



## МЕСОМАНИЯ



## СВЕТЪТ НА МЛЯКОТО



## БУЛПЕК



## САЛОН НА ВИНОТО



[food-exhibitions.bg](http://food-exhibitions.bg)

## ИНТЕРФУД & ДРИНК



4 – 7  
НОЕМВРИ  
2020

Пазарът на храни във време на КОВИД-19		стр. 3
Стратегията „От фермата до трапезата“ - В сърцевината на Европейския зелен пакт		стр. 8
Пазарът на труда се нуждае от всички		стр. 16
Atlas Agro Science е победителят в българския финал на EIT Food Innovation Prizes		стр. 22
БИО храните - мода или перспективен бизнес?		стр. 24
Бира, лято, предизвикателства, възможности и... още нещо		стр. 30
Пицата - предпочитана храна със световна известност		стр. 36
Тиквата - позната и непозната		стр. 42
Масло от черен кимион - черното злато на фараоните		стр. 47

#### Фирми, представени в броя:



РВС - Русе - Пловдив - София



Списание „Храната на XXI век“

брой 2 (17)

септември 2020 г.

година V



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 рекламите и  
изразените лични позиции на авторите.

Оформление:



РЕКЛАМНО-ИЗДАТЕЛСКА КЪЩА

02/ 971 00 09



# ПАЗАРЪТ НА ХРАНИ

## във време на КОВИД 19

### ООН ПРЕДУПРЕДИ:

Светът е изправен  
пред най-тежката  
хранителна криза за  
последния половин век



**Доц. г-р Божидар Иванов,**  
Ръководител на Центъра за икономически изследвания  
към Института по аграрна икономика

*Пандемията от КОВИД-19 засегна сериозно световната здравна система. Тя обаче доведе до загуби и в икономиката, а едни от най-пострадалите сектори са тези на услугите и транспорта. Хранителната индустрия, като свързана със сектора на услугите и зависеща от ХоРеКа канала, ресторантьорството и хотелиерството, също почувства ефектите от здравната криза. В целия свят ежедневието на ресторантите спадна рязко в сравнение със същия период на 2019 година. Затварянето на ХоРеКа канала на много места в света предизвика резонанс сред свързаните индустрии като производство на храни, алкохол, вино и бира, доставка на храни и напитки, риболов и земеделие. Проблемите бяха особено смущаващи в индустриализираните райони и големите мегаполиси, където обикновено се внасят големи обеми от храни, използвайки навременна и сложна логистика, която в условията на „голямото затваряне“ на граници и държави предизвика опасения за продоволствената сигурност. През юни 2020 г. Организацията на обединените нации предупреди, че светът е изправен пред най-тежката хранителна криза за последния половин век поради рецесията, причинена от пандемията.*



РБС





Съвременната организация на пазарите съществува на базата на търсене и предлагане, където недостигът, особено на храни, обикновено е нещо инцидентно и локално, урегулируемо се посредством цените. Логистиката и системата на доставки работи така, че бързо възстановява неравновесието и нарушенията в снабдяването на едно място или при внезапен недостиг на една стока, но тази система е по-уязвима за системен шок, което означава блокиране на каналите на снабдяване и обръкване в дистрибуторската верига.

## Страх от продоволствена криза

Обявяването на извънредно положение в много голяма част от света породило страхове от произтичащ недостиг. Наблюденията паническо купуване на хранителни продукти, което доведе до празни рафтове и отключи още повече импулса на потребителите да се запасяват. Промени се обичайният ритъм на потребителското поведение.

Логистичните системи в търговията на храни бяха адаптирани към едни равномерни и регулярни равнища на търсене, а в този период кривата на търсене бе като във време на разпродажба и промоция, с редуване на висок интензитет в първите седмици на кризата, последван от постепенно възстановяване. Това доведе в определен период до изчерпване на много от стоките на места, затрудни търговците и създаде допълнителни опасения у потребителите, като в крайна сметка повлия на покачването на цените.

По данни на различни пазарни агенции разходите през първите месеци на кризата на го-



дишна база се повишиха чувствително в сравнение със същия период на 2019 г. Във Франция разходите на домакинствата за пакетирани храни се увеличиха със 17%, във Великобритания - с 16% и в Италия - също с 16% след 8 март 2020 г. В сравнение със същите седмици на 2019 г. Най-малко нарастване на разходите за храни и безалкохолни напитки е отчетено в САЩ, където то достигна 10%.

Интересно бе и поведението на потребителите към алкохолните напитки, където също се отчита увеличение, но то е по-малко отколкото при храните. Най-високо увеличение е измерено в Италия - 8%, а във Франция дори се отчита спад от -4%.

## Последиците от затварянето на заведенията за обществено хранене



Увеличеното потребление на храни идва основно по линия на домакинствата и храненето вкъщи, докато консумацията и оборотите на ХоРеКа канала и на общественото хранене претърпяха рязък спад. Оборотите на ресторанти и кафенета намаляха със 75% в Латинска Америка, а същата група заведения в Северна Америка и Близкия изток до края на март отбелязаха спад от 90%.

Затварянето на заведенията за обществено хранене засегна много силно селскостопанските производители, които са специализирани в работата с ХоРеКа канала. Поръчките паднаха рязко, което засегна най-много производителите на мляко (на някои места в Европа и САЩ), картофи (в Нидерландия), банани (в Латинска Америка). Цените на основните селскостопански





продукти претърпяха лек спад и по данни на ФАО са сред най-ниските за последните 5 години, което се обяснява най-вече с ограниченото търсене от местата за обществено хранене. Селскостопанските продукти достигнаха най-ниските си цени през май - с 9% по-ниски от средните за периода 2014 - 2016 г. В последните 2 месеца се забелязва постепенно увеличение, но въпреки това остават най-ниски от тези през последните 5 години. В същото време, докато цените на селскостопанските продукти вървят надолу, цените на храните в глобален план тръгнаха нагоре, което показва съществуването на ценова асиметрия. Това се обяснява с намаляващия дял на селскостопанските продукти в крайните цени на храните, като този дял варира, но е вече между 30-40%.

### Онлайн пазаруването става все по-актуално

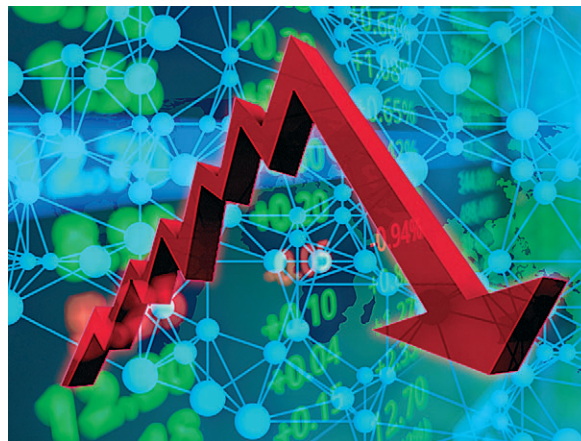


Коронавирусът допринесе и за разширяване дела на онлайн пазаруването. То значително нарасна по време на пандемията. От тази форма на продажби се възползваха предимно дребни земеделски стопани. Те възприеха цифровите технологии като начин за пряка продажба на продукцията си, а директните продажби нараснаха по време на пандемията от коронавирус.

Промени настъпиха и в другите форми на търговия. Много от магазините на дребно отказаха да работят с касови плащания и насърчаваха безконтактни разплащателни операции. Където се работеше с пари в брой, много от работодателите препоръчваха поставяне на парите на място вместо предаване от ръка в ръка и рутинна дезинфекция на често докосвани повърхности

като работни станции, касови апарати, терминали за плащане, гръжки на врати, маси и плотове и др.

### Предизвикателствата пред преработвателната индустрия



Преработвателната хранителна индустрия също бе засегната от КОВИД-19 не само по линия на прекъснатите доставки по канала за обществено хранене, но и в местата, където се разчита на преобладаващо ръчен труд в производствените процеси. В САЩ се заговори за недостиг на месо заради избухнали зарази в много кланици, такива проблеми се появиха и в Германия.

Предприятията от хранителната индустрия в света предприеха допълнителни мерки, за да гарантират, че заразата няма да се разпространява чрез храните.

Потенциално всички храни могат да бъдат замърсени при контакт със замърсени съоръжения, повърхности или околна среда. Правилното почистване и предотвратяване на кръстосаното замърсяване са от решаващо значение при контрола на болестите, пренасяни с храна. След като патогените се депонират върху повърхности от предварително замърсен продукт (кръстосано замърсяване), аерозоли или допир от замърсени ръце или дрехи, те могат да оцелеят върху предмети като ножове, триони, транспортни контейнери и транспортни ленти, направени от метал, пластмаса и дърво. Установено е, че coronavirusите остават заразни до девет дни на такива повърхности. Това доведе до повишаване на

на стр. 6



PBC



разходите на предприятията за дезинфекция и превенция, което пък рефлектира върху крайните цени.

## Пазарът на храни в България



Инфлацията при хранителните продукти се увеличи от началото на извънредната обстановка досега. Най-висок индекс на потребителските цени при храните има през юни, когато достигна 7,2% на годишна база, докато средната инфлация е 1,6%. В същото време оборотите в търговията на дребно на годишна база са по-високи единствено в първия месец от извънредното положение, с около 12% над тези година по-рано. През останалите месеци те падат под равнищата за предходната година. Това показва, че тенденциите в страната са сходни с тези в другите държави, засегнати от КОВИД-19, където има рязко повишение на покупките, продуктувано до голяма степен от създамата се паника и опасения както от недостиг, така и от по-масабно затваряне на икономиката и ограничаване на излизанията на потребителите с цел пазаруване.

