вие да стегнете куфарите за далечен път. Разбрах, че българският предпринемач иска да работи в защита на

на стр. 5



Моята мечта е с труд да превърнем България в бяла лястовица на Балканите.

Страшно е, ако корупцията успее да се легитимира като стопански принцип.

Трябва да работим за балансиран и по-рядко спъван трудов пазар, за работни места, които да предлагат качество.



човешкото си достойнство и за обществоно благосъстояние. Във Вашето родолюбие усещах често възрожденски заряд. Както знаем обаче възрожденски заряд може да има и в гнева, когато животът с опърлени криле и дефицит на свобода продължава твърде дълго.

Не се оцелява на инат. Има и по-добри формули - сменят се елити и се прекратяват недалновидни или губещи политики. Неразумното не може да бъде вечно и историята го е доказала не веднъж.

За всички е известно, че предприемачите се сблъскват със свръхрегулатии, високи държавни такси, липса на електронни услуги, обществени поръчки, написани за конкретни фирми. Как ще се справим и с това?

В професионалната ми кариера посветих много време на въпроса за противодействие на корупцията. Страшно е, ако тя успее да се легитимира като стопански принцип. Ако практикуваните корупционни практики се сраснат със структури на организираната престъпност, държавата е загубена, а обществото не може да очаква скорошно изцеление. А безразличието, на кого то и да е от нас, би било пагубно.

Дълбоката промяна на стереотипите на действие на администрацията, на правилата за нейния подбор и за премахването на някои структурни неблагополучия, както и необратимото установяване на работеща независима съдебна власт са част от неизбежните решения в защита на предприемаческия дух у нас.

От години фирмите в хранителния бранш са исправени пред свико потребление. Голям е броят на фалиралите и преустановили работа предприятия. Какви законодателни промени биха могли да помогнат на бранша да се стабилизира?

Ще спомена няколко неща, които оценявам като важни. Първо, в основата на отношенията между браншовете и държавата трябва да се настани коректността. Администрацията дължи на бизнеса аргументираност и енергичност в своята работа. Положително оценявам желанието на хранителния бранш по-активно да участва в подготовката на законодателни

промени, което със сигурност би имало ефект за повишаване на качеството на нормативната уредба и за стабилизиране на правилата за развитие на сектора. Хранителната индустрия сигнализира отдавна за необходимост от актуализация и на част от подзаконовата нормативна база, за отстраняване на някои вътрешно нормативни противоречия. При доброто и съпричастност от всички в тези процеси със сигурност е възможен насърчителен резултат.

Следвахме ли последователна, премислена дългосрочна политика в преходните 28 години? В експертна оценка на БСК прочетох, че България ще достигне средноевропейското ниво на БВП на човек от населението след не помалко от десет поколения.

Нека да припомня, че пак според БСК за изравняване с европейската производителност на труда са ни необходими поне 15 поколения (при 1% ръст на БВП на ЕС). Производителността на труда у нас нараства с много по-ниски темпове в сравнение с дохдите, което не означава, че не ги оценявам като гаранция за човешко достойнство. Някъде нещо не е както трябва.

Анализът на причините, грешките и пропуснатите възможности е дълъг процес, както и самите трансформации на икономическите и социалните процеси у нас и в региона. Едно е неоспоримо - ръкавите ни трябва да са запретнати. Трябва да се въръжим с хъс и търпение за нови изпитания. Кой, ако не предприемаческата общност е в състояние да възхва кураж и надежда? Нека да имаме очи за България не само въз основа на официалните статистики. Всичко, което се случва в различни точки на света, ни засяга. Трябва да бъдем част и от разплитането на проблемите и от намирането на работещи алгоритми.

Какви са прогнозите Ви за бизнес средата и за България като цяло?

Светът живее в забележителен исторически момент. Животът сменя посоки, скорости, одежди. Върти ни във вихър без пощада. А ние все очакваме повече спокойствие, сигурност и простор за нови хуманни проекти.

на стр. 6



Експерти предричат нова вълна на кризата от 2007 година. Други пожелават видим прогрес у нас още в края на тази календарна година. Ако не се случи нито едното, нито другото, остава да работим за балансиран и по-рядко спъван трудов пазар, за работни места, които да предлагат качество. В мое лице ще имаме верен съмишленник.

Със сигурност нашата организация ще продължи, вече в силно конкурентна среда, га-

заштитава достойнството и успеха на предприемачите. Ще търсим и нови механизми. Ще помагаме бизнесът благополучно да реализира своя труд. Ще споделяме опит като солиден партньор с другите работодателски организации. Ще работим с поглед към бъдещето на конкуренцията за такъв съвместен продукт, който да удовлетворява индивидуално и общностно, да мотивира и да създава привлекателен образ на българския предприемач. Да гради доверие към страната ни.



МАРГАРИТА ПОПОВА е родена на 15 май 1956 година.

През 1975 г. завърши гимназия с преподаване на немски език в Пазарджик. През 1980 г. се дипломира като магистър по българска филология, с втора специалност немски език в Софийски университет „Св. Климент Охридски“.

В периода 1981 - 1988 г. работи като коректор във Военно издателство към Министерството на от branata na Republika Bъlgaria.

От 1989 г. е магистър по право в Софийския университет.

От 1990 г. до 2009 г. работи в Прокуратурата на Република България последователно като младши прокурор, районен прокурор, прокурор в Окръжна прокуратура и заместник окръжен прокурор. От 1996 г. до 2004 г. е административен ръководител на Окръжна прокуратура - София.

От 2005 г. до 2009 г. е постоянен преподавател в Националния институт на правосъдието.

През 2007 г. след конкурс заема длъжността прокурор във Върховната касационна прокуратура, а в периода 2008 - 2009 г. ръководи отдела за противодействие и разследване на престъпления срещу финансовата система на ЕС, изграден с подкрепата на западноевропейски експерти и на ръководството на ОЛАФ.

През юли 2009 г. заема поста министър на пра-

восьдието на Република България. В този период са разработени проекти за някои важни национални политики: Стратегия за продължаване на съдебната реформа в условията на европейско членство с ключови изменения в Закона за съдебната власт; Концепция за наказателна политика със стартиране на проект на нов Наказателен кодекс; Отнемане на имущество, придобито по престъпен или незаконен начин, съвместно с експерти от Венецианската комисия към СЕ; Концепция за държавна политика в областта на детското правосъдие, съвместно с експерти от Франция; Концепция в областта на административно-наказателното правосъдие.

На 22.01.2012 г. встъпва в длъжност вицепрезидент на Република България след преки избори.

От ноември 2012 г. е заместник-председател на Първата асамблея на страните членки по Споразумението за създаване на Международната академия за борба с корупцията. Същата година е избрана за председател и член на Управителния съвет на Международната академия за борба с корупцията.

В периода 2012-2017 г. е вицепрезидент на Република България.

От 23 януари 2017 г. е зам.-председател и главен секретар на Българската стопанска камара.

Специализира последователно в САЩ (1998), Унгария (1999), Германия (2001-2005), Франция (2005-2006) по въпросите на: досъдебно и съдебно разследване; разследване на престъпления против интелектуалната собственост; организирана престъпност; трансгранична организирана престъпност и антикорупция; структура и компетенции на европейски съдебни и прокурорски власти; изпълнение на наказанията; европейско сътрудничество в областта на наказателното право; управление и ръководство на структури в съдебната власт; структурни модели и обучителни програми за прокурори в Националния институт на правосъдието; обучение на младши магистрати.



Дейности по реформулиране на храните на европейско и национално ниво

Проф. г-р Веселка Дулева, дм
Национален център по обществено здраве и анализи

Хроничните незаразни болести са водеща причина за смъртност в света. В Европа четирите основни хронични болести - сърдечно-съдови заболявания, ракови заболявания, диабет, хроничната белодробна болест - представляват 77% от общата тежест на болестите и 86% от причините за преждевременна смъртност. Последни оценки показват, че около 2,8 милиона смъртни случая годишно в ЕС са в резултат на причини, свързани с наднорменото тегло и затлъстяването. Последиците от хроничните незаразни болести са пречка за устойчиво социално и икономическо развитие. В България най-висок дял на смъртни случаи се дължи на сърдечно-съдовите болести, които представляват около 65% от причините за смъртност.

Стратегията на Европа относно храненето, наднорменото тегло и здравословните проблеми, свързани със затлъстяването, приема през май 2007 г., идентифицира възможните области за действие и сътрудничество между държавите членки с цел насърчаване реформулирането на храните по отношение нивата на сол, мазнини, насытени и трансмасивни киселини и захар,

намаляване енергийното съдържание на храните и размера на опакованите хани и предлаганите в заведенията за обществено хранене ястия за осигуряване на по-голямо наличие и достъпност на здравословни хани на пазара, което ще допринесе за подобряване здравето на населението. Европейската комисия улеснява процеса на реализиране на тези дейности чрез стимулиране на партньорство за провеждане на кампании, насочени към подобряване на хранителното съдържание на промишлено произведените хани.

Рамка на ЕС за национални инициативи по отношение на подбрани хранителни вещества

През 2010 г. Европейската комисия финансира и публикува Рамка на ЕС за национални инициативи по отношение на подбрани хранителни вещества. Участието на държавите членки в тази обща рамка от

на стр. 8



дейности е изцяло на доброволен принцип и предвижда координирани дейности за реформулиране на храните на ниво ЕС, помош при разработване на национални планове, гъвкавост за държавите членки за прилагане на мерки, съобразяване с националния хранителен модел и препоръки за хранене, подкрепа на бизнес операторите за предприемане на измерими действия - ръководства за добри практики, възможност за сравняване на напредъка в рамките на ЕС.

Рамката на ЕС за национални инициативи по отношение на подбрани хранителни вещества включва общи действия в три основни области, разписани в отделни предложения и документи към нея:

- Европейска мрежа за редукция на солта, приема през 2008 г.;
- Приложение I: Наситени мазнини от 2011 г.;
- Приложение II: Добавени захари, утвърдено от Европейската комисия през 2016 г.

Рамката се основава на пет основни елемента:

- 1) *Създаване на бази данни от държавите членки* относно консумация на енергия и хранителни вещества от различните популационни групи; идентифициране на тези, които са от национално значение; определяне на нива на тези хранителни вещества в храните и на групите храни, които са най-големи източници на определените хранителни вещества в националния хранителен модел.
- 2) *Идентифициране на основни категории храни, върху които да се фокусират действията и определяне на гранични нива в състава им.* Приоритет са категории храни, които обикновено представляват основен източник на хранителни вещества и тези групи храни, които имат най-голям пазарен дял.

- 3) *Реформулиране на храните по отношение избраните хранителни вещества и промяна на размера на порциите, постигане на широко одобрение за реформулиране със заинтересованите страни и бизнес операторите на храни:* определяне на гранични стойности за съдържание на хра-

нителните вещества в отделните групи храни, определяне на най-добри в съответния клас храни ('best in class'), подкрепа на дейностите от ЕК.

- 4) *Повишаване на обществената ангажираност, информираност и осведоменост* относно хранителни вещества и връзката им със здравето, предприемане на законодателни марки - етикетиране, лого и гр.
- 5) *Мониторинг и оценка:* наблюдение и оценка на постигнатия напредък на национално и европейско ниво.

Европейската мрежа за редукция на солта

Европейската мрежа за редукция на солта на популационно ниво е създадена през 2008 година по инициатива на Световната здравна организация (СЗО) и с подкрепата на Европейската комисия в съответствие с препоръките на Втори европейски план за действие на СЗО по хани и хранене, одобрен от Регионалното бюро на СЗО, 2007 г. и Резолюция за превенция и контрол на неинфекциозните заболявания: Глобална стратегия за изпълнение - Женева, май, 2007; Редукция приема на сол на популационно ниво - доклад на СЗО, октомври 2006.

Мрежата има за цел да осигури възможности за обмен на информация за прилагане на стратегии за редукция на солта и подбор на активности за постигане на целта чрез споделяне на информация за разработени технологични процеси и техните предимства за редукция на солта при производство на храни, разработване на препоръки



на стр. 9



и ръководства за техническа експертиза на различните аспекти за редукция на солта - определяне на маргетни нива на сол в хани, мониториране на нивата на сол в храните, мониториране на приема на сол, комуникация с обществеността и между страните.

В рамките на Европейска мрежа за редукция на солта са определени като приоритетни за намаляване количеството на сол в 12 групи хани: хляб, месни продукти, сирена, готови за консумация хани, сухи супи, зърнени закуски, рибни продукти, снакс, сухари тип „бейкролс“, храна, предлагана чрез кетеринг, храна в ресторани, сосове и подправки, продукти от картофи. Предвижда се общо намаление на солта в продукти от посочените категории с 16% в рамките на 4 години (постепенно по 4% на година) в сравнение с изходните нива.

Дейности за намаляване приема на насытени мазнини

На 3 февруари 2011 г. членовете на Групата на високо ниво по хранене и физическа активност (HLG) се споразумяха за включване в Рамка на ЕС за национални инициативи по отношение на подбрани хранителни вещества за дейности по намаляване приема на популационно ниво на насытени мазнини. Намаляването на съдържанието на насытени мазнини не трябва да води до увеличаване на абсолютния размер на трансмазнини, захари, сол или енергийното съдържание на даден продукт.

Предвижда се намаляване на насытени мазнини с минимум 5% в рамките на 4 години и допълнително намаление с минимум още 5% до 2020 г. от изходните нива от 2012 година. Определени са основни категории хани за предприемане на дейности за намаляване количеството на насытени мазнини и трансмаслни киселини в тях: храна в училище, готови ястия, млечни продукти, месни продукти, мазнини, масла и маргарини, ястия в ресторани и заведения за обществено хранене, зърнени закуски.



Специални критерии се предлагат за отделни категории хани. За млечните продукти се предвижда намаляване на общото съдържание на мазнини - млека за пие и киселомлечни продукти със съдържание на мазнини 1.5% или под тази стойност. При месните продукти тенденцията е намаляване на общото съдържание на мазнини. При готовите ястия, мазнините, маслата и маргарините, ястията в ресторантите, зърнените закуски и месните продукти се предвижда идентифициране на продукти „най-добрите в класа“ и стремеж за увеличаване на асортиментите в тази категория. Насърчава се производството на подобни продукти, които едновременно да са и с ниско съдържание на захари/сол. Важен елемент от стратегията е и повишаване на обществената осведоменост.