## Коронакризата и покупателната способност на населението

Здравната криза с коронавируса доведе и до икономически проблеми, отразяващи се както на заетостта, така и на доходите на домакинствата.

Средните разходи на домакинствата през второто тримесечие на годината по данни на НСИ са 2955 лв., докато през първото те са били 3190 лв., което е с 4% по-малко.

Сравнявайки второто тримесечие на 2020 година с това на 2019-а се установява, че през настоящата разходите на домакинствата са с 3% по-ниски, което се дължи на по-малкия разполагаем доход. Средните разходи за храна на българина през второто тримесечие са около 33% или 965 лв., докато година по-рано те са били 960 лв. или 31%. Вижда се, че разходите за храна се увеличават, независимо че има намаляване на общите разходи, като основното перо, откъдето се правят спестявания, е това за свободно време и културен отдих. Леко увеличение има и при разходите за алкохолни напитки и млечни изделия, които за второто тримесечие се повишават с около 1% до 140 лв.

По-високите разходи за храна се виждат и от баланса на потреблението на основни хранителни продукти. През второто тримесечие на 2020 г. се забелязва увеличение в потреблението на човек при месото, млякото, яйцата, плодовете и зеленчуците. По-сериозно намаляване има при хляба и тестените изделия, където консумацията на човек от населението пада от 20,4 кг през второто тримесечие на 2019 г. до 19,4 кг през 2020 г. Тези статистически данни потвърждават първоначалните допускания и основните характеристики на категорията храни, които са по-слабо еластични към доходите и са малко по-еластични към цените.



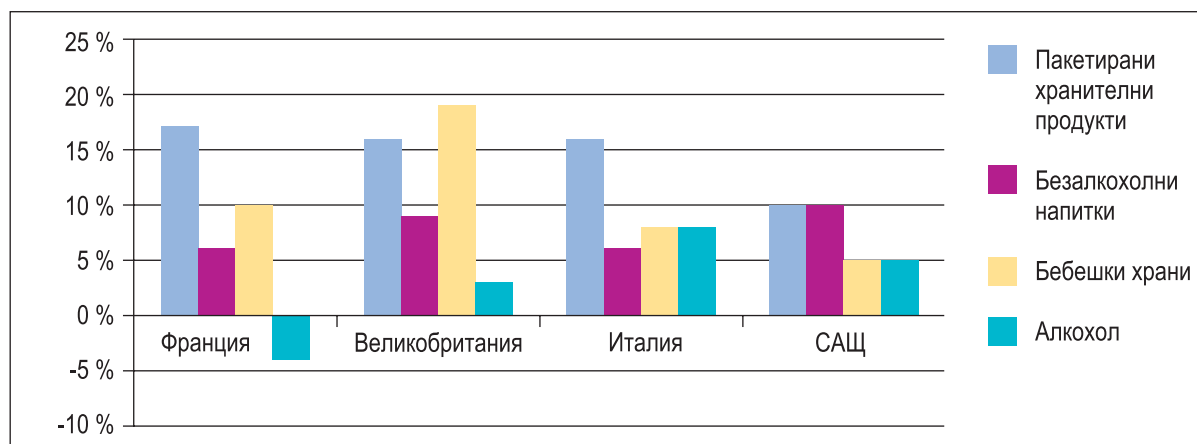
Консумацията на храни в страната не се е променила съществено от началото на КОВИД-19, като, както вече отбелязахме, има известно увеличение на цените, което води до по-големи разходи за домакинствата на фона на по-ниски доходи, компенсирано от икономии от други нужди и предпочитания на домакинствата.



Производството на селскостопански продукти и на храни остава сравнително стабилно, като то е засегнато най-вече по линия на опасността от зараза на хората, работещи в тези сектори, както и от повишените разходи за хигиена и дезинфекция. Кризата и спагът в туристическия бранш

и ХоРеКа канала също оказва неблагоприятно влияние на онези производители, които снабдяват тези сектори, което отразява рисковете, когато диверсификацията е по-малка и се работи с по-еластични към доходите канали за реализация на хранителни продукти.

Изменение на разходите за храна на домакинствата на годишна база от м. март, 2020 г. в %



Източник: www.statista 2020

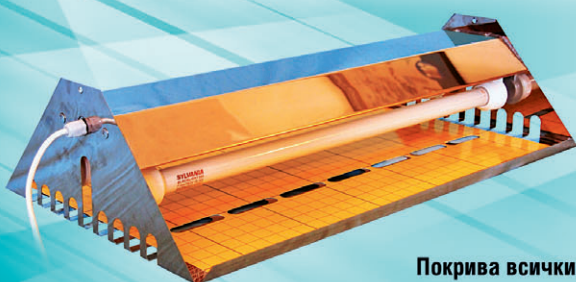


РБС



# Light SPIDER IP65 INOX

## най-добрият помощник в борбата с насекомите



**Инсектицидна лампа, разработена специално за нуждите на производствени предприятия в областта на хранително-вкусовата промишленост. Без аналог на пазара.**

Покрива всички европейски стандарти:

- изработена е от неръждаема стомана, по стандарт IP65;
- покрити с фолио удароустойчиви тръби за опасни и чувствителни области;
- високоефективни UV пури със защитно фолио BL 368-18 W FEP Sylvania;
- проектирана за работа с едностранна лепилна плака, прорязан тип с жълто покритие за по-добро привличане на насекомите;
- притежава сертификати от изпитване по всички европейски изисквания за безопасност.

Предлага се стандартно с две пури по 18 W (ефективен обхват от 120 м<sup>2</sup>). Могат да се заменят с 2 x 36 W, което ще доведе до площ на покритие около 240 кв.м.



Официален вносител за България:  
Гарант пест контрол - 1202 София, бул. „Сливница“ 213Б  
тел.: 02 831 90 73, 02 831 48 96.

[www.garantpest.com](http://www.garantpest.com)

**ГАРАНТ**  
ПЕСТ КОНТРОЛ





PBC

# Стратегията ОТ ФЕРМАТА ДО ТРАПЕЗАТА



В сърцевината на  
Европейския  
зелен пакт

**За справедлива, здравословна и  
екологосъобразна продоволствена система**

Институт за агростратегии и иновации,  
по материали на Европейската комисия

*Стратегията „От фермата до трапезата“, представена от Европейската комисия на 20 май т.г., е част от пакета документи, чрез които на практика ще се прилага Зеленият пакт - основният документ, който чертае пътя, по който до 2050 г. Европа трябва да се превърне в първия неутрален по отношение на климата континент.*

*По своята същност Стратегията „От фермата до трапезата“ представлява стратегически документ, в който се посочва полити-*



на стр. 9



*ческият ангажимент на ЕК по отношение на селското стопанство и по-специално по отношение на създаването чрез законодателни и незаконодателни инициативи на една по-устойчива и стойностна хранителна верига, която да бъде в хармония с околната среда.*

*Водещата роля при изготвяне на този стратегически документ е на комисаря по здравеопазване и безопасност на храните Стела Кириакидес, докато комисарят по земеделие и развитие на селските райони Януш Войчеховски и неговите служби ще подпомагат изпълнението ѝ, като дефинират как селскостопанският и хранително-вкусовият сектор може да подобри устойчивостта на производството на храни в цялата хранителна верига, включително чрез биологично производство.*

Преходът към устойчиви продоволствени системи представлява и **огромна икономическа възможност**. Очакванията на гражданите търпят развитие и са движеща сила за значителна промяна на пазара на храните. Това е възможност за земеделците, рибарите, производителите на аквакултури, както и за **преработвателите на храни и доставчиците на услуги в сектора на храненето**.

Ясно е, че преходът не може да се осъществи без промяна в **начина на хранене на хората**. Важно да се предприемат действия и за промяна в моделите на потребление и за **намаляване на разхищението на храни**.

Стремжът към по-строги изисквания за устойчивост в продоволствена система на Европейския съюз следва да се съпровожда от политики, които спомагат за **пови-**

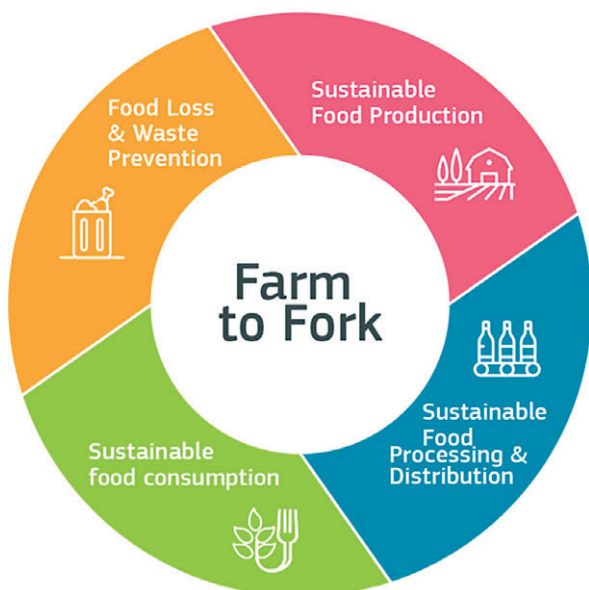
**шаване на стандартите в световен мащаб**, за да не се допусне изнасяне на неустойчиви практики.