Реформулиране на съдържанието на добавени захари

Въз основа на резултатите, постигнати по отношение намаляване консумацията на сол и на дискусията в Групата на високо ниво по хранене и физическа активност, през 2015 г. ЕК предложи към Рамката за национални инициативи за избрани хранителни вещества да се включи ново *Приложение II Добавени захари*, което е утвърдено от Европейската комисия през 2016 г. Приложението подпомага държавите членки при планиране, изпълнение и оценка на стратегии за реформулиране на храните по отношение съдържанието на добавени захари в контекста на техните политики за обществено здраве за намаляване на наднорменото тегло и затлъстяването, както и

на стр. 10





свързаните с тях незаразните заболявания сред населението и особено при децата. Представлява допълнителен стимул и практически насоки за хранително-вкусовата промишленост при осъществяване на инициативи за здравословен начин на живот чрез здравословно хранене.

В обхвата на приложението като добавени захари се определят: захари - монозахариди и дизахариди; добавена захар - захароза, фруктоза, глукоза, нишестени хидролизати (глукозен сироп, високофруктозен сироп) и други изолирани захари, добавяни по време на приготвяне и производство на храни и захарите, намиращи се в пчелен мед, сиропи и концентрирани плодови сокове, тъй като те са източник на енергия. Захарните алкохоли (полиоли) - сорбитол, ксилитол, манитол, лактитол - не се включват в термина „захари“.

Групите храни, предмет на реформулиране по отношение съдържанието на добавени захари са: подсладени млечни продукти и подсладени имитиращи млечни продукти; подсладени със захар безалкохолни напитки; зърнени закуски; кейкове и бисквити; сладкарски и захарни изделия; готови за консумация храни (вкл. сухи супи, картофено nlope, оризови миксове); солени бисквити, хляб и хлебни изделия; сосове (вкл. кетчуп); други десерти, сладолед и топинги; консервираны плодове и зеленчуци; храни в училище; храни, предлагани при кемеринг.

Европейската комисия предлага да се създава обща база данни за сравнение на нивата на добавените захари в определените групи храни, които да бъдат намалени най-малко с 10% до 2020 г. спрямо индивидуалните

изходни нива в края на 2015 г. Предлага се и възможност производителите да се ориентират към производство на продукти „най-добри в клас“, които са с най-ниско съдържание на захари за съответната група храни. Държавите членки следва да постигнат широко споразумение с бизнес операторите на храни до края на 2016 г. за пред приемане на мерки за реформулиране на храните по отношение съдържанието на добавени захари, а до края на 2017 г. - да създадат система за мониторинг на процеса.

Страните могат да избират приоритетни групи храни за стартиране на реформулирането.

България по пътя към промяна на хранителните навици

България подкрепя Рамката на ЕС за национални инициативи за избрани хранителни вещества. Един от приоритетите, заложени в Националната програма за превенция на хроничните незаразни болести е реформулирането на храните с цел намаляване съдържанието на сол, мазнини, насытени мастни киселини, трансмасстни киселини, добавена захар и повишаване наличността им на пазара. Това ще допринесе за намаляване консумацията на рисковите за здравето хранителни вещества във всички възрастови групи.

На 22 ноември 2016 г. беше проведена национална конференция за промоция на реформулирането на храните с участие г-р Жоао Брега - програмен мениджър по хранене, физическа активност и затъстване към Регионалния офис на СЗО за Европа, доц. Михаил Околийски - ръководител на Офиса



на стр. 11



на СЗО в България, представители на Министерство на здравеопазването, Националния център по обществено здраве и анализи, Министерство на земеделието и храните, на Съюза по хранителна индустрия, браншови организации на производителите на храни, потребителски организации и др. заинтересовани страни. Бяха обсъдени европейските и национални възможности и перспективи за повишаване асортимента на здравословни продукти, споделен беше

положителният опит на български производители в процеса на реформулиране на храните и бяха очертани бъдещи аспекти за дейността и сътрудничество.

Прилагането на национални инициативи за реформулиране на храните ще създаде условия за промяна на хранителните навици и изграждане на здравословен хранителен модел, както и за намаляване на риска за развитие на хронични болести.

Използвана литература:

- EU FRAMEWORK FOR NATIONAL INITIATIVES ON SELECTED NUTRIENTS
https://ec.europa.eu/health/sites/health/files/nutrition_physical_activity/docs/euframework_national_nutrients_en.pdf
- EU FRAMEWORK FOR NATIONAL SALT INITIATIVES
http://ec.europa.eu/health/ph_determinants/life_style/nutrition/documents/salt_initiative.pdf
- ANNEX I: SATURATED FAT, EU FRAMEWORK FOR NATIONAL INITIATIVES ON SELECTED NUTRIENTS
https://ec.europa.eu/health/sites/health/files/nutrition_physical_activity/docs/saturated_fat_eufnisn_en.pdf
- ANNEX II: ADDED SUGARS, EU FRAMEWORK FOR NATIONAL INITIATIVES ON SELECTED NUTRIENTS
https://ec.europa.eu/health/sites/health/files/nutrition_physical_activity/docs/added_sugars_en.pdf



БЕЛЛА

БЪЛГАРИЯ



Нови рекламни послания към децата – доброволна инициатива на отговорния бизнес

Жана Величкова
Изп. директор на АПБНБ



Рекламата е част от нашето ежедневие - тя насърчава потребителския избор и конкуренцията на пазара. Производителите върват в ролята и стойността на търговската комуникация и реклама и я използват в конкурентния пазар с цел да представят най-добрите качества на своите продукти, да промотират нови или да привлекат вниманието към определени продуктови характеристики. Същевременно, за отговорните компании, е от изключителна важност и какво е отражението на маркетинговите им послания върху децата, осъзнавайки, че те трябва да се научат как да ги разбират и оценяват.

EU PLEDGE е широко познат в Европа доброволен инструмент, прилаган от водещи компании - отговорни производители на хrани и напитки, които са убедени в усилията си за спазване на единен висок стандарт в своята търговска комуникация и реклама със специален акцент към децата. В основата на инициативата е

споделеното и осъзнато желание на бизнеса да подкрепи усилията на родителите в насърчаване избора на децата за здравословен начин на живот и балансирано хранене.

Идеята да се промени търговската комуникация, насочена към деца, се реализира посредством поетия от компаниите ангажимент за реклама само ако продуктът отговаря на определени хранителни критерии. Те са разработени на база признати научни доказателства и дефинират какъв трябва да е хранителният профил на продуктите, чиито реклами могат да се адресират към деца. Дефинирани са лимити за енергийна стойност (калоричност на храната), сол, насытени мазнини и захари - с отделни стойности за различните категории храни. Към критериите са формулирани и т. нар. „компоненти за подобряване“, които налагат допълнителни специфични изисквания към състава на продукта.



на стр. 13



Зад слогана на членовете на EU PLEDGE „Ние ще променим рекламата на нашите хани, насочена към деца“ стои комплексна система от правила, които гарантират нейното изпълнение и разбира се изискват системни усилия на операторите.

Как работи EU PLEDGE?

За успеха на всяка инициатива са необходими ясни правила, унифицирано спазване, обективен мониторинг и прозрачност.

Забраната и ограниченията за реклама покриват възможно най-голям кръг от медийни средства. Стартувала през 2009 г. с по-ограничен медиен обхват, EU PLEDGE днес включва телевизия, радио, печатни медиа, кино, интернет страници (включително фирмени интернет сайтове и социални медийни профили), DVD/CD-ROM носители, директен маркетинг, продуктова позициониране, интерактивни игри, външна реклама, мобилен и SMS маркетинг.

Ангажиментите се отнасят за всички продукти - без разлика дали са предназначени за деца или не. Схемата обхваща всички изброени канали на комуникация, като „реклама, насочена към деца“ са платените реклами и търговски послания за хани в случай, че 35% или повече от аудиторията са деца под 12-годишна възраст. Включени са и търговските комуникации, при които се използват лицензиирани знаци, символи, герои, знаменитости или филмово свързани продукти, основно привлекателни за деца под 12 години. Критерият за зрителска аудитория е минимален общ еталон за всички компании, като някои от тях залагат ограничения за максимум 30% или 25% праг детска зрителска аудитория.

От ключово значение е обективността на проверката дали фирмите спазват ангажиментите си. Ето защо независими външни организации проследяват по прозрачен, отговорен и ангажиран начин спазването на

на стр. 14



Доверете се на опита!



КОНТРОЛ НА ВРЕДНИТЕ
НАСЕКОМИ И ГРИЗАЧИ

www.garantpest.com

НАШИ КЛИЕНТИ в областта на ХВП



- Фирмата работи с препарати и помощни средства наrenomирани европейски компании
- Разполагаме със специалисти по пест контрол, придържащи се към принципите на HACCP
- 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

Аbonаментни договори за пест контрол
на производствени предприятия съгласно
изискванията на HACCP и GMP

ТЪРГОВСКИ ПАРТНЬОРИ



02/ 831 90 73
02/ 831 48 96
office@garantpest.com

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

ангажиментите. Всяка година външни организации се упълномощават да извършат независим мониторинг, който се допълва от преценка на независим оценител за това дали мониторингът е направен с подходяща методология, ресурси и старание. Резултатите - под форма на подробни годишни доклади, се публикуват на страницата на EU PLEDGE и са на разположение на обществеността.

Резултатът от извършения за 2015 година мониторинг показва достигната степен на съответствие по отношение на телевизионните канали - 98,6%, а при фирмени уеб сайтове - 97%. Оценките са направени от EASA - Европейският алианс за стандарти в рекламата и Accenture Media Management - глобална компания, занимаваща се с медийни консултации, технологични услуги и независим медиен одит. Измерена е ефективността на инициативата, като за 6-годишния период резултатите са красноречиви:

- Много съществено е намаляла експозицията на деца на реклами за продукти с хранителни профили, несъответстващи на критериите на схемата, представяни в немски предавания (>35% <12 аудито-

рия) - средно с 83% от всички наблюдавани пазари;

- Намаляла е и експозицията на реклами на такива продукти, представяни във всички програми - средно с 48% от всички наблюдавани пазари за последните 6 години;
- Средно с 32% е намаляла експозицията на реклами за деца общо за всички продукти на компаниите от EU PLEDGE (независимо от хранителните профили).

Проектът EU PLEDGE стартира ефективно през 2009 година, основан от 11 международни компании. Днес към тях са се присъединили още оператори, като всички заедно формират над 80% от разходите за реклама на хани и напитки в ЕС. Общоевропейската инициатива се мултилицира от създадени на национално ниво PLEDGE споразумения. В почти всички европейски държави доброволните споразумения са факт, разширявайки платформата за тяхното спазване чрез активното привличане и участие на още местни компании. Допълнителна информация за EU PLEDGE, вкл. за конкретните ангажименти на компаниите членове, както и за PLEDGE схемите в Швейцария, Белгия, Португалия, можете да намерите на официалната страница на схемата: www.eu-pledge.eu.

Хранителната индустрия в нашата страна частично е обхваната в ангажимента на EU PLEDGE чрез отговорните маркетингови стратегии на фирмите - членове, опиращи на българския пазар. Трябва да отбележим, че още от 2009 година членовете на Асоциацията на производителите на безалкохолни напитки в България са се ангажирали със спазването на Кодекс за отговорни търговски комуникации и практики за продажба на своите продукти, в които са заложени именно критериите на EU PLEDGE.

Убедени във високата ефективност на инициативата и с готовност да продължат да надграждат, привличайки повече местни компании и заинтересованни страни, основните рекламирани в сектор хранително-вкусова промишленост в България застават зад идеята за учредяване на BG PLEDGE.



RVC - СОФИЯ

<http://www.rvs.bg>
e-mail: rvs_sofia@abv.bg
София, кв. Кръстова вада, ул. Хага №5
София - 0893322017; 0888322090



RVC - РУСЕ

<http://rvs-ruse.com/>
e-mail: office@rvs-ruse.com
Русе, ул. Марица № 3
Русе - 0899899289; 0886 137 832

RVC - ПЛОВДИВ

4003 Пловдив, ул. „Васил Левски“ 214, тел.: 089 3322020

ТРАДИЦИЯ • ТОЧНОСТ • СИГУРНОСТ!

**ЛАБОРАТОРИЯ ЗА ИЗПИТВАНЕ НА ХРАНИ,
ФУРАЖИ И БИОЛОГИЧНИ МАТЕРИАЛИ**

Сертификат № 55 ЛИ Валиден до 22.03.2020 г.



Уважаеми клиенти,

Предлагаме на Вашето внимание най-съвременните и прецизни методи за анализ чрез Течна и Газова Хроматография за всички показатели в 15-те групи хани, боди, фуражи, смибиове, отрибки от повърхности, безалкохолни и гр. напитки, материали от животни и гр.

Борбата с фаговите инфекции В млечните продукти Вече е спечелена



BULGARICUM

Фаговите инфекции В млечните продукти не са често срещани, но водят до големи финансови и производствени загуби на предприятията, в които са отворени. Основната причина за появата на фаг е употребата на една и съща закваска дълго време, както и лошата хигиена, и липсата на регулярен мониторинг и контрол срещу бактериофаги.

Стандартните, класически методи за откриване на фагови инфекции са продължителни във времето и изискват наличие на гостоприемник. Защото този проблем вече е преодолян.

Единствено в Научноизследователския център в Ел Би Булгарикум е разработен иновативен ДНК метод за бърза количествена детекция на бактериофаги и схема на смяна на инфицираната закваска с устойчиви на фаг инфекции.

Представеният метод е значително по-бърз от традиционните микробиологични методи и не само установява наличието на фагова инфекция, но дава информация за числеността на фагите и техния тип.

За съжаление фаговата инфекция е упорита и бързо адаптивна към мутации, затова измиването на съоръженията намалява числеността ѝ, но не ги елиминира напълно. За



да се изчисти инфекцията, е необходимо да се смени закваската с устойчива на фаг.

Закваските на Ел Би Булгарикум са групирани според чувствителността им към различни типове фаги. В зависимост от нуждите на предприятията, ние можем да предложим индивидуална схема на смяна на инфицираната закваска с устойчиви на фаг инфекции до пълното изчистване на заразата.