Целта на Европейската комисия със стратегията е постигане на устойчива продоволствена система, която да допринесе значително за постигането на заложените в Зеления пакт цели по отношение на климата и околната среда, като същевременно **ще повиши доходите на първичните производители** и ще засили **конкурентоспособността** на ЕС. Стратегията би трябвало да подкрепя прехода, като поставя акцент върху новите възможности както за гражданите, така и за операторите в областта на храните.

### Гарантиране на продоволствена сигурност

В рамките на стратегията „От фермата до трапезата“ ЕК ще продължи да следи отблизо продоволствена сигурност, както и конкурентоспособността на селските стопани и операторите в областта на храните.

Европейската комисия ще засили координацията за **обща европейска реакция при кризи**, засягащи продоволствените системи, за да гарантира продоволствена сигурност и безопасността на храните, да укрепить общественото здраве и да смекчи социално-икономическото въздействие в ЕС на тези кризи.





Въз основа на извлечените поуки Комисията ще направи оценка на гъвкавостта на продоволствената система и ще разработи **план за действие при извънредни ситуации за гарантиране на доставките на храни и продоволствената сигурност, който да се използва по време на криза.**

### Насърчаване на устойчиви практики при преработката на храни

Хранително-вкусовата промишленост и търговията на дребно следва да дават пример чрез увеличаване на наличността и достъпността на избор на здравословни и произведени по устойчив начин храни с цел намаляване на общия отпечатък върху околната среда, оставян от продоволствената система. За да насърчи това, Комисията ще разработи **кодекс на ЕС за поведение за отговорни стопански и маркетингови практики**, придружен с рамка за наблюдение и разработен с участието на всички заинтересовани страни.

За ЕК е важно предприятията и организациите в областта на храните да поемат ангажименти за конкретни действия по отношение на здравето и устойчивостта, като обръща особено внимание на:

- промяната на състава на хранителните продукти в съответствие с насоките за здравословен и устойчив начин на хранене;
- намаляване на отпечатъка им върху околната среда и потреблението на енергия чрез прилагането на енергийно ефективни практики;

- адаптирането на маркетинговите и рекламните стратегии, като се вземат предвид нуждите на най-уязвимите;
- гарантирането на това, че кампаниите в областта на цените на храните не вредят на начина, по който гражданите възприемат стойността на храната;
- намаляване на опаковките в съответствие с новия План за действие относно кръговата икономика.

Комисията ще наблюдава изпълнението на тези ангажименти и ще обмисли законодателни мерки, ако отбелязваният напредък не е достатъчен. Комисията също така подготвя инициатива за подобряване на **рамката за корпоративно управление**, като включва изискване предприятията от хранително-вкусовата промишленост да интегрират устойчивостта в корпоративните си стратегии. Комисията също така ще проучи възможности за улесняване на преминаването към по-здравословни начини на хранене и за стимулиране на промяната на състава на продуктите, включително чрез установяване на профили на **хранителните съставки** с цел ограничаване на популяризирането (чрез хранителни или здравни претенции) на храни с високо съдържание на мазнини, захари и сол.



Комисията ще предприеме действия за разпространение и насърчаване на методи за устойчиво производство, методи за производство, които са с по-голяма социална отговорност, и **кръгови бизнес модели** при преработката на храни и търговията на дребно с храни, включително специално за МСП, в синхрон с целите и инициативите, предложени в новия План за действие относно кръговата икономика. С поставянето на начало на кръгова и устойчива биоикономика на ЕС се предлагат бизнес възмож-



ности, които са свързани например с оползотворяването на хранителните отпадъци.

**Опаковките на храните** играят ключова роля за устойчивостта на продоволствените системи. Комисията ще преразгледа законодателството относно материалите, предназначени за контакт с храна, за да повиши безопасността на храните и да подобри общественото здраве, ще подкрепи използването на иновативни и устойчиви решения за опаковки чрез използване на щадящи околната среда, пригодни за повторна употреба и за рециклиране материали и ще допринесе за намаляване на разхищението на храна. Освен това в рамките на инициативата за устойчивите продукти по Плана за действие относно кръговата икономика тя ще работи по законодателна инициатива в областта на услуги в сектора на храненето във връзка със заместването на опаковките и приборите за хранене, които са за еднократна употреба, с пригодни за повторна употреба.

И не на последно място, Европейската комисия ще преразгледа **пазарните стандарти**, за да бъде предвидено навлизане и предлагане на произведени по устойчив начин селскостопански продукти и продукти от риболов и аквакултури и да бъде укрепена ролята на критериите за устойчивост, като вземе предвид възможното въздействие на тези стандарти върху загубата и разхищението на храна. Успоредно с това тя ще укрепи законодателната уредба относно **географските указания** и по целесъобразност ще включи специални критерии за устойчивост.

Освен това, с оглед на укрепването на гъвкавостта на регионалните и местните продоволствени системи, за да бъдат създадени по-кратки вериги на доставка, Комисията ще подкрепи **намаляването на зависимостта от транспортиране на дълги разстояния**.

## Насърчаване на устойчивото потребление на храна

Според Европейската комисия настоящите модели на **потребление на храна** са не-

устойчиви както от гледна точка на здравето, така и от гледна точка на околната среда.

В ЕС средният прием на енергия, червено месо, захари, сол и мазнини продължава да надвишава препоръчителните стойности, а същевременно консумацията на пълнозърнести храна, плодове и зеленчуци, бобови храна и ядки не е достатъчна.



От решаващо значение е до 2030 г. да се обърне тенденцията за нарастване на дела на хората с наднормено тегло и затлъстяване в ЕС. Предлагането на ясна информация, която улеснява потребителите да предпочетат устойчиво и здравословно хранене, ще е от полза за здравето и качеството им на живот и ще намали разходите, свързани със здравеопазване. За да се **даде възможност на потребителите** да правят информиран избор на здравословна и произведена по устойчив начин храна, Комисията ще предложи **хармонизирано задължително етикетирание за хранителната стойност върху лицевата страна на опаковката и ще обмисли предложение за разширяване на изискването за задължително посочване на произхода или мястото, от което идват някои продукти, като същевременно вземе под внимание всички аспекти на въздействието върху единния пазар**.

Комисията също така ще проучи начините за хармонизиране на доброволните претенции за екологосъобразност и за създаване на уредба за етикетирание във връзка с **устойчивостта** в синхрон с други инициативи в тази област, която да обхваща хранителните, климатичните, екологичните и социалните аспекти на хранителните продукти. Комисията също така **ще проучи**

на стр. 12



PBC



**нови начини за представяне на информацията на потребителите с други средства, включително цифрови, за да се подобри достъпността на информацията за храните, по-специално за лицата с увредено зрение.**

За да се подобри ситуацията с **наличието и цените** на храни, произведени по устойчив начин, и да се насърчи здравословният и устойчив начин на хранене в заведенения сектор, Комисията **ще набележи най-добрия начин за определяне на минимални задължителни критерии за обществени поръчки за храни, произведени по устойчив начин.** Това ще помогне на градовете, регионите и публичните органи да изпълнят своята роля, като снабдяват училищата, болниците и обществените институции с храни, произведени по устойчив начин, и ще даде тласък и на устойчивите селскостопански системи, като например биологичното земеделие. Комисията ще даде пример и ще укрепи стандартите за устойчивост в договорите за услуги в областта на храненето за собствените си столове.

Предлагането на **данъчни стимули** също така следва да даде тласък на прехода към устойчива продоволствена система и да насърчава потребителите да избират устойчив и здравословен начин на хранене.

**Предложението на Комисията относно ставките на ДДС (в процес на обсъждане в Съвета) би позволило на държавите членки да използват по-целенасочено ставките, например в подкрепа на биологичното производство на плодове и зеленчуци.**

Данъчните системи на ЕС следва също така да имат за цел да гарантират, че цената на различните храни отразява действителните разходи за тях по отношение на



използването на изчерпаеми природни ресурси, замърсяването, емисиите на парникови газове и други външни екологични фактори.

## Намаляване на загубата и разхищението на храни



Справянето със загубата и разхищението на храни е от ключово значение за постигането на устойчивост. Намаляването на разхищението на храни води до икономии за потребителите и операторите, а оползотворяването и преразпределянето на хранителни излишъци, които иначе биха били пропилени, имат важно социално измерение. Това също така има връзка с политиките за оползотворяване на хранителни вещества и вторични суровини, производството на фуражи, безопасността на храните, биологичното разнообразие, биоикономиката, управлението на отпадъците и енергията от възобновяеми източници.

**Комисията се ангажира до 2030 г. да намали наполовина разхищението на храни на глава от населението на равнище търговия на дребно и потребители.** С помощта на новата методика за измерване на хранителните отпадъци и на данните, които се очакват от държавите членки през 2022 г., тя ще определи базова линия и ще предложи правно обвързващи цели за намаляването на хранителните отпадъци в ЕС.

Комисията ще включи въпросите за предотвратяването на загубата и разхищението на храни в други политики на Европейския съюз. Неправилното разбиране и неправилната употреба на **маркировката на срока** („използвай преди“ и „най-добър до“) водят до разхищение на храни. Комисията ще преразгледа правилата на ЕС, за да вземе под внимание проучването сред потребителите. Освен с количественото определяне на хранителните отпадъци Комисията ще се

на стр. 13



PBC



заеме и с въпроса за загубата на храни на етапа на производството им и ще проучи начините за нейното предотвратяване. **Координирането на действията** на равнище ЕС ще даде тласък и за действията на национално равнище, а препоръките на Платформата на ЕС по въпросите на загубата и разхищението на храни ще спомогнат да се дадат насоки за всички участници.