Всеки, който желае да се възползва от ДНК метод за бърза количествена детекция на бактериофаги или от индивидуална консултация за премахване на установена фагова инфекция, може да се свърже с Акредитирана лаборатория към НИРД Ел Би Булгарикум или Производствена база София на тел. 02 936 66 20 или на е-майл: acreditlab@lbulgaricum.bg



РОЛЯТА НА ПОТРЕБИТЕЛЯ

при утвърждаване на новите тенденции при производство и предлагане на хранителни продукти



Инж. Румен Велинов
„Велинови-био“ ЕООД

С това какво избира да постави на трапезата си, кой хранителни продукти купува, кой деликатеси предпочита в заведенията за обществено хранене потребителят всеки ден отпраща апел към производителите и преработвателите на храни какво да предлагат в търговската мрежа. Потребителската му кощница показва неговите нужди, приоритети, нагласи и предпочитания. И ако следим внимателно тенденциите на пазара, ще стигнем до най-важните послания, които потребителят ни отпраща:

- *Храната не е само за засищане. Тя е удоволствие, затова я превърнете в изкуство.*
- *Върнете се към природата. Искаме по-чисти натуралини продукти.*
- *НЕ на разхищението на храна.*
- *Настояваме за перманентен потребителски контрол на храните.*

Основната цел на този кратък обзор е да бъде анализирана връзката консуматор - производител, да се покажат тенденциите, които тя налага, и да се очертаят насоките за развитие на иновациите в хранителната индустрия. Ще се опитаме достатъчно задълбочено да разгледаме възможностите, които има секторът (производители и

иноватори) за предвиждане на факторите за успешно пазарно развитие на нови замразени продукти. Успоредно с това ще се наблюдат насоките при бъдещи разработки на продукти с повишено консуматорско търсене, предлагачи висока добавена стойност.

на стр. 18



Преглед на утвърждаващите се световните тенденции

Анализът на световните тенденции показва, че въпреки глобализацията съществуват различия в консуматорското поведение по страни и региони. Тенденциите в храненето неминуемо се променят, което води до промяна на целия пазар - на повърхността изплуват еволюцията, новото поведение и желанията на консуматора, диктуващи нови концепции в иновативното поведение на производителите, включително и тези на замразени продукти.

Ще представим един аналитичен преглед на търсенето и предлагането, обобщен в четири основни акцента, като ще съпоставим консуматорските позиции и поведението на производителите, отразяващи се и върху клучовите тенденции за развитието на замразените продукти.

Първи акцент:

Защо базовите хранителни традиции не могат да се върнат?

Консуматор:

Според преобладаващата част от консуматорите в Европа, САЩ и Русия (83%) храненето е удоволствие, като вкусовите качества най-често са критерий, който влияе на търсенето или покупката. Пред-



почитанията се ориентират към предлагането на хранителни продукти, определяни като „малък лукс“ или като „моментно удоволствие“. Между традицията и новостите се появява една нова вълна - т.нр., „хранително изкуство“.

Производител:

Различни производители се възползваха от тази тенденция, като извършиха козметични промени или прибегнаха до влагането на необичайни ингредиенти. За да поблисяят върху желанието на консуматора, производителите продължиха да използват традиционни технологии, като промениха само опаковката, без да променят продукта. Надеждите бяха, че навлизашата естетична вълна би могла да увеличи продажбите. Добрят външен вид на продукта обаче не донесе очаквания успех.

на стр. 19



"ПРИМ" АД
Производител на
машини и съоръжения

6300 ХАСКОВО, Източна индустриска зона,
бул. "Съединение" 67, офис ул. Арда № 7
Тел: (038) 66 47 62, GSM 0878664922,
0878664838; e-mail: prim_ad@mail.bg

www.prim-bg.com

- Производство на: автоклави, бланшори, миячни машини, пържилни вани, системи за заливка, тунелни сушилни, транспортьори, смесители, резервоари
- Хладилни бокспалети
- Съдове с разбръкване, подгряване, охлаждане
- Метални конструкции
- Инсталации за боза
- Оборудване за фабрики за олио и биодизел
- Бойлери и буферни съдове
- Оборудване по задание на клиента



Първо във Франция голяма част от консуматорите „бойкотираха“ това поведение на производителите и насочиха своя интерес към напълно нови продукти, различни от традиционните.

Втори акцент: Храня се, за да се засият добре, или за да хапна вкусно и полезно?

Консуматор:

В резултат на множество сканали, предизвикани от продукти, довели до здравословни проблеми, консуматорите търсят възможност за опростяване на системата за проследяване влагането на подозрителни съставки. Днес шест от всеки десет потребители следят внимателно съставките, отбелязани върху опаковката, предпочитайки по-здравословни и близки към специфичния им вкус продукти (като най-подозрителни се очертават потребителите във Франция, Азия и страните от Средния

изток - повече от 70%). Това е критерий, който красноречиво говори за ориентацията на консуматора към качествени хранителни продукти, като предпочитанията са насочени към локални или регионални продукти (75% от французите, немците, испанците и руснаци), по-невзискателни се очертават англичаните и американците.

В по-голяма част от страните нараства търсенето на хранителни продукти, доставяни по системата на „късите вериги“ (директно от производителя). Тази тенденция „към природното“ дава предимство на замразените, нетрансформирани продукти или на тези, които гарантират запазване на натуралните органолептични качества. Тук отново се констатира полимералното отношение на англичаните и американците, които не са толкова притеснени, ако консумират продукти с останъчни пестициди. В Русия, Средния изток

на стр. 20



ООО НРАНМАШ

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



и Югоизточна Азия над 50% от потребителите правят опити да си произвеждат сами плодове, зеленчуци и подправки, като от европейските страни най-много привърженици на тази тенденция се наблюдават във Франция.

Производител:

Някои ингредиенти (съставки) могат да се влагат при запазване на сигурността и да подсилват различни качества на натуралния продукт. Натуралността при това си остава основният лост, който гарантира удоволствието на консуматора.

Това предизвика реакцията на консуматорите по света, които започнаха да търсят иновативното при всички категории вегетариански продукти, както и продукти „без“ нежелани ингредиенти, сочени от производителя като допълнителна гаранция за удоволствието на консуматора. С действието си производителят сам предизвика консуматора да „поведе бумка“ с продуктите, претърпели достатъчна трансформация.

Трети акцент:

Храненето като следствие от някои екологични тенденции

Консуматор:

Преобладаваща част от консуматорите (около 85%) намират за важно да се регулират разхищенията на храна. За да отговорят на техните желания, производителите са готови и започват да предлагат продукти в оптимизирани грамажи, близки до ежедневните им нужди. Изискването „удоволствие, здраве и практичност“ засега си остава доминиращо.

Производител:

Индустрията, дистрибуторите и ресторантърите вече търсят оптимизиране на предлагането с цел ограничаване на отпадъците, за да се доближат до екологичните критерии на консуматора. Решението, кое то те намират, е използването на продукти, позволяващи малки по тегло опаковки. Особено внимание се обръща на използването на замразени продукти, които позволяват намаляването на загубите от разхищение.

Що се отнася до амбалажа, приоритет се дава на разработка на биоразградими опаковки, особено при замразените продукти.



Четвърти акцент:

**Има ли бъдеще т.нар.
“сензитивна чиния”?**

Консуматор:

Увеличават се потребителите, които са привърженици на перманентния контрол над храните. Системата, която се приема при замразените продукти (например системата Coldfinder на Blulog), един QR код, позволява на консуматора през мобилния си телефон да се убеди, че продуктът, който е представен в търговската мрежа, е съхраняван при необходимата температура. Вече има предложения и решения на потребителите да се предлага възможност сам да създава (асемблира) интересуващия го продукт. Алгоритмите позволяват да се открива профилът на консуматора, като му се препоръчват най-добре адаптирани към неговия вкус продукти.

на стр. 21



Производител:

Активизира се тенденцията за прозрачност и информираност за произхода на агитивите (съставките), процеса и мемодологията на производство, като се възприема принципът на „Мастер шеф“, който демонстрира своите възможности при отворена кухня. С новата технология на QR кода се допринася много за прозрачността, доказваща качествата на продукта. Сканрайки етикета на един продукт, консуматорът ще може да открие има ли и колко е съдържанието на пестициди или на мазнини, калорийте, както и цялата хранителна стойност на продукта.



Цитираните технологични въведение на прозрачност и ког контрол ще доведат до производство на продукти (особено замразени) с персонализирани съставки, като например създаване на конкретни продукти,

предпочитани от семейството или повод за гастрономичен празник.

В статията са използвани преводни материали и публикации от списание Le monde du Surgele.

Предлагаме ви привлекателна френска рецепта от замразени продукти:

Сотирано филе от Кобия*

Необходими продукти за една порция: филе от кобия 140 г**, бакла 60 г**, зехтин 50 мл, розетки от цветно зеле** 30 г, лук 30 г**, телешки бульон 30 мл, хрян ** 5 г, течна сметана 200 мл, листа от цвекло или маруля 1-2 бр., свежо червено цвекло 10 г, сол и черен пипер на вкус.

Начин на приготвяне: Нарязаното на порции филе от кобия се сотира в предварително загрят зехтин, след това се изважда, а в съда се прибавя баклата, след това - бланшираният в телешки бульон и нарязан на полумесеци лук и накрая цветното зеле.

В отделен съд се загрява течната сметана. Към нея се прибавя хрянът, като се оставят за кратко заедно, за да се смесят ароматите.

Цвеклото се обелва, нарязва се на тънки сегменти и се поставя в ледена вода, докато трае следващата стъпка.



В чиния за сервиране върху листа от цвекло или маруля се изсипва меланжът от бакла, лук и цветно зеле. Върху тях се поставя сотираното филе от рибата. Отстрани се аранжира с фините сегменти от цвеклото. При консумация се полива с овкусената течна сметана.

* Филе от риба кобия - прясно или замразено. Може да се замести с други подобни риби като щука, костур, сулка.

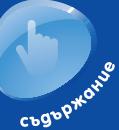
** Продуктите могат да бъдат замразени.

Velinovi-Bio Ltd.

„Велинови-био“ ЕОД

1404 София,
ул. „Ген. Кирил Ботев“ 3, вх. В, ап. 1
тел.: 0885 145061
e-mail: velinovi_bio@abv.bg

Фирма „Велинови-био“ ЕОД е специализирана в проектантска и консултантска дейност в областта на хранителната промишленост - технологично проектиране, нови продукти на база нови тенденции и технологични решения. Опит, събиран и утвърден в продължение на повече от 27 години.





TÜV Rheinland®

Precisely Right.

Индустриални услуги

140 години опит в инспекционните дейности и сертификацията на

промышленни инсталации и съоръжения

Сертификация на системи за управление

Създаваме конкурентни предимства, които подобряват пазарните
ви позиции и повишават доверието на вашите клиенти и партньори

Сертификация на продукти

Доказателство за качеството на вашите продукти, което улеснява
достъпа ви до глобалните пазари

Обучение

Подготвяме организации и хора, които отговарят както на
съвременните изисквания, така и на предизвикателствата
на утешния ден

Безразрушителен контрол

Дълбоките познания и дългогодишният опит на нашите експерти
гарантират, че вашата продукция е без несъвършенства

“ТЮФ РЕЙНЛАНД-БЪЛГАРИЯ” ЕООД

Централен офис, София

бул. “Драган Цанков” № 23А

1113 София

Тел.: (02) 987-92-91; 0884 901-640

Факс: (02) 987-66-05

E-mail: office@bg.tuv.com

www.tuv.bg

Регионален офис, Стара Загора

бул. “Княз Александър Батенберг” № 28,

Сити Център Стара Загора, ет. 3, офис 21

6003 Стара Загора

Тел.: (042) 65-44-57; 0884 901-628

E-mail: petia.petrova@bg.tuv.com

Регионален офис, Варна

бул. “Сливница” № 166А, ет. 5, офис 38

9009 Варна

Тел.: (052) 65-59-54; 0884 901-632

E-mail: mariana.mihaylova@bg.tuv.com

Орган за контрол

Индустриална зона “Голеш”, Метан-станция

6000 Стара Загора

Тел.: (02) 987-92-91; 0884 901-625

E-mail: georgi.filipov@bg.tuv.com

Подгответи ли са за акредитация лабораториите за сензорно изпитване на храни?

Проф. д-р Йордан Гогов

Българска асоциация на акредитираните лаборатории за изпитване и диагностика

При оценката на качеството и потребителския интерес към храните, предлагани на пазара, водещо място заемат сензорните им показатели - външен вид, цвят, мирис, вкус, консистенция и др. А тези характеристики се влияят от редица фактори, свързани с технологичния процес, начина на опаковане и условията на съхранение по цялата хранителна верига.

Сензорната оценка по своята същност е субективна. В нейната основа стои „субективът“, който се отличава със специфични възприятия и предпочтения. За максимално елиминиране на субективното отношение при сензорното изпитва-

не на храни се провежда системно обучение на лицата, извършващи дейност като професионални сензорни оценители. Това е от съществено значение, защото сензорният анализ е система от последователни действия за измерване, анализиране и интерпретиране на сензорните свойства на храните, които се възприемат чрез зрение, обоняние, вкус, допир и слух.

В практиката основното място, където се извършва компетентен анализ, са акредитирани изпитвателни лаборатории за храни. Най-често сензорното изпитване е част от цялостната оценка за съответствие с установените органолептични, физико-химични и микробиологични показатели на даден хранителен продукт. В други случаи по искане на бизнес оператори (производители, дистрибутори, търговци), потребителски организации, компетентни контролни и съдебни институции се извършват целенасочени сензорни изпитвания. Необходимо да се отбележи, че резултатите от сензорното изпитване имат решаващо значение за окончателнатаоценка на изследваната храна, независимо от иначе „добри“ физико-химични и микробиологични характеристики.

на стр. 24



Лабораториите полагат определени грижи за подобряване на сензорното изпитване, които обаче за съжаление навинаги са достатъчно ефективни. Наблюдените на експертите показват, че все още има лаборатории, в които сензорните изследвания се подценяват, извършват се формално, без каквато и да е подготовкa на лабораторния персонал. Липсата на обучени сензорни оценители и подходящи условия за провеждане на сензорната оценка компрометира изследванията, а получените резултати са недостоверни, понякога дори съмнителни. Редица от тези лаборатории кандидатстват за акредитация от ИА БСА, но в действителност не могат да изпълнят или трудно се справят с изискванията в тази част на БДС EN ISO/IEC 17025.