## Борба с измамите с храни по веригата за доставки на храни

Измамите с храни застрашават устойчивостта на продоволствените системи. Така потребителите се заблуждават и не могат да правят информиран избор. Тези измами застрашават безопасността на храните, лоялните търговски практики, гъвкавостта на пазарите на храни и в крайна сметка - единния пазар. **Ето защо от решаващо значение е да има политика на нулева толерантност с ефективни възпиращи мерки.** Комисията ще активизира борбата с измамите с храни, за да се постигнат равнопоставени условия за операторите и да се укрепят правомощията на контролните и правоприлагащите органи. Тя ще работи съвместно с държавите членки, Европол и други органи и ще използва данните на ЕС относно проследимостта и сигналите, за да се координира по-добре борбата с измамите с храни. Тя също така ще предложи по-строги възпиращи мерки и по-стриктен контрол на вноса и ще проучи възможността за укрепване на капацитета за разследване и координация на Европейската служба за борба с измамите (OLAF).

## Осигуряване на възможността за преход

Комисията ще осигури специално разработени решения, за да помогне на **малките и средните предприятия** за преработка на храни и на малките оператори на продажба на дребно и на услуги в сектора на храненето да развият нови умения и бизнес модели, като същевременно избегнат допълнителни административни тежести и разходи. **Тя ще предостави насоки на търговците на дребно, преработвателите на храни и доставчиците на услуги в сектора на храненето**

**относно най-добрите практики за устойчивост.**

Мрежата Enterprise Europe ще предоставя на МСП консултантски услуги по въпросите на устойчивостта и ще се насърчава разпространението на най-добри практики. Комисията също така ще актуализира своята **програма за умения**, за да се гарантира, че за продоволствената верига има достатъчно работна ръка с необходимите умения.

## Какво предстои на ниво ЕС и в България?

От процедурна гледна точка стратегията в качеството си на документ, съдържащ политически насоки, няма да бъде формално приет от Съвета и Европейския парламент. Тъй като обаче този документ ще служи като основание на Европейската комисия да изготви и представи съответните законодателни изменения, чрез които да се постигнат заложените в него цели, той се представя пред двата съзаконодателя за обсъждане. Целта е всеки от тях да приеме своя политическа позиция (Заклучения във формата на Съвет на министрите и Резолюция в ЕП), с която да даде сигнал на Европейската комисия кои от идеите и до каква степен, целите и начините за тяхното постигане са приемливи за тях. Едва след като се запознае с политическите насоки на двата съзаконодателя, Европейската комисия ще представи и самите законодателни предложения. С оглед структуриране на политическата дискусия обаче в приложението към стратегията ЕК е посочила плана за действие с конкретен времеви график за постигане на заложените в нея цели.

За съжаление, времевият период, в който беше представена стратегията, съвпада с края на преговорния процес по създаване на законодателната рамка за прилагането на Общата селскостопанска политика след 2020 г. Към настоящия момент, по информация на Европейската комисия, държавите членки са в един напреднал стадий на подготовка на техните стратегически планове. Една нова промяна в законодателния пакет за ОСП ще доведе със сигурност до допълнително забавяне на прилагането на тази

на стр. 14



PBC





политика с поне още една година, като **очакваното стартиране няма да бъде от 2022 година, а може би от 2023 г.** С цел да се избегне едно такова забавяне, заедно с пакета документи към стратегията, Европейската комисия представи свой работен документ, в който прави анализ на връзките между предложената през 2018 г. реформа на Общата селскостопанска политика и Зеления пакт. На база този анализ ЕК заяви, че **няма да предлага промени в ОСП, защото предложената реформа напълно се препокрива с изискванията и целите на Зеления пакт и в частност на Стратегията „От фермата до трапезата“.** Вследствие на това, първата незаконодателна инициатива на ЕК, свързана с бъдещото прилагане на тази стратегия, е в периода октомври - декември 2020 г., преди държавите членки официално да представят своите стратегически планове, а **Комисията да отправи препоръки към всяка една от тях по деветте конкретни цели на ОСП, което се очаква през четвъртото тримесечие на 2020 г.**

Специално внимание ще бъде обърнато на изпълнението на целите на Зеления пакт, както и на целите, произтичащи от Стратегията „От фермата до трапезата“ и Стратегията за биологичното разнообразие за 2030 г. Европейската комисия ще поиска от държавите членки да определят ясно изразени национални стойности за посочените цели, като вземат под внимание конкретната си ситуация и дадените от нея препоръки. Въз основа на тези стойности в своите стратегически планове дър-

жавите членки ще трябва да набележат какви са необходимите мерки, които ще приемат.

**Всички представени до момента основни параметри на Стратегията „От фермата до трапезата“ следва да намерят своето място в българския Стратегически план за ОСП.**

За съжаление, по отношение на Стратегическия план, чрез който ще се прилага ОСП в България за следващия програмен период, дискусията и съответните подготвителни действия са в една начална и доста мъчителна фаза, тъй като работата на Тематичната работна група за разработване на Стратегическия план за ОСП на България (ТРГ) е неструктурирана и със сериозно забавен график, както и с недостатъчна прозрачност.

В състава на Тематичната работна група ([https://www.mzh.government.bg/media/filer\\_public/2020/04/02/zapoved\\_rd09-216\\_ot\\_26022020\\_2-1.pdf](https://www.mzh.government.bg/media/filer_public/2020/04/02/zapoved_rd09-216_ot_26022020_2-1.pdf)) също така липсват представители на преработвателната промишленост. Към момента са изготвени единствено съответните SWOT анализи, макар и неокончателно приети, изготвени са проекти на идентифицирани потребности по деветте стратегически цели на ОСП, но дискусия по тях тепърва предстои. Липсва каквато и да е дискусия на Стратегията „От фермата до трапезата“ в България, както в рамките на ТРГ, така и в рамките на специални форуми за обсъждане на Стратегията „От фермата до трапезата“.

**С настоящата публикация Институтът за агростратегии и иновации цели да събуди активността на участниците от хранително-вкусовия сектор и да ги призове да станат част от процеса по изготвяне на стратегическия план, който до голяма степен ще определи бъдещето на производството на храни в България.**





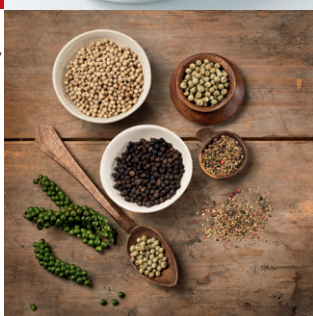
## БЪРЗИНА, КАЧЕСТВО, КОРЕКТНОСТ

София 1138, кв. „Горубляне“, ул. „Люляк“ 9;  
тел./ факс: 02 974 5001, 02 974 50 28; GSM: 0888 915 249, 0887 989 830, 0888 560 120  
e-mail: teatrading@abv.bg; www.teatrading.eu

ТЕА Трейдинг е новаторски партньор за гъвкави и индивидуални решения

Ние търсим най-доброто за всеки отделен клиент.

Мрежи за месо, полуфабрикати, салами и шунки



## WIBERG®

Подправки и подправъчни смеси, добавки, панировки, маринати за месната промишленост

Удължена трайност, красив външен вид, изискан вкус, чист продукт - това е философията на австрийската фирма WIBERG, чиито единствен дистрибутор на българския пазар е ТЕА Трейдинг.

WIBERG и ТЕА Трейдинг близо 20 години са коректни партньори на българските месопереработватели.



Плетени еластични обвивки и мрежи. Различни форми, лесно белене.

Витрини за зреене на месо



**DRY AGER**  
SUPERIOR BEEF

Вече има по-лесен начин за узряване на телешко месо.

Витрината за зреене на месо Dry Ager е подходяща за ресторанти, търговци, месопереработватели, както и за домашни условия.

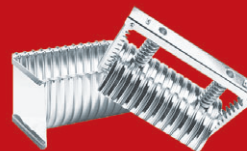
Инфрачервени електрически грилове за стекове

**ASTEUS**  
Willy

Подходящи за всяка кухня, градина, балкон



Метални форми за шунки



## Семинари

Организиране на семинари в чужбина за обучение на българските специалисти и предприемачи.

## Уоркшопи

Индивидуални фирмени уоркшопи с цел разработване на асортиментна концепция с доказан пазарен успех.

[www.teatrading.eu](http://www.teatrading.eu)

# ПАЗАРЪТ НА ТРУДА

## се нуждае от всички



**Трябва ли да „отпишем“ по-възрастните работници и служители и как прилагането на междупоколенческия подход може да „сближи“ различните поколения на работното място?**

**Накежда Димитрова**, експерт  
Национален център за оценка на компетенциите

*Наред с глобализацията и развитието на технологиите, застаряването на населението е едно от най-големите социални и икономически предизвикателства, пред които е изправен Европейският съюз.*

*Застаряването на населението и намаляването на работната сила засилва риска от спад в икономическия растеж.*

*Застаряването на населението води до повишаване на неговата средна възраст, която от 40.4 години през 2001 г. достига 43.6 години в края на 2017 година. Ако тази тенденция продължи, средната възраст на населението в България през 2040 година ще доближава 50 г., а дялът на заетите на възраст над 55 г. ще съставлява 35% - 40% от работната сила.*





## Да поговорим за качеството и продължителността на трудовия живот

Според проведени изследвания на Българска стопанска камара се очертава недвусмислено **загълбочаване на тенденцията към застаряване** на всички сектори с висок дял на заетите над 55 г.

При все по-изострящия се дефицит на работна сила **пазарът на труда не може да си позволи лишаването от потенциала на възрастните работещи**. Налагат се неотложни действия за повишаване на качеството и продължителността на трудовия живот.

В този контекст, в края на миналия век под въздействие на множество документи на международно, европейско и национално ниво бяха регламентирани параметрите и се наложиха концепциите за „**управление на възрастта**“ (age management), „**активно стареене**“ (active aging) и „**сребърна икономика**“ (silver economy).

### Управление на възрастта

Във възприетото разбиране за „управление на възрастта“ се подчертава, че свързаните с възрастта фактори следва да се вземат предвид във връзка с условията на труд и текущото управление, включително организацията на работата и разпределението на индивидуалните работни задачи, така че всеки работник, независимо от възрастта си, да чувства, че е в състояние да осъществи своите лични и корпоративни цели.

### Активно стареене

Концепцията и програмите, свързани с „активното стареене“, визират множество мерки и инициативи, водещи до облекчаване на прехода между поколенията, оптимизиране на възможностите за работа на всички възрасти с добро качество, продуктивни и здравословни условия на труд, укрепване на културата на отговорност, ангажираност, уважение и достойнство на всички работни места, където всички работници се оценяват като важни, независимо от възрастта.

### Сребърна икономика

Понятието „сребърна икономика“ се наложи във връзка с инициативите за развитие на икономика, ориентирана към „сребърното поколение“, което от една страна е потребител, а от друга - производител на стоки и услуги.

Изследваните практики в редица европейски страни показват, че държавите с традиции в областта на социалния диалог предлагат гъвкави и иновативни решения за **загържане на пазара на труда на по-възрастните работници**.

## Кои са четирите поколения работна сила



През 2019 г. Българска стопанска камара съвместно със социалните партньори стартира изпълненото на проект, свързан с предприемането на действия за адаптиране на работната среда към специфичните възрастови потребности на различните генерации с цел насърчаване на по-дълъг трудов живот и способност за работа. В рамките на проекта бяха проведени редица **изследвания, според които на пазара на труда в България присъстват четири обособени поколения работна сила:**

- **поколение Z** - работници и служители на възраст 18 - 26 години, родили се в периода 1993 г. - 2001 г.;
- **поколение Y** - работници и служители на възраст 27 - 39 години, родили се в периода 1980 г. - 1992 г.;



- **поколение X** - работници и служители на възраст 40 - 54 години, родили се в периода 1965 г. - 1979 г.;
- **поколение Т** - работници и служители на възраст 55 - 65 и повече години, родените преди 1964 година.

## Формиране на поколенческата идентичност

Под **поколение** (генерация) се разбира съвкупност от хора в близка възраст и жизнен етап, които споделят обща история, повлияни са от конкретни ценности и идеи, живели са в конкретни обществени условия и събития. Общата история (колективната историческа съдба), доминиращите ценности, възприетите ролеви модели и норми на поведение, икономическите и културни условия на средата формират специфични черти, които в своята съвкупност се наричат **поколенческа личност**. Тези черти са групови, характерни за повечето представители на съответното поколение. Проявяват се преди всичко в социален контекст и във взаимодействието между хората в социалната среда.

Характеристиките на поколенческата личност не са строго персонални, т.е. интензитетът на тяхното проявление варира в различна степен при различните индивиди в рамките на една генерация.

Основна роля в процеса на формиране на поколенческата идентичност имат два социални феномена:

- **иконите** - личности, събития, постижения, места или неща, които стават отправни точки, еталони за развитието на конкретна генерация;
- **условията** - силите, които действат в средата, когато отделното поколение съзрява, т.е. контекстът на социалната среда, в която то се развива.

След като въздействат върху живота и преживяванията на всяко различно поколение, тези икони и условия оформят специфичния „ъгъл на зрение“, светоглед и идентичните поколенчески характеристики.



В своето развитие всички ние преминаваме през определени възрастови етапи, които ни изправят пред аналогични събития и ситуации. Но различните поколения подхождат към житейските събития и проблеми по съвършено различен и учудващо несъпоставим начин.

**Поколенчески профил** е конфигурация от последователно и логично структурирана информация за чертите на „поколенческата личност“. Той описва спецификата в нагласите, ценностите, мотивите и мисленето на съответната група хора в близка трудоспособна възраст, израснали и достигнали зрялост в обособен времеви период (отрязък от време) под влиянието на споделена обща история и социокултурна среда, който е обект на изучаване с оглед на въздействие и формиране на адекватни политики в управлението на човешките ресурси.

## Поколенческите профили на работната сила в България

Изследването на БСК предоставя **изчерпателно описание на поколенческите профили на четири поколения работна сила в България** в рамките на следната структура и логическа последователност:

- наименование и времеви граници на поколението;
- културно-исторически и социален контекст;

- доминиращи ценности;
- мотивация в работата;
- нагласи към предприятието и ръководителите;
- отношение към новите технологии;
- адаптивност към промяната;
- нагласи към обучение и усъвършенстване;
- нагласи към общуване с хора от други поколения;
- работоспособност и отношение към работата и условията на труд;
- нагласи към пенсионирането.

Пълните профили на четирите поколения в България можете намерите на уеб сайта: <https://activeageing.bia-bg.com/bg/analyses/generations/>

**Резултатите от изследванията на Българска стопанска камара показват, че представителите на четирите поколения имат известни сходства, но и открояващи се, все по-загълбочаващи се различия по отношение на своите потребности, ценности, мотивация, очаквания, нагласи, поведенчески модели и отношение към труда. Те имат различно разбиране и отношение към случващото се, към миналото и към бъдещето.**

Различните поколения се стимулират и мотивират по различен начин. Единните, общовалидни фирмени системи и възгледи за мотивация и стимулиране на персонала вече не са ефективни. Всяко поколение гържи на определен вид стимули в работата, възприема въздействието им по различен начин и е склонно да мобилизира трудовия си потенциал и енергия също по различен начин. Налага се трансформация на HR отделите в звена, които поставят служителя в центъра.



**Дефинираните четири поколения работна сила в България въпреки различията си трябва да работят заедно.**

## Моделите на управление се нуждаят от адаптация и осъвременяване

Застаряването на населението поставя и въпроса за справедливостта и **равното третиране на поколенията**. За съжаление в България е налице недостатъчна информираност за застаряването, има установени предразсъдъци и закостенели схващания в обществото по отношение на особеностите, силните и слабите страни на хората от различните поколения. Все още много мениджъри или нямат никаква представа, или пък се питат: „И с това ли трябва да се занимаваме? Защо ни е да управляваме многообразието?“

Постоянната промяна и предизвикателствата, свързани с нея, както и проблемите в застаряването на работната сила поставят все по-настойчиво въпроса за **адаптиране на моделите на управление и приспособяването на различните поколения към променящите се условия на работното място**.

Все повече набира сила и още едно разбиране - **разнообразната работна сила може да повиши ефективността на компанията** в постигането на нейните цели. Управлението на многообразието повдига духа на работещите, мобилизира и насочва енергията, създава доверие, ценене и приемане, увеличава производителността, развива идентичност и стратегическо предимство на организацията.

Опирайки се на по-доброто разбиране на **остаряването като възможност**, предприятията, прилагащи проактивните подходи, са в състояние да максимизират индивидуалните възможности и да подпомогнат приемствеността между поколенията. В най-ефективната си форма дейността по **управление на възрастта се основава на подход, вземащ под внимание целия жизнен път и създава равни възможности за всички поколения**.





## Междупоколенческият подход - в интерес на общата работа

Поколенческият сблъсък на работното място може да е източник както на конструктивна, така и на деструктивна енергия. За съжаление, често не се дооценява, че именно натрупаната деструктивна енергия може да причини множество проблеми на организацията.

Успешният екип не означава, че поколенията трябва да се изолират едно от друго. Няма универсален критерий, по който да се съди за предимствата на едно поколение пред друго. По-същественото е **да се съобщаваме с особеностите на всяко поколение и да ги използваме в интерес на общата работа**. Иначе казано, да прилагаме т.нар. **междупоколенчески подход**.

Познаването на поколенческите различия е **показател за управленска компетентност**. Но в практиката сме свикнали да съ-

дим за нечие поведение през призмата на собствените си възгледи, от позицията на собственото си поколение.

Ефективните мениджъри трябва да се научат да мислят „без възраст“, да свалят „очилата на своето поколение“, да станат по-чувствителни към другите и да се научат да ги разбират, като не позволяват на собствените нагласи, предразсъдъци и пристрастия да им влияят.

Колкото по-добре се разбира уникалната комбинация от фактори, които задвижват отделните поколения, толкова по-добре ще се интегрират усилията за постигане на целите.

**Управлението на възрастовото многообразие е системен, насочен към бъдещето управленски и комуникационен процес на приемане и използване на поколенческите различия и сходства като корпоративен актив и потенциал на организацията, създаващ висока добавена стойност и конкурентно предимство.**

***Работното място не принадлежи само на едно поколение. Управлението на възрастовото многообразие, прилагането на холистичен подход и използването на предимствата на всяко поколение в интерес на работата е новата важна отличителна черта в ефективното лидерство и ключова необходимост за постигането на организационно съвършенство.***



# **INTRAMA** интегрира индустриални работи в комплексни решения за автоматизация на процесите за опаковане на продукти в ХВП.