Съвсем основателно възниква въпросът: Подгответи ли са за акредитация лабораториите за сензорно изпитване на хра-

ни у нас? На този въпрос не би могло да се отговори еднозначно. Има лаборатории, в които са създадени оптимални условия за провеждане на сензорни изпитвания и обучение на професионални сензорни оценители. Но неоспорим факт е съществуването и на лаборатории с много проблеми, които не бива да се подминават с лека ръка.

Оценявайки важността на сензорната оценка при лабораторния контрол на храните, работна група към лабораторния комитет на Европейската организация за акредитация (EA) разработи конкретни указания относно акредитацията на лабораториите за сензорен анализ. Те се отнасят както за оценителите, така и за лабораториите, които се подгответ за акредитация съгласно EN ISO/IEC 17025. Издадените указания от EA допълват цитирания стандарт.

на стр. 25



съдържание



www.biokom-trend.com

БИОКОМ ТРЕНДАФИЛОВ ЕООД
Сливен, ул. „Стефан Караджа“ 38А
тел./факс: 044/624 777
e-mail:sales@biokom-trend.com

FRYLOW

УРЕД УДЪЛЖАВАЩ ЖИВОТА
НА МАЗНИНАТА ЗА ПЪРЖЕНЕ ДО 400%

НОВ
продукт



- » **BIOFINDER, BIOJET, ENZYJET PLUS** - ензимни препарати за експресно и ефективно откриване и елиминиране на биофилми
- » **СИСТЕМА EnSURE**
 - » Експресен хигиенен контрол на повърхности и води - **Ultrasnap, Supersnap и Aquasnap**
 - » Експресно измерване на ОБМ, E.Coli, Coliform, Enterobacteriaceae - **MicroSnap**
 - » Измерване на ензима алкална фосфатаза в мляко - **Zymosnap**
 - » Измерване за наличие на протеази (предизвикващи ензимна дестабилизация) в УНТ млека - **Zymosnap Pro**
- » **COMPACT DRY** - готови за употреба сухи среди за подготовка на десетократни серийни разреждания за лесен микробиологичен контрол на течни и твърди сировини и продукти
- » **Бързи тестове за откриване на АНТИБИОТИЦИ и МИКОТОКСИНИ в мляко, МЕСО и ЗЪРНО**
- » **ФИЛТЪР** за очистване на мляко от соматични клетки
- » **ТЕСТОВЕ ЗА АЛЕРГЕНИ** - бързо откриване на:
 - » Овалбумин » Казеин » Глутен » Фъстъци в продукти и повърхности
- » **МАИ, ЗАКВАСКИ, ЦЕДИЛА**
- » **РЕЛЕФНО МАРКИРАНЕ** на млечни и месни продукти



Кои са основните въпроси, разглеждани в указанията на ЕА?

1. Обхват на акредитация

Компетентният орган следва да акредитира само лаборатории, които са представили обективни, напълно документирани и валидирани тестове за изпитване. Необходимо е всеки тест да бъде контролиран чрез доказателства за това, че лабораторията е в състояние да демонстрира резултати в установените граници.

Камо примери за обективни изпитвания, които може да се акредитират са посочени:

- a)** диференциални изпитвания - триъгълен тест, сравняване по гвойки, оценка на гве проби от три, класифициране;
- b)** описателни изпитвания - измерване на интензитета, количествен описателен анализ, профилиране.

Обективните изпитвания се контролират чрез:

- валидиране на изпитването;
- документиране на изпитването;
- обучение и оторизиране на персонала за сензорен анализ;
- адекватни условия за изпитване;
- планиране, организиране и експлоатация на базата за изпитване;
- процедури за избор и обучение на сензорни оценители;
- процедури за текущ качествен контрол;
- текущ надзор на отделните сензорни оценители;
- използване на подходящи референтни и образователни материали;
- процедура за проверка на данни;
- записване на резултати от тестовете.

Съществува възможност някои от обективните тестове да бъдат акреди-



тирани с цел постигане на обективна оценка при изпитването. Типичен пример за това са изследванията, свързани с проучване предпочтенията на потребителите. В такива случаи е необходимо да се отчита и влиянието на определени фактори като подбор на процедурите за анализ, експериментални проекти, статистическа обработка, брой потребители и гр.

Обективни изследвания, извършвани само от едно лице, не следва да се акредитират като сензорни тестове.

Акредитацията за сензорно изпитване обхваща локални, национални и международни стандарти, както и вътрешни стандарти, които са напълно документирани.

2. Персонал на сензорната лаборатория (EN ISO/IEC 17025, чл. 5.2)

Служителите, които изпълняват трите основни функции в лабораториите за сензорен анализ - управленска/администра-

на стр. 26



тивна, научна/техническа и оперативна могат да се идентифицират като сензорни анализатори, панелни лидери и панелни техници. Определящо е нивото на функционалност, като е възможно да се използват и други обозначения (звания), посочени в Приложение А от указанията на ЕА.

Ролята, отговорностите и изискванията за обучение на всички участници в сензорните изпитвания задължително се документират. Целта е да се установи, че всички са обучени адекватно и тяхната компетентност за изпълнение на конкретни акредитирани тестове е надлежно оценена. В документацията трябва да има информация за академичната квалификация и предишния опит на всеки изпълнител, посетени вътрешни и външни курсове, обучение по време на работа, а при необходимост - и повторно обучение.

В случаите, когато един акредитиран метод и техника не се използват редовно в лабораторията за сензорен анализ, се предвижда повторно обучение на персонала, като за целта се определя и съответен критичен интервал от време.

Подробни изисквания относно функционирането на лаборатории за сензорен анализ са въведени с ISO DIS 13300-1.

2.1. Панелен лидер

Съгласно дефиницията в Приложение А от указанията на ЕА, панелен лидер е лице, чиито основни задължения са да управлява дейностите по панела, да наема, обучава и контролира оценителите. Той може да извършва сензорни изпитвания и да анализира/интерпретира данни. Като асистенти може да ползва панелни техници.

на стр. 27



Вашият коректен партньор в доказването на безопасността на опаковки, материали и изделия, предназначени за контакт с храни, напитки и фармацевтични продукти- обща и специфична миграция

ЗА АКРЕДИТАЦИЯ

“АЛМИ ТЕСТ” ООД

ИЗПИТВАТЕЛЕН ЦЕНТЪР “АЛМИ ТЕСТ”

Адрес на изпитвателния център: град София, бд. 24

Експертни услуги: химични изпитвания на пластмаси, опаковки, материали и изделия, предназначени за контакт с храна; текстил и изделия от текстилни материи; опаковки, материали и изделия от пластмаси, предназначени за контакт с напитки; опаковки, материали и изделия от пластмаси, предназначени за контакт с фармацевтични продукти.

Вземане на пропитки и проби от опаковки, материали и изделия от пластмаси, предназначени за контакт с храна; текстил и изделия от текстилни материи; опаковки, материали и изделия от пластмаси, предназначени за контакт с напитки; опаковки, материали и изделия от пластмаси, предназначени за контакт с фармацевтични продукти.

Калибриране на:

ИЗПИТВАТЕЛЕН ЦЕНТЪР
АЛМИ ТЕСТ



Изпитванията в лабораторията за сензорен анализ се извършват под надзора на квалифициран панелен лидер (един или повече) с лабораторен опит не по-малко от 2 години.

Обучението обхваща областите на сензорно изпитване в т.ч. избор на процедури за изпитване, експериментален проект и анализ; подготовкa на продукта и изпълнение на изпитванията; въвеждане и обработване на данни; поддържане на всички материали и услуги; процедури за подбор, обучение и надзор на сензорните оценители; значение на здравния статус и безопасност на оценителите.

2.2. Панелен техник

Това е лице, което асистира на панелния лидер или сензорния аналитик при извършване на сензорни изпитвания в т.ч и дейности, свързани с подготовкa на сензорното изпитване, както и изпълнение на хигиенни мерки след неговото приключване.

2.3. Сензорен анализатор

Сензорният анализатор изпълнява конкретни професионални функции, контролира един или повече панелни лидери, планира и извършва сензорни проучвания, анализира/интерпретира данни, получени при сензорните изпитвания.

2.4. Сензорен оценител

Той участва в сензорното изпитване. В определени случаи (например при изследване на потребителските предпочтения) се използва т.нар. „наивен оценител“, който не отговаря на конкретни критерии. Друг вид оценител е „инициираният оценител“ и се отнася за лица, които вече са участвали в сензорно изпитване.

Подборът на сензорните оценители е отговорна дейност и трябва да се извърши много внимателно при спазване на изискванията, описани в ISO 8586, части 1 и 2. Препоръчителните процедури включват: предварителен подбор и въвеждане в изпитванията с оценка на сензорната чувствителност; обучение, свър-

зано с общите принципи и методи за сензорен анализ; подбор за конкретни цели; индивидуален надзор с цел осигуряване на задоволителни резултати; здравни фактори и повторно обучение.

Подборът и обучението на сензорните оценители не се отнася за потребителите, които участват в потребителските изпитвания.

3. Помещение и околна среда (EN ISO/IEC 17025, чл. 5.3)

При сензорните изпитвания се отдава важно значение на изграждането на помещението и условията на околната среда. Дизайнът на помещението е регламентиран в ISO 8589. Изпитванията трябва да се извършват в отделно помещение или зона, защитени от шум и без разсейващи фактори, с ефективна вентилация, контролирана светлина и разделение на мястата за сензорна оценка с цел изключване на визуален контакт между оценителите. Стените и работните повърхности трябва да са с неутрален цвят и без мирис. Подготовката на пробите (образците) следва да се провежда в отделно помещение или зона, където не се допуска преминаване на оценителите. Пренасянето на пробите и поддържането на подходящ температурен режим в помещението за изпитване подлежат на системен контрол. Използваните средства за измерване на температурата следва да се включват в програмата за калибриране.

В случаите, когато се извършват потребителски изпитвания и на практика не е възможно да се изпълнят посочените изисквания, е необходимо изпитвателната лаборатория да демонстрира, че приложената процедура е подходяща за целта и не оказва влияние върху достоверността на изпитванията.

4. Методи за сензорно изпитване (EN ISO/IEC 17025, чл. 5.4)

В лабораторията за сензорен анализ се прилагат актуални стандартни методи и процедури. Когато липсват такива, се

на стр. 28





гопуска акредитиране на други методи и процедури, при условие че са Валидирани, оценени и правилно документирани. Валидиранието трябва да включва процедура по съхранение, подготвка и работа с образците. Необходимо е да се установят и докажат индивидуални изисквания за показателите по конкретен метод. Важно значение се отдава на следните критерии: възпроизводимост/повтаряемост; дискриминация на образци; чувствителност; праг на детекция; сравнение с налични методи; вътрешни лабораторни тестове.

При необходимост следва да се отчита и влиянието на някои фактори като комфорт и умора на сензорния оценител, умора на сесията и др., които се обсъждат при разглеждане на експерименталния дизайн, балансираното представяне на образците, както и наличието на достатъчно време между отделните изпитвания.

5. Неопределеност на измерванията (EN ISO/IEC 17025, чл. 5.4.6)

Сензорните изпитвания се отнасят към категорията анализи, които изключват точния метрологичен и статистически резултат. Най-често те се подкрепят от статистически данни, които установяват нивото на значимост на получените резултати. В определени случаи, когато са получени числови резултати, е възможно изчисляване на неопределеност въз основа на данните за повтаряемост и възпроизводимост. Оценката за неопределеност зависи от използвания метод и оценените обекти, както и от тяхното значение за качеството и важността на крайния продукт.

6. Документация

Всяко сензорно изпитване трябва да съдържа пълната документация, която е необходима, за да се гарантира, че изпитването може да бъде повторено при условия, максимално близки до първоначалното изпитване. При документирането на сензорните анализи се отдава важно значение на следната информация: указания/въпросници, предоставени на сензорните оценители; разпечатки с резултати или препратки към компютърен файл; часове между образците; идентификационен номер на вторичен образец; идентифициране на служителя, подгответил образците; рег и данни за представянето на отделните сензорни оценители; идентифициране на сензорните оценители и тяхното ниво на квалификация за приложения метод; описание на потребителите при потребителските тестове; идентифициране на панелния лидер и сензорния анализатор; метод за събиране на данни; метод на статистически анализ.

7. Оборудване (EN ISO/IEC 17025, чл. 5.5)

Наличното оборудване в лабораторията за сензорен анализ се категоризира като:

- оборудване за подготвка и съхранение на образците (кухненски уреди, ножове, устройства за нарязване, котлони, микровълнови фурни, хладилници, хладилни камери, фризери и др.);
- измервателни инструменти и оборудване (термометри, таймери, везни, мерителни колби, термостати и др.);
- оборудване за обслужване на образците (апарат за фолиране, маркировъчни устройства, стъклени, керамични, пластмасови съдове и др.);
- компютърни конфигурации.

8. Референтни материали и химически стандарти (EN ISO/IEC 17025, чл. 5.6.3)

Референтните материали, в т.ч. и сертифицираните, се използват за обучение на сензорните оценители, при контрола

на стр. 29



съдържание



Върху дейността на лабораторията, за валидиране на методи и сравнения. Всички референтни материали трябва да бъдат ясно обозначени и еднозначно идентифицирани. Необходима е информация относно тяхната годност за употреба, условията на съхранение, приложението и ограничението им за ползване.

9. Вземане на преби/образци (EN ISO/IEC 17025, чл.5.7)

В редица случаи в обхватата на акредитация се включва и пробозвемане. Тази отговорна дейност се извършва само от обучен персонал с използване на чисто и подходящо оборудване и в съответствие с приложимите разпоредби. Необходим е контрол на условията, които могат да повлият върху качеството на образците. Транспортирането и съхранението на пробите трябва да се извършва при подходящи условия, съобразени с вида и състоянието на продуктите, от които са взети. В съпровождащата документация трябва да има информация, свързана с отговорността за транспортиране и съхраняване на пробите от вземането им до пристигането в лабораторията за изпитване.