Предлагаме комплексни и ефективни роботизирани решения за опаковане на различни по вид продукти във всички етапи на производството:

- формиране на единична порция
- зареждане в опаковаша машина
- първично опаковане в търговска опаковка
- етикетиране
- инспекция
- пакетиране в транспортна опаковка
- палетизиране

Всички разработки са максимално адаптирани към конкретните производствени условия. Съответстват на изискванията за контакт с хранителни продукти и издържат на неблагоприятната работна обстановка – температура, влага, солни, алкални и киселинни изпарения.

Интегрирането на работи води до постигане на по – висока скорост и прецизност, намалено влияние на субективния фактор и подобрена хигиена. С въвеждане на автоматизацията в производството, екипите за управление разполагат с пълна и актуална информация. С навременни мерки могат да осъществят целенасочен контрол за увеличаване на производителността и качеството и редуциране на брака и аварийните ситуации. Това, предполага ниска себестойност на продукцията и дава добър шанс на производителите да бъдат конкурентноспособни на пазара.



## **INTRAMA** *robIN*

- Завършено функциониращо решение за крайния клиент, съобразено с конкретните технологични изисквания и производствена среда
- Адаптивност по отношение на разнообразието на обработваните продукти
- Интегриран индустриален делта робот Fanuc M-2iA, пригоден за приложение в ХВП.
- Висока скорост и ефективност
- Хигиеничен дизайн на конструкцията
- Безопасна и удобна работа на операторите
- Синхронизация с различни периферни машини
- Дистанционна поддръжка

[www.intrama-bg.com](http://www.intrama-bg.com)



Atlas Agro Science е победителят  
в българския финал на

# EIT Food Innovation Prizes



РБС

5000 евро, участие в големия международен финал  
и безценно менторство и контакти очакват  
най-обещаващия стартъп в агро-храните у нас тази година

**Atlas Agro Science се класира на първо място и получи 5 хиляди евро** от наградния фонд на първото по рода си състезание EIT Food Innovation Prizes в България, което се провежда онлайн на 24 юли. Стартиращата компания се класира за Grand Final на състезанието за стартъпи в агро-хранителната верига, който ще се проведе през есента тази година. На европейския финал **Atlas Agro Science** ще се състезава с победителите от 16 други държави, които ще се борят за наградния фонд от 50 хиляди евро.

Иновации в управлението на отпадъците и земеделието чрез кръгова икономика е в същността на работата на екипа на стартиращата компания, която търси иновативни решения, свързани с използването на възобновяеми биологични източници чрез включване на кръговата икономика.

Усилията на стартъпа са насочени към решаване на значителен екологичен проблем, а именно - увеличаващите се количества утайки от отпадъчни води от пречиствателни станции да бъдат използвани и

превърнати в безопасен ресурс за селското стопанство. Със своя продукт Atlas Agro Science се стреми да подобри здравето на хората, околната среда и доверието по агро-хранителната верига.

**Втора награда в размер на 3 хиляди евро спечели Unmanned Systems Bulgaria** с напълно цифровизирана, автоматизирана система за управление на безпилотен трафик.

**С трета награда на стойност 1000 евро журито на EIT Food Innovation Prizes отличи екипът на Zero Wave** - стартираща компания, която произвежда 100% биоразградими съдове и прибори за хранене.

**Победителят Atlas Agro Science** спечели и симпатиите на зрителите, наблюдаващи оспорваната надпревара, за което получи и специалната **Награда на публиката** в размер на 2000 евро.

Състезанието между осемте обещаващи финалисти на Наградите за иновации на EIT Food беше организирано от Института за

на стр. 23





агрокстратегии и иновации - EIT Food Hub Bulgaria и позиционира България като силен играч сред 17-те страни от Югоизточна Европа в иновациите в храните.

Разнообразният профил на експертите от журито, покриващ всичко необходимо за безпристрастната и компетентна оценка на една бизнес идея, държеше нащрек кандидатите по време на Q&A сесията след всяка презентация и в крайна сметка беше решаващ за оценките.

С отговорната и нелека задача да решат кой заслужава да влезе в призовата тройка, бяха ангажирани **Милен Иванов** - Venture Capital инвеститор, основател на CEO Angels Инвестиционен клуб и ко-директор във Founder Institute; **Роси Мимова** - основател на първия онлайн фермерски пазар в България farmhopping.com, а в момента коуч на млади стартапи, и **доц. д-р Величка Гочева** - университетски преподавател в катедра „Биотехнология“ и Центъра за обучение по качество и безопасност на храните към Университета по хранителни технологии - Пловдив.

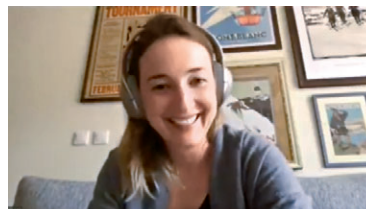
Вдъхновяваща част от българския финал на EIT Food Innovation Prizes беше презентацията на ключовия лектор Marc Bolard,

съосновател на иновативната компания NASECOMO.

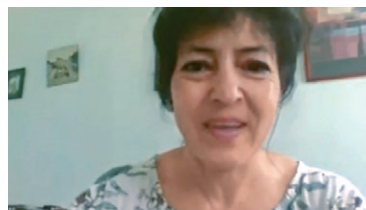
журито



Милен Иванов



Роси Мимова



доц. д-р Величка Гочева



## Накратко за EIT FOOD

**EIT Food** е паневропейско партньорство с ориентиран към потребителите подход, който има за цел да подпомогне иноватори, предприемачи и студенти да разработват и развиват решения на предизвикателства, пред които е изправено обществото в световен мащаб, да ускорят развитието и внедряването на иновациите, да създават работни места и кариери и в крайна сметка да повишат конкурентоспособността на Европа. Като една от най-мащабните световни инициативи, свързани с храните, EIT Food иска Европа да поведе една глобална революция в производството и иновациите при храните. Целта на EIT Food е да промени начина, по който нашата храна се произвежда, доставя, консумира и рециклира и да създаде стабилен във времето и ефективен хранителен сектор, подкрепящ една устойчива и кръгова биоикономика.

**EIT Food** е част от Европейския Институт за Иновации и Технологии EIT и в своите действия прилага Регионалната Иновационна Схема (RIS) на EIT. RIS е обединяващата схема на EIT общността, която има за цел да допринесе за подсилването на иновациите в европейските държави и региони, които принадлежат към групата на „скромните и умерени“ иноватори, според разпределението, посочено в European Innovation Scoreboard.



PBC



# БИО храните мода или... перспективен бизнес?



**Д-р Стоилко Апостолов**

управител на фондация за биологично земеделие „Биоселена“

## Малко история

Биоземеделието се заражда през 30-те години на миналия век в няколко страни в Европа (Австрия, Швейцария, Франция, Германия) като алтернатива на започващата вече индустриализация и химизация в земеделските стопанства. Постепенно с годините движението се разраства и набира все повече последователи по целия свят.

Днес биофермите в света са 2,7 милиона и стопанисват 70 милиона хектара земеделска земя, а оборотът от търговията с биохрани през 2017 г. е бил 97 милиарда долара. Особено интензивно е развитието през последните 20 години, за сравнение ще дам същите показатели през 1999 г.: 0,2 млн. биоферми, 11 млн. хектара, 15,2 млрд. долара оборот. Три европейски страни са в началото на световната класацията по про-



на стр. 25



РБС





цент биологично сертифицирани земи спрямо общия размер на земеделската земя: Лихтенщайн (39,7%), Самоа (37,6%), Австрия (24%) и Естония (20%). Трите европейски страни с най-много биоплощи са Испания (2,1 млн. ха), Италия (1,9 млн. ха), Франция (1,7 млн. ха).

Как така от нишово и бутиково производство биоземеделството се превърна в отрасъл, който расте в пъти годишно; в земеделие, което се подпомага и насърчава от много правителства по света?

Първата и най-важна причина е доверието на потребителите. А на какво се дължи то? На ясно разписани правила за производство и независима система за контрол и сертификация. Когато потребителят си купува био кисело мляко с малини, той е сигурен, че в кофичката има кисело мляко, ягоди и захар, евентуално сок от био червено цвекло за цвят. Когато обаче си купува обикновено кисело мляко с малини има вероятност плодовете да са под 3%, да има като бонус свински желатин, модифицирано царевично нишесте, пектин, кармин и други хранителни „добавки“.

Втората важна причина е подпомагането, което много държави предоставят на биопроизводителите си заради ползите за околната среда, здравето на хората и по-справедливото разпределение на доходите, както и за осигуряване на заетост в селските райони. По-добрите цени за биопродуктите, съчетани с подпомагане от държавата стимулират много фермери да преминат към биопроизводство.

В Европейския съюз общи правила за производство има от 1991 г. (Регламент № 2092/91), но истинската крачка напред беше направена през 2007 година, когато беше приет нов регламент (№ 834/2007), с който се въведе общо европейско лого и законова защита на термините БИО, ЕКО и ОРГАНИК на всички езици в общността.



От 1 януари 2021 г. влиза в сила нов европейски регламент за биопроизводството, който въвежда нови елементи (групова



сертификация, стандарти за отглеждане на зайци и елени) и уеднаквява някои процедури (например действия при откриване на забранени вещества; мерки, които контролиращите лица да налагат и т.н.). За последните 30 години това е третата по-сериозна промяна в европейското биозаконодателство. Промените са обсъждани дълго време на различни нива и са умерени, плавни и с дълъг преходен период. Нищо революционно. Много голяма и важна промяна има при политиките за подкрепа.

В наскоро публикуваната стратегия на ЕС „От фермата до трапезата“ Европейската комисия си поставя за цел да подпомага политики, които да доведат до:

- намаляване с 50 % на употребата и рисковете от химични пестициди до 2030 година и намаляване с 50 % на употребата на по-опасните пестициди до 2030 г.;
- намаляване на употребата на торове с поне 20 % до 2030 г.;
- понижение с 50 % на продажбите на антимикробни средства за селскостопански животни и за аквакултури до 2030 г.;
- използване на 25 % от общата земеделска земя за биологично земеделие до 2030 година.

## Кога гойде биоземеделството в България и къде сме сега?

Първите лекции и опити започва проф. Каров в Аграрен университет - Пловдив през 1993 година. През 1996 г. започва голям 10-годишен проект за насърчаване на биоземеделството в България, финансиран от Швей-

на стр. 26



PBC





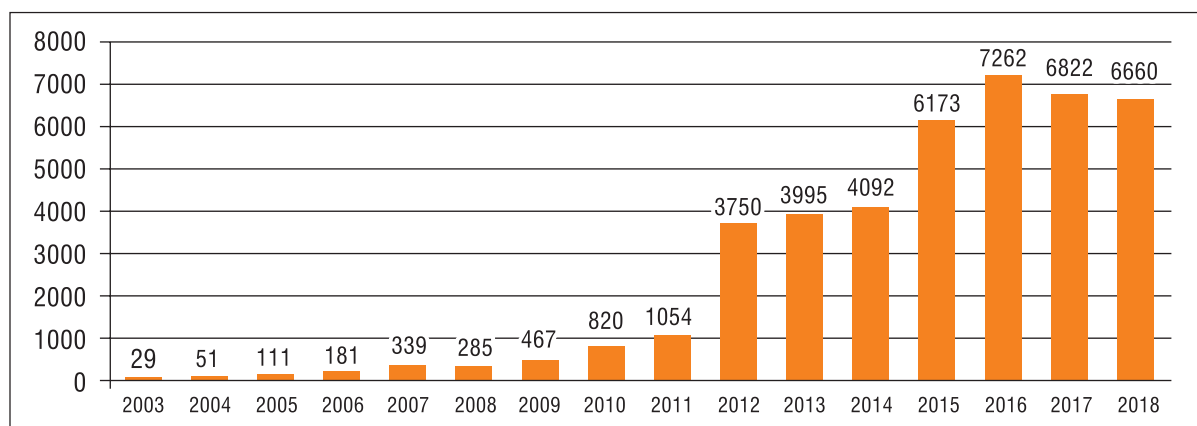


PBC

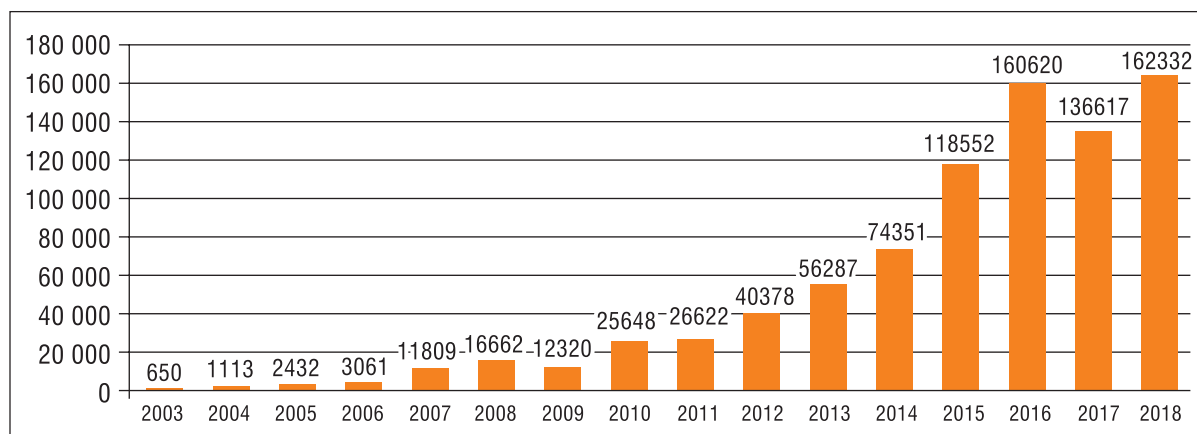
цария и изпълняван в България от Фондация „Биоселена“ и Научен институт за биологично земеделие FIBL. Първото ни биоизконодателство се появи през 2001 година с активното участие на неправителствения сектор и науката. Първите български биопродукти със сертификати се появиха през 2001 г., а от 2003 г. вече имахме български щанд на най-голямото световно изложение на биопродукти Био Фах, Германия. Първите специализирани биомагазини заработиха през 2005 - 2006 година, а след 2008-ма в дистрибуцията на биопродукти се включиха и търговските вериги (първо Била и Елемаг, постепенно и останалите).

След влизането на България в Европейския съюз през 2007 г. започнаха да се прилагат и мерки за подпомагане на биоизкоземелието. Вече два програмни периода (от 2007 г. до сега) биопроизводителите получават директно подпомагане на хектар / глава животинно / пчелно семейство по ос 2 на ПРСР. За последната година (2019) ДФЗ изплати 35,6 млн. лева на 3177 земеделски стопани по Мярка 11. Тези важни моменти в историята на българското БИО могат да се проследят в данните от двете графики, които отразяват броя на сертифицираните оператори и размера на сертифицираната биоизземя.

Сертифицирани оператори (производители, преработватели, търговци), бр.



Сертифицирана земя - общо, ха



## Колко и какви биопродукти се произвеждат у нас?

По данни за последната отчетена година (2018) в България са произведени следните по-големите групи култури:

- зърнени култури: 44 хил. т;
- протеинови култури: 32 хил. т;
- маслодайни култури: 13 хил. т;

- ароматни и медицински: 24 хил. т;
- свежи зеленчуци: 24 хил. т;
- плодове: 23 хил. т;
- ядки: 2,8 хил. т;
- грозде: 10 хил. т;
- пчелен мед: 3.2 хил. т.

Голяма част от произведените продукти от растениевъдството се изнасят на едро

на стр. 27

непреработени (пчелен мед, свежи плодове и зеленчуци, зърно, ядки) или след първична преработка: дестилация (маслодайна роза, лавандула); замразяване (малини и дребни плодове); сушене (диворастящи и култивирани гъби и билки).

Разрастването на българския пазар след 2008 година беше стимулирано първоначално от няколко традиционни български биохрана (сирене, кашкавал, кисело мляко, пчелен мед, сладка, конфитюри и зеленчукови консерви). Постепенно малки преработватели добавиха и други групи храни, няколко производители се специализираха в производството и доставката на свежи плодове и зеленчуци за българския пазар. Важни групи храни като хляб, колбаси, свежо месо и яйца българско производство почти изцяло липсват и се осигуряват от внос. Сравнително нова тенденция е производството на готови пакетирани храни (снаксове, сурови десерти, курабии, бисквити) от български компании. Суровините за тези продукти идват предимно от внос, а готовите продукти се изнасят в много държави в целия свят.

### Оценяват ли потребителите биологичните храни?

По наши проучвания, голямата част от потребителите в България познават качествата на биохраните и знаят основни неща за тях. Потребителите, които купуват биохрана, го правят, защото вярват, че те са:

- по-здравословни: 45%;
- по-вкусни: 21%;
- по-хранителни: 10%;



- вярват на производителя: 8%;
- по-устойчиви: 5%;
- не замърсяват природата: 5%;
- за тях се прилага хуманно отношение към животните: 2 %;
- други: 4%.

### Какви са тенденциите?



България като част от големия и отворен европейски пазар има много добри шансове за пазарна реализация на биохрана и напитки поне в следващите 10 години. Тенденцията е ясна и е заложена в европейската политика за храните. Как обаче да се ориентират българските земеделски производители и преработватели какво да произвеждат и къде да го предлагат е по-трудният въпрос.

Почти целият наличен човешки ресурс на Министерството на земеделието, храните и горите е ангажиран с административни задачи - надзор на контролиращите лица, вкарване и проверка на информация в новия биорегистър, изготвяне на различни доклади. Повечето време на браншовите организации също се губи в решаване на различни казуси, неплатени субсидии, обжалвания и дискусии, свързани основно с подпомагането.

Не омаловажавам темата изобщо - финансовото подпомагане е ключово за сектора, но щом отнема целия ресурс на организациите и администрацията, значи има нещо сбъркано. И щом всички форуми се свеждат до дискусия за получаване на подпомагане, то логично и цялото производство ще продължава да се ориентира там, където подпомагането е най-голямо, а производството - най-лесно.

на стр. 28



PBC



## Откъде да се започне?



На първо време от събиране на важната информация. В момента единствената информация, която се събира в България, идва от контролиращите лица и се обобщава от МЗХГ веднъж годишно. Описани са сертифицираните земи, животни, пчелни семейства и добитите от тях култури и суровини (напр. пшеница, слънчоглед, мляко, мед, месо). Преработката (с изключение на произведено месо, млечни продукти и аквакултури) не попада в статистиката, а всъщност това са храните, които хората купуват - напр. произведената в страната биопшеница е интересно да се знае колко е, но по-интересно е да знаем каква част се преработва тук, каква част се изнася, каква част изобщо не се продава като био. В същото време за продадените в магазините количества биобрашно, хляб, макаронени изделия не знаем нито колко са, нито какъв е произходът на суровините, с които са произведени, каква част са произведени у нас, каква част са вносни.