10. Подготвка и работа с образци (EN ISO/IEC 17025, чл. 5.8)

При вземането на преби за сензорен анализ трябва да се използват инструменти и опаковъчни материали, които не замърсяват продукта. Запечатването на опакованата преба осигурява нейното предпазване от изтичане и замърсяване. Етикетирането на взетите преби трябва да съответства на описаните данни в протокола за пробовземане и да позволява ясно и точно идентифициране. При съхранението на образците в лабораторията се определят оптимални условия за тяхното съхранение и сигурност с цел ограничаване на неоторизиран достъп. За подготовката на пребите за изпитване е необходимо да се разработят подробни писмени процедури за отделните категории хани, които да гарантират, че всички образци винаги ще се подгответ по

един същ начин, което ще осигури необходимата повтаряемост на резултатите. Наред с това лабораторията следва да въведе и процедури за подготвка на нови видове образци. Важно изискване е и наличието на процедури, свързани със съхранението и евакуирането на хранителните отпадъци от лабораторията за сензорни изпитвания.

11. Качествен контрол (EN ISO/IEC 17025, чл. 5.9)

11.1. Вътрешен контрол на качеството

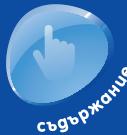
В лабораториите за сензорен анализ се разработват и прилагат подходящи процедури за вътрешен контрол на качеството. Утвърдените схеми за контрол се съобразяват с вида на образците, методите за изпитване и честотата на използване в лабораторната практика. Нивото за контрол във всички случаи трябва да е достатъчно ефективно, за да гарантира валидността на получените резултати. Като част от вътрешната схема за контрол на качеството се извършва и мониторинг върху дейността на отделните сензорни оценители. Всички регламентирани мерки за вътрешен контрол се документират в системата за управление на качеството.

11.2. Външна оценка на качеството (проверка на квалификацията)

Лабораториите за сензорен анализ трябва да участват в проверка на квалификацията, свързана с определения обхват на акредитация. Предпочитат се проверки, базирани на подходящи матрици. Външният контрол на качеството е подходящ инструмент не само за установяване на евентуални несъответствия, но и за цялостна преценка на функциониращата система за качество в изпитвателната лаборатория.

Литература

- ED-4/09. Accreditation for Sensory Testing laboratories. Guidance document.
- EN ISO/IEC 17025. General requirements for competence of testing and calibration laboratories.

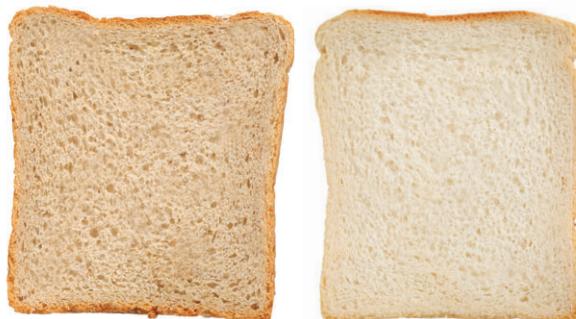




**Всичко е в баланса,
и в храната,
и в любовта,
и в работата.**

**Всичко е нужно,
всичко е правилно
щом е допуснато да
бъде създадено.**

**Балансът е този,
който създава
Хармонията.**



Фермерска храна

В края на работния ден

Светлана Боянова
Председател на Институт за
агростратегии и иновации



Институт
за агростратегии
и иновации

В Словения офисите в големите градове вече се зареждат от земеделски кооперации

Фермите в една малка област на Словения дълго време търсят начин за по-печеливша реализация на продукцията си. След 12 години на различни опити, вече обединени в кооператив „Jarina“, те решават, че биха могли да осъществяват групови доставки в по-големите градове не само в тяхната област, но и в централните части на страната и дори в столицата Любляна. Тяхната основна целева група са различни учреждения и институции в по-големите градове.



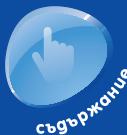
Институции, хотели и ресторани

Към момента „Jarina“ осъществява доставки до 80 детски градини, училища и домове за възрастни хора в централната част на Словения и в Любляна. По отношение на обема, тези институции вече представляват най-сериозният канал за дистрибуция на продукцията им. Кооперативът също така работи върху развитието на доставките до хотели и ресторани, които имат желанието да градят репутацията си като отговорят на очакванията на своите клиенти за консумация на местно произведени сезонни хранителни продукти.

Зашо групови доставки?

В „Jarina“ установяват, че схемата с доставката на кутии с местна продукция на индивидуални потребители е доста тромава, изисква сложна логистика, а обемите са трудни за контролиране и съществува риск да не могат да отговорят на търсе-

на стр. 32





немо. Така ме решават да продавам чрез разработената от тях система за онлайн поръчки „Webgarden“ директно към организираните групи от потребители, фокусирали се към по-големите, международни компании в Атланта и организирали групови доставки на кутии с продукти за отделните им представители. Това означава, че няколко служители от дадена организация поръчват кошница или кутии с плодове и зеленчуци и доставката пристига в края на работния ден на работното им място, за да могат да си ги занесат във ваши. Включението в тази схема на доставки фирм и институции най-често са тези, които са заинтересовани от изграждането на социална отговорност към служителите си и са доста големи, за да си заслужава транспорта и реализираните обеми.

В основата

Весна Ерхарт, която участва в „Jarina“ от самото му създаване, разказва за разразването на кооператива:

„Първите ни стъпки бяха насочени към обучение на производителите не само в посока разбиране на това какво иска крайният потребител, но и чисто нормативните изисквания, придобиването на квалификации, покриването на определени стандарти. Това отне няколко години и се реализира с подкрепата на различни проекти, финансиирани от общините и национални мерки за развитие на селските райони от държавния бюджет, фондовете на ЕС - САПАРД, ПРСР, 5 проекта по ЛИДЕР, както и Програмата за трансгранично сътрудничество. Тази подкрепа беше много важна за нас.“

Кооперативът придобива първото превозно средство за нуждите на логистиката си с подкрепата на подхода ЛИДЕР по Програмата за развитие на селските райони в Словения през 2016 г., но почти веднага след това закупува и втори автомобил със собствени средства, за да отговори на търсенето и да смогне с доставките.

Устойчив растяж

Въпреки че през 2007 г. фермерите от кооператива започват с доставки на местно отглеждани храни за само за едно училище и една детска градина, поддържайки качество и добро ниво на услугата, поръчките се увеличават неколкократно. Асортиментът бива постоянно разнообразяван, за да посрещне нуждите на по-претенциозните и платежоспособни потребители в големите градове. „Jarina“ неуморно се стреми да е в крак с последните пазарни тенденции - разширява своите маркетингови канали, търси начини за подобряване на качеството и дистрибуцията. Клиентите им се увеличават ежедневно, а с тях и обемът на продажбите.



Публикацията е разработена по материали на ЕПИ-Агри и е предоставена от Институт за агростратегии и иновации като част от информационна кампания „Иновациите - винаги на мода!“

Използваните снимки са от сайта на JARINA - www.jarina.si





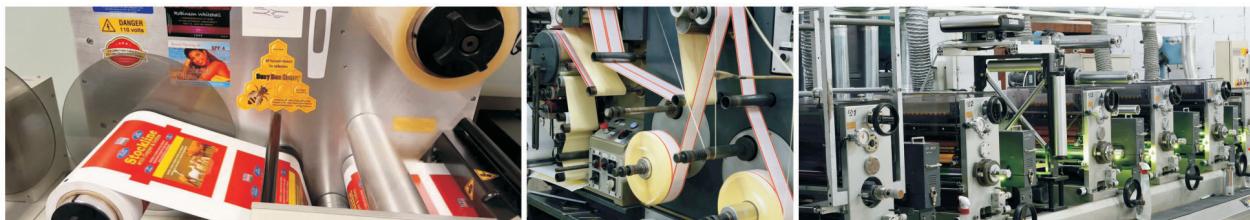
dilcom.com

КОМПЛЕКСНИТЕ РЕШЕНИЯ

Дилком България ООД е водещ производител на широка гама от бели и пълноцветни етикети, изработени изцяло по дизайн и форма на клиента. Компанията предлага:

- **пълноцветни и бели логистични етикети с възможност за допечатване на принтер;**
- **готови решения за директно маркиране върху яйца;**
- **готови решения за директно маркиране върху кашони;**
- **готови решения за директно маркиране върху многообразие от опаковки;**
- **различни видове апликаращи системи, чрез които лесно и удобно се поставят етикети върху желаните повърхности;**

В продължение на 14 години служителите на Дилком всекидневно консултират и помагат на своите клиенти да вземат информирани решения. Компанията ефективно съчетава производствена и търговска дейност, вкл. и като представител на световни фирми, производители на баркод и цветни етикетни принтери, баркод скенери, автоматични и полуавтоматични апликатори за етикети, софтуер за дизайн на етикети, маркиращи клещи, етикето-подаващи устройства, таблети.



Производствената база включва:

- **Машини за щанцоване на бели етикети;**
- **Цветопробна система;**
- **Флексопечатни машини - 3 до над 6 цвята;**
- **UV печатни машини**
- **Ситопечатна машина;**
- **Дигитална машина за цветни етикети в малки серии.**

Благодарение на сервизите и трите търговски офиса във Варна, София и Пловдив, компанията покрива територията на цялата страна, с цел по-качествено обслужване на клиентите по поддръжка и ремонт на предлаганите продукти.

За повече информация може да посетите www.dilcom.com

ВАРНА / VARNA
тел.: +359 52 599 144
моб.: +359 877 599 144
sales@dilcom.com

ПЛОВДИВ / PLOVDIV
тел.: +359 32 207 940
моб.: +359 886 850 485
plovdiv@dilcom.com

СОФИЯ / SOFIA
тел.: +359 2 97 13 208
моб.: +359 885 047 800
sofia.sales@dilcom.com

ИА "БСА"
Per. № 2 OSS
ОРГАН ПО СЕРТИФИКАЦИЯ НА СИСТЕМИ

BUSINESS
SAP
PARTNER

СЕТИ СЕРТИФИКАЦИИ
ISO 9001
SGS
СЕТИ СЕРТИФИКАЦИИ
ISO 9001
SGS

Бърз преход през Вековете на обработката на месо

Месната индустрия е една от най-старите промишлени дейности в света

Историята на колбасите започва през 13 век пр. Хр., когато древните за пръв път са започнали да използват сол, за да изсушават и съхраняват мясо. Полезно и интересно е да надникнем назад в историята и да научим как колбасите правят „своето пътешествие“ през вековете по целия свят.

Хенк Хогенкамп

публицист и автор, бивш президент на Ди Ем Ви - САЩ

Историята на колбасите е история на вдъхновение, иновация и познание. Цилиндрично оформената храна е изобретена като начин за съхраняване на остатъците от парчетата мускулно мясо на животните, които са съхранявани в животински обвивки чрез използване на соли за сушение, опушване и готвене. Като започнем от рецептурата за мясо, мазнини и основни подправки, хората разработват хиляди видове колбаси, много от които са оцелели от самото начало на историята до наши дни.



Климатът, религията и наличието на различни видове местни съставки са важни фактори, обуславящи много от регионалните рецепти. Ето по какъв начин колбасите са се превърнали в истинска културна „връзка“ към света на съвременните клиенти, които консумират хранителни продукти, предавани от поколение на поколение. Антропологично дежавю!

Произход от античността

Преи около 12 000 години, в края на последната ледена епоха, в Близкия изток започва опитомяването на животни. Търговците на мясо и касапите се установяват в градовете и селата, като най-ранната появя на кланици е в Египет преди приблизително 4 000 години. Археологически данни показват, че древните вавилонци, чиято цивилизация започва около 18 век пр. Хр., създават колбаси чрез пълнене на свински вътрешности със смес от мясо. Те се печат на открит огън, а това превръща колбасите в една от най-старите форми на готвена храна в човешката цивилизация.

на стр. 35



Историята на колбасите е наистина забележителна. До 589 г. пр. Хр. китайците се специализират в определен вид полуизсушени колбаси, наречани луп-чеонг (lup-cheong), съдържащи малки парчета агнешко, сол, захар, зелен лук, пипер, вино и соя. В по-късните династии колбасът луп-чеонг съдържал и свинско. Тъй като китайците не се интересуват от киселинните вкусове, асоциирани с ферментиращата бактерия на млечната киселина в сухите колбаси, те използвали приблизително 10% захар и 2% нерафинирана сол като овкусители и консерванти. След като бивал напълнен в 25 mm обвивка, луп-чеонг се сушил над огън от въглини в продължение на шест часа и след това се оставял да зреет една седмица. След това се режел и консумирал сварен ориз и пържени зеленчуци.

Приблизително 700 г. пр. Хр. Римската империя започва да произвежда осолени меса и колбаси по много по-сложен начин, които са били необходими за изхранване на военните при техните пътувания на стотици мили. От тази гледна точка колбасите вероятно могат да се определят като първата „бърза храна“, идеална за доставяне на дълги разстояния, бързо приготвяне, както и гарантиране на здравословно състояние на армията по време на експанзията на империята в Западна Европа.

През Средновековието по-голямата част от търговията с месо се извършва само между европейски държави. Първата доставка на живи животни от САЩ към Европа се осъществява едва през 1868 г. Международната търговия с месо действително се развива чрез разработването на системи за охлаждане и замразяване. През 1875 г. първата доставка от охладено месо от САЩ пристига в Обединеното кралство.

Хиляди години преди това египетските династии, вавилонците, гърците и римляните се хранели с различни видове колбаси, които по-късно се превърнали в класически. Въпреки че не съществуват точни записи, първоначалните колбаси най-вероятно са били кръвни, чернодробни и едро смлечниварени колбаси. Традиционните емулгирани колбаси, както и сушените, ферментирани колбаси са по-нови разработки, за чийто произход има основание да пременя Европа.



В Северна Америка широко разпространена практика е нарязване на изсушено месо на малки парчета и смесването им със сушен плодове и животинска маса. Тази комбинация се пълни в колбас, наречен пемикан. Начинът, по който ацтеките обработват месото, също е интересен. Оригиналната мачада - вид сушен говеждо, се натрошава и нарязва с помощта на камъни, докато останат само фини месни нишки.

Вероятно съхраняването на цели парчета мускулно месо е предшествало приготвянето на колбаси. На арменците е приписана заслугата за запазване на цели парчета мускулно месо по начин, който сега е еволюиран в известния деликатес pastrami. Буквално преведена, тази дума означава „притискане“, а продуктът се прави от сушен овнешко или говеждо месо от цял мускул. Осолените парчета от цели мускули са транспортирани под седлата на конете, като по този начин буквално е изхвърляна излишната вода и месото се е изсушавало и съхранявало.

Съхраняването на месо чрез ферментация или намаляване на киселинността (pH) се прави в продължение минимум на 2000 години. В древни времена египтяните използвали косвено подкисляване. Те пълнели нарязано и подправено месо в животински вътрешности. Естествено пораждащите се бактерии в месото се размножавали и консумирали въглехидратите, като произвеждали млечна киселина. При съхранение на колбаса на студено, при сушенето и намаляването на киселинността се произвеждал стабилен окончателен продукт.

на стр. 36



История с подправки

Еволюцията на подправките е неразделно свързана с развитието на колбасите. Външността на търговията с подправки е процъфтявала в продължение на много векове и търсениято на екзотични подправки и билки е довело до откриването на нови търговски маршрути много преди Средновековието. Подправките са били високо ценени и освен използването им за обикновено и оцветяване или като консерванти (антиоксиданти) нашите предци са ползвали определени подправки и билки, за да лекуват някои болести. Външността модерната фармацевтика произхожда именно от лекарства, направени от растения, познати като подправки и билки.

Документираната употреба на подправки и билки датира до древни страни като Китай, Индия, Римската империя, Гърция, Месопотамия и Египет. До 600 пр. Хр., арабите организират печеливши търговски пътища за подправки от Ориента към Средния изток и Европа.

Тайните на технологията за отглеждане на подправки са били внимателно ограничени до вътрешните кръгове на арабските търговци. През 40 г. сл. Хр. римляните пишат за кулинарните чудеса на подправките, вариращи от подобряване на вкуса до съхранение и хранителни добавки. Създала на Римската империя използването на подправки намалява и до 12 век не се налага възход. Например древната подправка горчица, която е изключително харесвана от римляните, сякаш губи приложението си през вековете, за да „възкръсне“ отново много по-късно, когато британците разработват метод за мелене на семената от горчица на фин прах и нейното потребление се увеличава чувствително.

Друг древен фаворит е подправката джинджифил. Тя вероятно е най-дълго използванията без прекъсване подправка в света. Китайците продават този скъп продукт на гръците, които го използват не само за да подправят месо и хранителни продукти, но също и за медицински цели, като лекуване на стомашни болки. На Запад употребата на подправки като лекарства датира до великия гръцки лекар Хипократ (460 - 370 пр. Хр.).



Интересен пример за голямото значение на подправките може да бъде намерен в писмени източници от 13 век, когато пиперът временно е използван като разменна монета поради недостиг на злато и сребро.

Излишък и глад

Ако някой желае да разбере по какъв начин са се хранили европейците през Средновековието, трябва само да разгледа множеството картини на flamandски художник Петер Броегел, който изобразява охолни пиршества. Между 1000 и 2000 г. сл. Хр. времето на охолство са последвани от години на глад, причинен от лошо време или продължителни войни. След това идва и сблъсъкът между градския и провинциалния живот. На селяните в общи линии се налагало да преживяват с проста гнета от кафяв хляб с трици, месни остатъци - включително дробове, шкембе и кървавица, яйца и зеленчуци. В случай на недостиг, хлебното брашно често се разрежда с ръж, лупина и дори кора от дърво. Като се замислим, това може би не била лоша гнета според днешните стандарти.

Благородниците и духовенството, от друга страна, се наслаждават на всички екстри, които днешните специалисти по хранене не харесват: бяло брашно, сладкиш, подправен с джинджифил, сладки и подбрани късове тълсти меса, включително черен дроб и мозък. Колкото и да е странно, зеленчуците

на стр. 37



съдържание





са били избягвани, защото са се считали за храна за низшата класа, като аспержите са били изключение. Плодовете, растящи ниско до земята, като ягодите, също не са били консумирани от висшата класа, но на растящите „по-близко до небето“, като ябълки, круши и кайси, се гледа като гар от Бога и винаги присъстват на вечерните мачи на малкото щастливици.

Честа практика за благородниците е да имат уникални селекции на храни, като ястията с ниско качество се сервирам в най-крайната част на масата. В края на 17 век се е считало за добър етикет хората да посегнат към общата купа със сварено мясо с ръцете си. Ножът и вилцата не се ползват като прибори за хранене съответно до 1550 и 1650 година.

Думата „ястие“, която в действителност е създадена през Средновековието, е интересна. Тя не се отнася до конкретно ядене, а по-скоро до количеството сварена храна, която един слуга може да донесе от кухнята до масата за вечеря.

Течните храни, независимо дали са вода, вино или бира, са съществена част от всяко мясо през Средновековието. Бирата често е подправена с поправки, като например канела.

Използването на тръстикова захар предхожда използването на захар от цвекло, ко-

ято не става широко разпространена до 1750 г. Наличието на захар и мед създава нови деликатеси, като например нуга, марципан, захаросани плодове и ядки. Счита се, че създаването на сладкарски изделия започва в Каталония, понастоящем в Североизточна Испания. Най-добрите сладкари са били считани за безценни.

Произход на европейския колбас

Мортадела и Болоня са свързани по уникатен начин с италианския град Болоня. Мортадела идва от латинската дума „mortarium“ - като в хоросан - и се отнася до техника, използвана в производството на оригиналния колбас. През 16 век Кристофоро де Месисбуго записва първата известна рецепта и процеса за подготовката на мортадела. До 17 век продуктът вече е добре известен в по-голямата част на Европа. Интересно е да знаем, че по това време гильдия Салароли, чийто устав съдържал разпоредби за предотвратяване на фалшификации, строго е регулирала качеството на продуктите, използвани за производството на колбаси.

През тридесетте години на 18 век се въвеждат и първите подкиселени или ферментирани сушени колбаси, известни като салами, което в Италия означава „осолен“. Древният град Саламис е асоцииран с произхода на салами.

През 1735 г. в немския град Готинген се въвежда нов стил сушени колбаси, наричани мемвурст. Този ферментиран продукт е произведен от едро смляно свинско мясо и по-късно става известно като колбас Зервелат. Други интересни изследвания от този период сочат, че тези ранни продукти са били транспортирани през 1769 г. до Швеция, Англия и Холандия, Турция и в крайна сметка до държави като Индия. Очевидно първите колбаси са били експортирани от Италия до Виена през 1775 г.

През 1835 г. двама италиански производители на колбаси се установяват в Унгария и започват инициатива, за която се счита, че представлява първата производство

на стр. 38



ствена база за салами, която произвежда ранен прототип на легендарните унгарски салами. Във връзка с метода, използван за съхранение на колбасите, много въпроси остават без отговор. Не е известно дали точно бактерии, създаващи млечни киселини, са били използвани умишлено или по случайност, за да активират процеса на ферментация и съответно да подобрят качеството на съхранение.

Няма много данни относно функцията на микроорганизмите, докато Луи Пастъор през 1856 г. не разкрива много от техните мистерии, като изобретява процес за загряване на течностите с цел унищожаване на вредните или нежелани организми. Процесът по пастъризация и до днес има важен принос по отношение на общата безопасност на храните. През 1795 г. Никола Аперт открива начин за съхраняване на прясна храна и месо чрез загряване и запечатване в метални или стъклени контейнери, което предшества откриването на Пастъор. Обаче едва през 1896 г. Фридрих Хайне успява да направи първото производство на стерилизиран и консервиран колбас франкфуртер. През 1920 г. Дюпон изобретява целофана и това фундаментално откритие е в основата на голяма част от съвременните технологични иновации в опаковъчната промишленост.

Производството на обработено месо е основан отрасъл на икономиката на света в края на IX и началото на XX век. Възможност едва през 1923 г. американската автомобилна промишленост за минава в парично измерение секторът обработка на месо.

За месната промишленост индустриалната революция със сигурност започва през ранните години на 20 век. Железопътните

и шосейни връзки, разработването на механично охлаждани железопътни вагони и камиони позволява по-бързото транспортиране в по-големи мащаби на месни продукти. Това, разбира се, помага за развитие и на млекопреработвателната промишленост.

Преди 1870 г. европейските компании, обработващи месо, са с много висока интензивност на труда и в тях рядко работят повече от 10 души. Въвеждането на парните машини през 1880 г. грастично променя нещата и от този момент обработката на месо се превръща в истинска промишленост. Технологични открития, като например въвеждането не само въртяща се машина за рязане през 1895 г., но и оборудване за охлаждане през 1890 г., ускоряват процеса на производство на обработено месо и в голяма степен подобряват качеството и разнообразието на наличните продукти.

Бързи иновации

- Камери за варене на пара са заменени от казани за варене
- Камери за опушване на месо с капацитет за студено, горещо и смесено опушване са въведени през 1963 г.
- Електрониката позволява въвеждането на автоматични системи за опушване и варене (1967 г.)
- Първите универсални камери за опушване и варене са въведени през 1969 г.
- Технология за съвместна екструзия (1973 г.)
- Въвеждане на постоянна камера за опушване (1974 г.)

Нов тласък на месопромишлеността дава въвеждането на вакуумните опаковки през петдесетте години на двадесети век. То-ва става след като Дюпон създава гъвкавия въздушно-непроницаем материал сaran в средата на четиридесетте години на двадесети век. Вакуумните опаковки водят до значително подобреие в качеството на продукта, увеличава допустимата продължителност за съхраняване в склад и създава истинско удобство за клиентите, като предлага възможност за покупка на нарязани деликатесни меса.

на стр. 39



съдържание



Друго открытие, което съществено е повлияло върху съвременните начини за обработка на мясо, е въвеждането на въртящата се машина за рязане на колбаси през 1957 г. Въпреки че първите въртящи се машини за рязане са въведени в началото на двадесети век, устройствата за изпразване на колела за въртяща се машина за рязане на колбаси са изобретени едва през 1953 г., последвано от първите вакуумни въртящи се машини за рязане през 1956 г. Тези наглед постепенно нарастващи развития колективно подобряват качеството на емулгированото мясо и позволяват ползването на иновативни функционални съставки и по-малко качествени отрези на мясо, които водят до по-ниски ценови равнища.



През 1940 г. е издаден първият патент за ползването на лактобациликус като старчова култура във ферментирани колбаси, но едва в средата на петдесетте години учени разбират напълно поведението на стартиращите млечни култури в процеса на ферментация.

Любопитно

Хотдог

Терминът "хотдог" е измислен през 1901 г. в парк Поко в Ню Йорк и с него се нарича „Дахсхунд колбас“ /Dachshund sausage/. Hund е немската дума за куче. Тези горещи колбаси се продавали от количка, заедно с хлебни рула и кисело зеле. Тъй като не бил сигурен как точно да напише думата Dachshund, спортен илюстратор просто измислил тер-

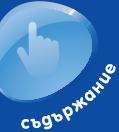


мина хотдог. През 1904 г., хлебчето за хотдог било направено от пекар в Сейнт Луис и представено по време на Световното изложение в Сейнт Луис, което отбелнязвало стогодишнината от закупуването на Луизиана. Световноизвестните хотдози на Нейтън първо се продавали през 1916 г. на Кони Айленд в Ню Йорк и приблизително един век по-късно не само съществуват, но и са станали марка спонзор на всеизвестното международно състезание по ядене на хотдог, което се провежда всеки 4 юли на Сърф Авеню, Кони Айленд.

Франкфуртер

Въпреки че някои смлени меса със сол и подправки са някои от най-старите храни на света, град Франкфурт, Германия, твърди, че е родното място на колбас "Франкфуртер", който според твърденията е произведен за пръв път през 1484 г., осем години преди Колумб да се отправи с кораб за Новия свят. Този иск е оспорван от град Виена, където произвеждат прочутия „Винер“. Все още съществуват конфликтни теории относно най-точната хро-

нологична линия. Някои историци вярват, че касапина Йохан Георг Лахнер от Франкфурт е занесъл своето откритие във Виена. Независимо от всичко, Франкфурт и Виена могат да бъдат асоциирани с продукт, който наистина се е превърнал в най-любимия месен продукт в света. Кой би могъл да спори с великите композитори Франц Шуберт и Йохан Штраус, които посочват франкфуртера като своя любима храна?



ФЕДЕРАЦИЯТА НА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИТЕ СЪЮЗИ (ФНТС)

е творческо-профессионален, научно-просветен, неправителствен, неполитическо сдружение с нестопанска цел на юридически лица – съсловни организации, регистрирани по ЗЮЛНЦ, в които членуват инженери, икономисти и други специалисти от областта на науката, техниката, икономиката и земеделието.

ФНТС е съучредител и член на Световната федерация на инженерните организации (WFEO).

ФНТС членува и в Европейската федерация на националните инженерни асоциации (FEANI).

ФНТС е член на Постоянната конференция на инженерните организации от Югоизточна Европа (CO.P.I.C.E.E.), Глобалният Договор на ООН, Европейски млади инженери (EYE).

ФНТС осъществява двустранно сътрудничество със сродни организации от редица страни.

- ⇒ ФНТС обединява 19 национални сдружения – научно-технически съюзи (HTC) и 34 териториални сдружения – ТС на HTC, в които членуват над 15 000 специалисти от цялата страна.
- ⇒ ФНТС е собственик на еднолично дружество с ограничена отговорност "ИНОВАТИКС" ЕООД с предмет на работа инженерно-внедрителска дейност.
- ⇒ Към ФНТС функционира Център за професионално обучение, лицензиран от НАПОО към Министерски съвет на Република България.

Контакти с Център за професионално обучение:

+ 359 2 989 33 79; e-mail: kvvo@fnts.bg

Дом на науката и техниката – град София, предлага зали под наем на атрактивни цени, прекрасни условия за провеждане на научно-технически мероприятия, международни симпозиуми, конгреси, конференции, курсове, концерти, коктейли и др.

Предлагаме ви зали с площ от 39 м² до 200 м².

Контакти за зали и офиси под наем:

инж. Марин Антонов: + 359 2 987 72 30; + 359 878 703 669; e-mail: mantonov@fnts.bg
инж. Валентин Ставрев: + 359 2 986 16 81; + 359 878 703 720; e-mail: vstavrev2@hotmail.com
инж. Невена Дончева: + 359 2 986 16 81; + 359 878 703 714; e-mail: n.doncheva@fnts.bg

ФНТС, София 1000, ул. "Г.С.Раковски" №108, <http://www.fnts.bg/>

СДРУЖЕНИЕ НА ПРОИЗВОДИТЕЛИТЕ НА РАСТИТЕЛНИ МАСЛА И МАСЛОПРОДУКТИ В БЪЛГАРИЯ



22 години системен и отговорен труд
за авторитета и просперитета на
маслопреработвателния бранш в България

Дългият път на олиото до трапезата

Растителните масла, добивани от семената и плодовете на маслодайните растения, от праисторически времена са се използвали за храна и енергия на човека. С развитието на земеделието и регионалните особености на потребление се разширява и асортиментът на маслодайните растения, респективно на добитите от тях растителни масла. Днес в света се отглеждат и преработват 17 вида маслодайни култури, като характерни за България и в миналото, и днес са сусам, лен, маслодаен слънчоглед, рапица и соя.



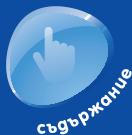
Сусамът е една от най-старите маслодайни култури в света. Най-големи производители на сусам са Китай, Индия, Судан, Нигерия и Мексико. Добитото чрез пресоване сусамово масло се използва за директна консумация и пригответяне на тестени и сладкарски изделия. Сусамът е най-старата маслодайна култура у нас, отглеждана поради богатото съдържание на масло, протеини и въглехидрати. Преработвало се е

след изпичане на семената. Съдържа над 50% биологично ценно масло, което е аналог на ореховото масло. Използва се освен за готвене и за производството на тахан и сусамова халва. В настоящия етап производството на сусам е ограничено и недостигът се компенсира чрез внос.



Ленът от древни времена се е използвал като билка поради доказани лечебни свойства и богато съдържание на фибри. Добитото чрез пресоване ленено масло се е използвало за лечение на възпалена кожа и стомашни заболявания. В страната ни ленът и технологията за преработката му се пренася от Европа след Освобождението. Добитото ленено масло се използва за производството на бои и лакове, както и в производството на фармацевтични продукти (слабителни средства). Днес производството е силно ограничено, а потребностите се обезпечават предимно от внос.

на стр. 42





Историята на **живия сънчоглед** започва от тропическите райони на Централна и Южна Америка. Инките са определяли сънчогледа като свещено цвете и са го използвали като лекарство поради високото съдържание на въсъци. Пренесен е през 1510 г. в Европа от испанските конкистадори и е отглеждан като декоративно растение. За пръв път се използва за производство на сурво сънчогледово масло (шарлан) в Русия в началото на XIX век. През 1829 г. в селцето Алексеевка крепостният селянин Д. Бокарев смила с помощта на гъва камъка маслодаен сънчоглед и получава маслена течност с кехлибарен цвят и приятен вкус и мирис. Това е първият маслакът към промишлената преработка на сънчогледа, която бързо се разпространява в Северна Америка и Европа. Днес сънчогледът е една от основните маслодайни култури в света, като основни производители са Украйна, Русия и Аржентина. В Европа сънчоглед се отглежда и преработва предимно във Франция, Унгария, Испания и Румъния. В България сънчогледът е основна маслодайна култура, като годишното производство варира от 1 440 000 - 2 010 600 тона в зависимост от засетите площи и климатичните условия. След 2007 г. ежегодно значителна част се изнася, като за 2011 и 2013 г. страната ни е на първо място по износ на сънчоглед в света.



Родината на **соята** е Китай, като през 2853 г. пр.н.е. император Шенонг обявява четири растения за свещени - соя, ориз, ечемик и просо и в продължение на три хилядолетия се използва в Азия за добиване на соево масло и протеинови продукти. Пренесена е в Северна Америка през 1765 г., като по-късно автомобилният магнат Хенри Форд инвестира над 1 млн. \$ за преработка и повсеместна употреба на продуктите, произведени от соя. В периода 1857-1870 г. соята е пренесена и адаптирана в страните от Южна Америка, Австралия и Канада. Днес най-големите производители на соя в све-

та са САЩ, Бразилия, Аржентина, Китай и Индия. Големият интерес към тази култура се дължи на обстоятелството, че растението осигурява необходимите осем аминокиселини, които са от съществено значение за човешкото здраве, а соевото масло е богато на есенциални мастни киселини. В Европа е пренесена през 1897 г., като преработката на соя достигна универсално приложение - соево масло, соев шрот, соеви изолати, соево мляко, тофу, хидравлични масла, бои и лакове, мастила и пластмаси. В България с приемането на ОСП 2014-2020 г. и предвиденото стимулиране за отглеждането на т. нар. азотсъдържащи култури производството на соя се възражда, като за реколтната 2015 г. са произведени 40 280 тона.



За родина на **рапицата** се счита Индия, като артефакти доказват използването на масло от рапица за готвене и осветление от 2000 г. преди Христос. В Китай рапицата се отглежда

от дълбока древност и се поставя началото на преработката ѝ. Пренесена е в Европа през XIII век, като от 1980 г. в резултат на научни разработки и интензиви земеделски практики рязко се увеличава производството и потреблението на продукти от преработката на рапица. След Втората световна война в резултат на активна научна дейност Канада регистрира нов тип рапица - „канола“, характерна с ниско съдържание на токсичната ерукова мастна киселина (<2%) и намалено съдържание на глюкозинолати в рапичния шрот. Така продуктите от преработката на рапица тип канола са одобрени за хранителни цели за хора и животни. Основни производители на рапица в света са Китай, Индия, Канада, Европа и Австралия. В Европа рапица се произвежда в Германия, Полша, Белгия, Румъния, като продуктът се превърна в основна сировина за производство на биодизел в ЕС. В България рапица се произвежда от 10 години. Производството у нас варира от 270 000 до 572 000 тона в зависимост от засетите площи и климатичните условия. Износът на рапица от страната е 70-90% годишно.

на стр. 43



Растителните масла – Важен елемент на функционалното хранене

Един от най-важните елементи на функционалните храни са растителните масла. В нормативните документи на ЕС няма официална формулировка кое е масло и кое е мазнина. Въпреки това в общата практика те се диференцират на база агрегатното състояние (твърдо, течно). Маслата обикновено са течни при стайна температура (20-25°C) с изключение на тропическите масла (палмово, кокосово), чието агрегатно състояние се променя до твърдо при нашите климатични условия. Те са част от един нормален, балансиран и здравословен хранителен режим, който осигурява енергия на човешкото тяло. Например: 1 г масло осигурява 9 kcal в сравнение с 4 kcal за 1 г въглехидрати и протеини. Според препоръките за хранене на Световната здравна организация (СЗО) маслата трябва да представляват около 1/3 от общия енергичен прием. Освен източник на енергия, растителните масла са и основен източник на маслоразтворими витамини като A, D, K и E, като при постоянно приемане на препоръчителните дневни количества масла се осигурява и необходимият прием на тези жизнено-важни витамини. С приема на растителни масла се доставят и токофероли, каротеноиди, които изпълняват функцията на провитамини и антиоксиданти. Маслата изпълняват и други много важни функции в организма, като участват в изграждането на мембрани на клетките в организма и са съставна част на много хормони.

Мастните киселини са градивните елементи на маслата, които консумираме, а също така са съставна част от мазнините в тялото. Съгласно тяхната степен на насищане те са насытени мастни киселини, мононенаситени мастни киселини и полиненаситени мастни киселини, от които есенциални мастни киселини са омега-6 и омега-3.

Наситените мастни киселини се срещат основно в мазнините от животински произход и в някои видове растителни масла. При стайна температура са в полутвърдо и твърдо агрегатно състояние. Наситените



мастни киселини повишават нивата на LDL (лошия) холестерол в кръвта, което води до образуването на плаки в кръвоносните съдове и причинява развитието на атеросклероза и сърдечно-съдови заболявания. Съвременната наука за функционално хранене препоръчва ограничен прием на масла и мазнини, богати на насытени мастни киселини, а при констатирани високи нива на лошия холестерол - тяхното изключване от хранителния дневен прием. Растителни масла, богати на насытени мастни киселини, са палмовото и кокосовото масло.

Ненаситените мастни киселини са от желания вид масла в хранителния режим, тъй като намаляват нивата на лошия холестерол (LDL) в кръвта и спомагат за увеличаването на добрия холестерол (HDL). Те са мононенаситени и полиненаситени мастни киселини. Растителни масла, богати на мононенаситени мастни киселини, са рапично - 62%, маслиново - 77%, фъстъченото масло - 67%. Ключова мононенаситена мастна киселина е олеиновата киселина (омега-9).

на стр. 44



Полиненаситените мастни киселини спомагат за намаляването на общия холестерол в кръвта и се препоръчват като съставна част на балансиран хранителен режим.

Човешкият организъм се нуждае от 20 мастни киселини, за да функционира нормално

Той може да произведе почти всички с изключение на две: линоловата, известна като омега-6, и линоленовата, известна като омега-3. Те са особено важни за нормалното функциониране на мозъка, кръвоносната и имунната система. По тази причина те се наричат „незаменими мастни киселини“. Това налага ежедневно да се консумират растителни масла, богати на ненаситени мастни киселини (слънчогледово, соево, рапично, орехово масло, както и рибеното масло).

Посочените мастни киселини са пространствено разположени. Промяната на пространствената структура е причина за образуване на така наречените трансмасстни киселини (TFA). Основни източници на трансмасстните киселини са:

- бактериална трансформация на ненаситените мастни киселини в стомаха на преживните животни (мазнини, съдържащи природни трансмасстни киселини, са кравето масло, пълномаслено мяко, говеждо и овча лой, като те представяват не повече от 5% в храните);
- промишлено производство на хидрогенирани растителни масла.

Производството на хидрогенирани растителни масла е масово прилаганата технология за превръщане на течните растителни масла в полутвърди и твърди растителни масла, необходими за различни подотрасли на ХВП - производство на маргарини, кулинарна, хлебопекарна, сладкарска и др. В резултат на многогодишни научни изследвания е установено, че промишлените трансизомери (TFA) причиняват сърдечно-съдови заболявания, затлъстяване, диабет, неврологични разстройства и др. Това наложи Европейският парламент да регламентира съдържанието на трансмасстни киселини (TFA) под 2% в храните.

С оглед нормалното функциониране на човешкия организъм е необходима ежедневна употреба на масла, като препоръчителният дневен прием е 10 g, което се равнява на една супена лъжица. Това количество масло осигурява 90 kcal енергия на човешкия организъм.

Балансираният и функционален прием на растителни масла изисква промяна в консумацията или смесване на различни видове масла. Например освен традиционното слънчогледово масло, което присъства във всяка кухня, е здравословно да има маслиново масло или някои от т. нар. нетрадиционни биологично ценни масла (ленено, сусамово, масло от орехи, тиквено масло, масло от гроздови семки и др.).



Произвежданите и внасяните в страната маслопродукти (маргарини, маслени спредове) следва да отразяват съдържанието на трансмасстни киселини в продукта и е целесъобразно потребителят да търси тази информация и да се съобразява с нея (съг. на TFA < 2%) при избора на стоката, която купува.

В кулинарията следва да се има предвид, че течните растителни масла са богати на ненаситени мастни киселини (слънчогледово, соево, рапично, царевично) и не са подходящи за многократно пържене при високи температури. При продължително пържене или използване на фритьорници е целесъобразно да се употребяват специализирани масла и мазнини (фритьорни масла, палмов олеин, високоолеиново слънчогледово масло и др.), с цел предпазване на човешкия организъм от прием на оксипродукти, които са соказан неблагоприятен ефект върху стомашно-чревния тракт в човешкия организъм.

на стр. 45



Развитие на маслодобивната и маслопреработвателна индустрия в България

От старта до приемането на страната в Европейския съюз

Първите данни за ограничено производство на растителни масла датират след Освобождението, като слънчогледът се е отглеждал като градинско цвете. Масовото производство на слънчоглед започва след Междусъюзническата война (1913 г.), когато Гърция спира износа на зехтин за България. До края на Втората световна война в страната се изграждат значителен брой малки маслодобивни предприятия (маслобойни), в които по механичен метод се е извличало натурално слънчогледово масло (шарлан). През 1947 г. са национализирани над 300 малки маслодобивни предприятия, като само две са от индустрислен тип - в Костинброд и Бургас. Поетапно са замваряни малките занаячийски предприятия и в периода 1970-1974 г. са построени 5 нови производствени предприятия в Добрич, Продавдия, Бургас, Полски Тръмбеш и Стара Загора, в които се осъществява пълен производствен цикъл - приемане и съхранение на маслодайни култури за целогодишна преработка; производство на сирови, рафинирани и бутилирани растителни масла и сировини за производство на фуражи за животновъдството - клоспета и шротове, мастни киселини и фосфатидни концентрати за фуражната и хранителна индустрия. В периода 1974-1976 г. се внедряват и световни иновативни технологии за производство на хидрогенирани растителни масла за хранителни цели в завода в гр. Стара Загора, производство на сапуни - в заводите в Бургас и Костинброд и инсталация за производство на перилни препарати в завода, намиращ се в Костинброд. В периода 1979-1989 г. започва производството на нови групи маслопродукти - мазнини с диференцирано предназначение, като в Добрич започва производството на маргарини за директна консумация и индустрислен цели, а в Продавдия - производството на майонеза и майонезни соусове. Въведени са технологии за индустрисленна преработка на соя и бял трън в завода в Стара Загора, като соевото масло се използва като сировина за производството на

хидрогенирано масло за хранителни цели, а маслото от бял трън се реализира във фармацевтичната индустрия. Паралелно с интензивното развитие на маслопреработвателната индустрия се развива и научноизследователска дейност в създадения Национарен институт по растителни масла, маслопродукти и миещи вещества, в който се разработват за внедряване нови технологии, техники за преработка на маслодайни култури и крайни продукти. В страната се въвеждат нови технологии за производство на биологично ценни растителни масла като царевично масло от зародиши, който съдържа 30-40% царевично масло; масла от гроздови и доматени семки, като масленото им съдържание е от 8-15% и др.

Европейският път на България определи нови приоритети

Приемането на страната ни в ЕС определи нови посоки на развитие на маслопреработвателната индустрия, а именно:

- Спешна необходимост от реконструкция и модернизация на наличните производствени мощности, тъй като производствите крайни продукти не отговаряха на европейските и международни стандарти за производство, безопасност и качество на крайните продукти.
- Производство на крайни продукти от преработката на маслодайни култури с ниска производствена себестойност, гарантираща конкурентоспособност на общия европейски пазар. Безмитният износ на маслодайни култури от страната постави маслопреработвателите в условията на ожесточена конкуренция с международните търговски компании при изкупуване на маслодайните сировини и покупка на сировините на международни цени.

Това наложи в периода 2007-2012 г. в бранша да се извърши мащабна реконструкция и модернизация на производствените мощности в следните направления:

на стр. 46



- изграждане на автоматизирано пробовземане и приемни лаборатории за експресно анализиране на маслодайните култури;
- изграждане на нови складове за съхранение на сировините с въвеждане на автоматизиран контрол на температура и влага, активно вентилиране и транспортиране за целогодишно съхранение;
- монтиране на пресови и екстракционни инсталации от водещи световни инженерингови компании със значителен капацитет на преработка на сировина над 500 т/24 часа;
- монтиране на пресови инсталации за окончателно пресоване и филtrуване на сирови растителни масла;
- изграждане на нови рафинерии от световни инженерингови компании;
- изграждане на инсталации за гранулиране на шротове;
- монтиране на инсталации за брикетиране и пелетиране на слънчогледова лоспа, органични остатъци от маслодайни семена и производството на брикети и пелети - алтернативни източници на енергия за промишленото производство и бита.

Прилаганите технологии за преработка на маслодайни култури са високоенергийни (консумация на ел.енергия, вода и пара), което наложи прилагането на елементи от т.нар. кръгова икономика като:

- производството на пара чрез горене на лоспа в съответствие с изискванията на Закона за опазване на околната среда и водите;
- максимално оползотворяване на отделната топлина от технологичните процеси чрез прилагане принципа на рекуперацията;
- максимално оползотворяване на отпадните продукти - производство на фосфатидни концентрати, мастни киселини, токофероли и др.;
- многократно използване на водата за промишлени цели.

Инвестициите в бранша

Независимо от динамичната и усложнена бизнес среда и през последните две години продължи инвестиционната дейност в бранша, тъй като само съответствува с изискванията на непрекъснато променя-

щи се международни стандарти за безопасност и качество гарантират достъп до международни пазари.

Изградиха се и се въведоха в експлоатация още 2 нови завода:

- **завод за производство на сирови растителни масла на ОЛИВА АД** в гр. Полски Тръмбеш и
- **завод за производство на растителни масла на МАРИЦА ОЛИО АД** в с. Ясен, Плевенска област.

Продължиха реконструкциите, модернизациите и изграждането на нови производствени мощности:

- **КЛАС ОЛИО АД** - с. Карапетум *нов маслодобивен цех;*
- **ХЕЛИОС ОЙЛ** - гр. Първомай *цех за пелетиране на лоспа;*
- **ЗВЕЗДА АД** - гр. Долна Митрополия *нов лощачно-пресов цех и екстракция;*
- **ГЕОСТРОЙ ИНЖЕНЕРИНГ ЕООД** - гр. Ямбол - *нова екстракция и производство на пластмасови бутилки;*
- **ПАЙСКА ОЙЛ ЕООД** *нов маслодобивен цех;*
- **РОСА АД** - *нова складова база;*
- **АСТРА БИОПЛАНТ ЕООД** - гр. Сливо поле - *производство на пара от биомаса и подобряване на електро- и енергийната ефективност;*
- **КРИС ОЙЛ 97 ЕООД** - *нова рафинерия и цех за бутилиране;*
- **БИСЕР ОЛИВА АД** - *нова линия за пълнене на големи опаковки.*



В съответствие със съвремените изисквания за производство на здравословни и функционални масла в бранша са разработени нови продуктови линии:

на стр. 47



- студено пресовани слънчогледови масла, съдържащи омега-6, омега-9 и витамин Е.
Производител: РОСА АД; ПАПАС ОЛИО АД, ПЛИСКА ОЙЛ ООД.
- високо олеиново слънчогледово масло, съдържащо омега-9 и витамин Е, което е подходящо за продължително пържене
Производител: ПАПАС ОЛИО АД.
- БИСЕР VITAL - слънчогледово масло, обогатено с омега-3 и витамини А и Д.
Производител: БИСЕР ОЛИВА АД.

След упорита работа експертите на Сдружението разработиха и внедриха браншови

стандарт за бутилирано рафинирано слънчогледово масло БС 01/2016, с който се гарантира на потребителя високо качество в замърен производствен цикъл (от слънчоглед до бутилка), осъществен от един оператор.

Този стандарт е включен в разпоредбите на Наредба №9 за специфичните изисквания към безопасността и качеството на храни, предлагани в детски ясли, училища и обекти за търговия на територията на училища и детски градини и е отговорен ангажимент на бранша за здравословното хранене на подрастващото поколение.

Анализ на икономическата дейност на маслодобивната индустрия

В резултат на активната инвестиционна дейност, производството и реализацията на крайни продукти от преработката на маслодайни култури основно на международните пазари, са налице и положителни финансово-икономически резултати. Немните приходи на бранша от продажба на

продукция за 2014 г. са в размер на 745 млн. лв., а за 2015 г. - 864 млн. лв., като е регистриран ръст в размер на 16%. Почти 65% от приходите са от износ. Достойно място заема браншът в ТОП 30 на производителите на храни и напитки за 2014 и 2015 г. (виж. таблицата).

Класация ТОП 30 (извадка)

Позиция		компания	приходи, хил. лв			изменение,% за 2015/2014г.
2014	2015		2013	2014	2015	
1	1	ОЛИВА	325 753	342 119	383 059	11,97
5	5	ПАПАС ОЛИО	378 922	239 849	254 741	6,21
17	20	БИСЕР ОЛИВА	86 354	73 925	89 171	20,62
21	23	КЛАС ОЛИО	76 120	68 609	76 240	11,12

Източник: Капитал 2016 г.

За втора поредна година производител на растителни масла - ОЛИВА АД, оглавява класацията, като изпреварва международни компании като Кока Кола Хеленик Ботълинг и Нестле България. Освен отразените компании от бранша в таблицата положителни резултати отчитат и: МАРИЦА ОЛИО АД с ръст в продажбите на сирови масла за 2014 г. от 214%. Изцяло зад граница реализира продукцията си ЗВЕЗДА АД. Приходите от продажби на ОЛИМЕКС ООД се увеличават с 14,85%, като 82% от произведеното олио се реализира за износ. АСТРА БИОПЛАНТ ЕООД регистрира ръст в приходите от продажби на растителни масла над 10 млн. лв. Значителни приходи от продажби за 2014 г. реализират и РОСА АД; КРИС ОЙЛ 97 ЕООД; ХЕЛИОС ОЙЛ ООД; ГЕОСТРОЙ ИНЖЕНЕРИНГ ЕООД и ГАЙТЕК ОЛИВА ООД.

Приносът на маслодобивните предприятия за развитието на българската икономика е оценен с редица награди. Ето някои от тях:

- Награда ИН-5 (индустрия, инвестиции, инновации, интелект и инициатива) за принос в развитието на българската

икономика на БСК за 2011 г., връчена на **ПАПАС ОЛИО АД** - гр. Ямбол

- Годишна национална награда за осигуряване на безопасност и здраве при работа на МТСГ за 2011 г. е връчена на **КРИС ОЙЛ 97 ЕООД** - гр. Каспичан

на стр. 48



- Грамота за експортер на годината за 2015 г. за най-големи приходи от експорт в сектор производство на хrани и напитки, връчена на **БИСЕР ОЛИВА АД**
- Сдружение „Произведено в България“ връчи на **ПАПАС ОЛИО АД** приз „Златна мартеница“ за налагане на български продукти на вътрешния и международния пазар през 2015 г.
- ICAP България връчи наградата „TRUE LEADER“ на **БИСЕР ОЛИВА АД** за висока доходност, кредитна стабилност и увеличение на персонала за 2015 г.



Сдружение на производителите на растителни масла и маслопродукти – представителният и иновативен център на маслодобивната индустрия в страната



Сдружение на производителите на растителни масла и маслопродукти е единствената национално представена браншова организация на преработвателите на маслодайни култури. На 24. 10. 1994 г. е регистрирано юридическо лице с нестопанска цел Съюз на масларите в България с председател проф. Марин Гърdev - дългогодишен директор на Института по растителни масла, маслопродукти и миещи препарати. В годините от учредяването си до настоящия момент браншовата организация изпълнява своите основни цели, а именно:

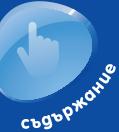
- Защита на бизнес интересите на своите членове посредством активен диалог с националните и европейски институции. Представители на сдружението са

активни участници в разработката, обсъждането и съгласуването на нормативни документи, свързани с бизнеса на бранша.

- Подпомагане на производствените и търговски дейности чрез прилагането на иновативни техники, производствени технологии и добри търговски практики, като на членовете се предоставя системно информация за всички новости в маслодобива и маслопреработката и се оказва съдействие за организиране на срещи с международни и местни компании - производители на оборудване и сервиз.
- Разработване на браншови ръководства - НАССР за производство и рафиниране на растителни масла, браншови ръководства за приемане и окачествяване на маслодайни култури и за съхранение на маслодайни култури, ръководство за добри производствени практики при производство на растителни масла, както и транспортиране на добрите производствени практики на FEDIOL (Европейската асоциация на маслопреработвателите).

- Подпомагане внедряването на международни стандарти за качество и безопасност

на стр. 49



ност, като са въведени множество международни стандарти и сертификати: глобален стандарт за безопасност на храните (BRC), стандарт за огън на качеството и безопасността на хранителните продукти (IFS Food), системи за управление на безопасността на хранителните продукти (FSSC-22000) и гр., както и сертификат KOSHER и HALAL.

През последните години Сдружението се наложи като сериозен партньор на останалите неправителствени организации в страната, издигна авторитета си в публичното пространство, превърна се не просто в гласа на българските маслопроизводители, но и в отговорен център за изграждане на норми и политики за развитие на бранша. Основните акценти в работата ни включват:

- провеждане на ежегодни квалификационни курсове с цел запознаване и разяснения по прилагането на нови или изменени нормативни актове; новости в техниката и технологията на преработка на маслодайни култури; тенденции в развитието на храненето и нови маслопродукти;



- развитие на активно сътрудничество с български и чуждестранни научни институти и браншови организации - ВНИИЖ - Русия; Тракийската организация на маслопреработвателите в Република Турция; браншовата организация на маслопреработвателите в Република Сърбия;
- развитие на активно сътрудничество с Университета по хранителни технологии - гр. Пловдив чрез осигуряване на ста-

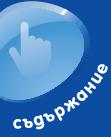


жантовски програми, възлагане на дипломни работи и предоставяне на научна литература;

- издаване и предоставяне на членовете на специализирана литература, която наброява над 43 издания - изгответи са десетки обзори и презентации, в които се анализира развитието на световното, европейското и национално производство на маслодайни култури, преработката им и крайни продукти от преработката им;
- активно сътрудничество с ИАНМСП, като са изработени и предоставени на членовете 12 пазарни анализа за крайни продукти от преработката на маслодайни култури в Европа и свeta;
- разработена, внедрена и действаща система за информационно обслужване, включваща:
 - ✓ създаване на нов сайт на Сдружението в съответствие със съвременните изисквания към електронните средства за публична информация;
 - ✓ електронни рубрики: новини, Важно е да знаете, прочети, научи, сподели;
 - ✓ ежеседмичен информационен бюллетин за състоянието на международните пазари;
 - ✓ ежемесечна обзорна търговска информация, включваща състоянието и тенденциите за развитие на международните пазари, продуктови линии и функционални маслопродукти.

Активно е взаимодействието на Сдружението с другите браншови организации в защита интересите и развитието на хранително-вкусовата промишленост. Организацията е колективен член на БСК и е участ-

на стр. 50



ник в Отраслевия съвет за тристррано сътрудничество на ХВП. Дългогодишен член е на Съюза по хранителна промишленост. Активен и ползотворен е диалогът с КНСБ и КТ „Подкрепа“.

Качественото и професионално изпълнение на основните цели са основанието Сдруже-

ние на производителите на растителни масла и маслопродукти в България да е единствената и национално представена браншова организация с доказан авторитет и професионална експертиза. Признание за този системен и всеотдаен труп са редица награди, поздравителни адреси, грамоти и др.

Създадена в първите години на прехода, когато се изграждаха устоите на пазарната икономика, първоначалната мисия на съюза да хвърли мост между производителите на маслопродукти и институциите в държавата, отговорни за осигуряване на добра бизнес среда, остава непроменена и до днес. Но от години вече тя се допълва и в още посока – потребителите. Отговорността към добрата им информираност, отговорността към тяхното здраве, отговорността към производството на качествени продукти, знанията за това какво търси, предпочита и от какво се нуждае пазарът се превръща в приоритет за Сдружението на производителите на растителни масла и маслопродукти.

Ние съзнаваме, че единството производител - потребител е онова понякога непостижимо, но така необходимо чудо, което може да превърне българската хранителна индустрия в лице на родната ни икономика.

Варианти за реклама в сп. "Храната на XXI Век"

 <small>Национално спълнение за качества в хранително-култивата индустрия</small>		Официален спонсор на Съюза по хранителна промишленост	
Вариант 1 - корица Размери: основа 21 см, височина 23 см 360 лв. без ДДС	Вариант 2 Размери: основа 21 см, височина 29,7 см 200 лв. без ДДС	Вариант 3 Размери: основа 21 см, височина 15 см 120 лв. без ДДС	Вариант 4 Размери: основа 7,7 см, височина 25 см 85 лв. без ДДС
ОТСЪТВИ За членове на СХП: - 10% При авансово плащане за 2 бр.: - 5% При авансово плащане за 3 бр.: - 15% При авансово плащане за 4 бр.: - 20% Текстови материал, обозначен с „платено съобщение“: - 50% Фиксирано място + 20%			
Всички реклами препращат към посочен от рекламодателя сайт.			
Сумите се превеждат по сметката на СХП: „Юробанк България“ ФЦ София Окръг ВІС код: BPBIBGSF; IBAN: BG05BPBI 7942 1019 1562 01 За контакти: инж. Соня Бургуджиева - тел.: 02 987 47 44 e-mail: hranata21@mail.bg			
Рекламните карета се подават в един от следните файлови формати: Векторни: EPS, PDF, CDR (v11); шифтове в криби (outlines) Растерни: TIF, JPG (300dpi, <i>high/maximum quality</i>)			