Събирането на информация за количествата и оборотите на произведените, продадените тук, внесените и изнесените биохрани и напитки е от ключово значение за планиране и управление на сектора. За съжаление вече 10 години нито една държавна агенция или служба не се наема да събира такава информация. За пазара на биохрани и напитки в страната, както и за реалното производство, преработка и износ на биохрани можем само да правим предположения на базата на публикации в медиите, интервюта с по-големите компании от сектора и чисто емпирично наблюдавайки предлагането на биохрани в специализираните магазини и търговските вериги.

Липсата на информация поражда много въпроси. Намалението в биоплощите и броя на сертифицираните оператори през последната година отразява ли се на продажбите на биохрани или по-малкото производство е заместено от внос? Може ли българският пазар да поеме повече биопродукти, ако се увеличи финансовата подкрепа и в следващите 5 години производството се удвои? Ами ако инвестираме в знания, умения и подходяща техника и българските биопроизводители започнат да произвеждат по 400 kg биопшеница от декар вместо сега декларираните 250\* kg? Има ли шанс български биосуровини и готови биохрани да се продават добре в ЕС? Какво друго освен субсидии са нужни, за да се случи това?



В момента екип на Министерството на земеделието, храните и горите, заедно с голяма Тематична работна група разработва основите на Стратегическия план на България за следващите 7 години. Биоземеделието по обясними причини ще бъде един от приоритетите в този план, а каква цел ще си постави България (на фона на целта 25% от земеделската земя да бъде био в ЕС до 2030 г.), предстои да разберем. За да планираме добре и за да можем да следим как се постигат целите, залегнали в плана, е много важно да имаме точна и адекватна информация. Понеже сега я нямаме, първата цел би трябвало да бъде осигуряване на тази информация.

А втората - да се създаде и да заработи национален форум за биоземеделие, който да се среща регулярно, да обменя информация, да обсъжда, да предлага идеи и решения за бъдещето. Включително и промени в мерките и политиките, защото 7 години са дълъг период и със сигурност ще се наложат промени в процеса на работа.

\* Данни за 2018 г.



PBC





25  
години  
опит

Дюсена

## ПРОИЗВОДСТВО НА ХАЛВА И ТАХАН



- кафява халва и нуга халва с фъстъчени ядки;
- слънчогледова, сусамова и лешникова тахан халва;
- слънчогледов, лешников, пълнозърнест и белен сусамов тахан.

*За нас качеството е приоритет!*

“Дюсена” ООД – Димитровград  
тел.: 0391 62 428, моб.: 0887 667 068  
e-mail: diusena@abv.bg; www.diusena.com







РВС

# БИРА, ЛЯТО, ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА,



**Ивана Радомирова**, изпълнителен директор на Съюза на пивоварите в България

През последните месеци светът изглежда различен поради ефекта от пандемията на COVID-19. Според актуални данни, процентът на промяна в ежедневието на хората в световен мащаб е близо 50%. Тази тенденция преобръща редица установени навици и води до нови начини за комуникация и споделяне между хората. Ето защо информираността, приятните емоции, слушането на музика или активното участие в живота на семейството, са част от адаптацията и начин за справяне с промяната.

Бирата е социално питие - тя свързва хората и особено през лятото всеки излиза на „по бира“. Но за това се иска потребителите да имат настроение, да не са със stagnирани бюджети, да има силен туристически сезон - обстоятелства, които в мо-

мента са далеч от обичайните и познатите на повечето от нас. И най-важното - за да продължим да се виждаме с приятели на чашка бира, трябва да спазваме дистанция и всички необходими хигиенни и други мерки, свързани със здравето и безопасността в условията на пандемия. За всички нас и като пивопроизводители, и като граждани, това са водещи и безусловни принципи, към които ние се отнасяме с голяма отговорност и респект.

С въвеждането на извънредното положение и затварянето на заведенятия пивоварният сектор в страната загуби 20% от обема си, тъй като на годишна база толкова е делът на продажбите през каналите на ХоРеКа, които в бирената индустрия наричаме „студен пазар“. Реализацията през магази-

на стр. 31



ната мрежа не може да компенсира този спад. За полугодieto стагнацията на студения пазар е силно изразена. Пример за това са продажбите на наливна бира, които са с 55% по-ниски в сравнение с нивата през първите 6 месеца на миналата година.

### Пивоварният бранш - по-солидарен, по-гъвкав, по-креативен

Предизвикателствата за пивоварните компании не се изчерпват само със спада на продажбите. Не е лесно да се управлява и процесът по изтеглянето на кеговете и другите опаковки от пазара, поради изтеклия срок на годност през времето, когато заведенията не работеха. Това е повсеместен проблем, характерен за всички страни от ЕС и за редица сектори от хранителната индустрия. На ниво Европейски парламент вече са внесени предложения и инициативи по този въпрос. Въпреки трудностите, повечето от бирените компании съумяват да намерят различни форми за подпомагане възстановяването на студения пазар - от безвъзмездни доставки на пиво за обектите на ХоРеКа до промоционални и дарителски инициативи.

Според Съюза на пивоварите в България, индустрията няма да спре да се развива, а кризата сякаш направи бранша по-солидарен, по-гъвкав, по-креативен в справянето с предизвикателства на деня. Между 35 и 40% от заетите в пивоварните предприятия работят директно и индиректно в про-

дажбите и логистиката, които са най-силно засегнати от кризата. Ще си позволя отново да подчертая, че независимо от трудностите, които имаме, пивоварният бранш успява да запази човешките си ресурси, за което си помагат работодатели и синдикати. Във фирмите, които са членове на Съюза на пивоварите, няма нито един уволнен. През последните месеци цикълът на работа се адаптира към новите условия и всеки работодател въведе допълнителни мерки за здравословни и безопасни условия на труд, включително по веригата на доставчиците и в логистиката. В някои предприятия се използва и мярката 60/40.

Общо в сектора директната работна заетост през последните години е между 2100 и 2200 души. Поради високата технологичност на процесите и въвежданите ежегодно иновации в бирените компании над 50% от всички заети са с висше и специално образование и с висока професионална квалификация. Преди близо месец със заповед на министъра на труда и социалната политика подписаният през м. февруари браншови колективен трудов договор беше разпрострян върху всички производители на пиво и малц в страната. Това гарантира, че достойното заплащане на труда, добрите социални практики, обучението на човешките ресурси продължават да са водещи за пивоварния сектор.

### Новости, тенденции, факти

И тъй като сега е лято, в този период на годината не може да не споделим и някои интересни факти и новости, свързани с бирата. Като прелюдия към тази тема, трябва да подчертаем, че традиционно около 50% от продажбите на пиво се реализират в периода май - септември. През лятото честотата на консумация на бира е 11-12 пъти месечно. Изследванията показват, че през летния сезон 70% от българите пият бира поне веднъж месечно, а 55% - веднъж седмично. 60% от тези активни потребители определят бирата като най-подходящото за тях питие. Тези тенденции не са се променили, независимо от спада на продажбите. В България, която е сравнително малък пазар с три големи компании и 28 малки и средни предприятия, се предла-





гат 170 различни марки и стилове пиво, произведени в страната, повечето от които - по български рецепти. Това е голямо постижение и една от основните причини пивото да е толкова популярна напитка.

Тенденциите през последните години показват, че много възможности за развитие имат две основни ниши. Едната е за непастеризирани, нефилтрирани видове пиво. Хората ги търсят, защото са по-различни от обичайните и имат по-високо количество антиоксиданти и витамини според научните изследвания. Другата е за бирите от по-високия ценови сегмент. Продажбите в премиум клас също госта се свиха заради затварянето на заведенията и стагнацията на пазара през магазинната мрежа. Но сегмент Премиум ще продължи да се развива.

### Науката - в помощ на сектора

Независимо от кризата продължават и научните изследвания, като съществена част от тях са фокусирани върху нови видове пиво. Много интересен е проектът на екипа на професор Габриела Маринова - целта му е да се повиши антиоксидантния капацитет на пивото с влагане при ферментация на различни съставки: първо бяха плодове, след това - цветя, а тази година - билки. Вече са налице и първите резултати. Не само у нас, но и в други страни научни екипи работят за повишаване на антиоксидантния капацитет на пивото, защото хората ще продължат да търсят естествени, натурални продукти, особено сега, когато темата за здравето и превенцията е номер 1 за всеки. Бирата е естествена

част от балансираното хранене и това се потвърждава от редица научни изследвания. На всеки две години в Брюксел се провежда международен научен симпозиум „Бира и здраве“.

Нещо, което много малко хора знаят, е, че през 70-те и през 80-те години на миналия век има разработки на български учени, някои от които са проведени заедно с лекари от Военно-медицинска академия, за пиво със специални функционални характеристики. Едното е с антирадиационни свойства и е било направено след аварията в Чернобил. Други са направени с минерална вода, с добавка на флуор, с намалено захарно съдържание. Напитката има голям потенциал и благодарение на иновациите и инвестициите непрекъснато се разработват нови продукти.

Изключително интересни изследвания за повишаване на полезните качества на пивото в момента се разработват от проф. д-р Габриела Маринова и колегите ѝ от Института по криобиология и хранителни технологии. От няколко години те работят по повишаване на антиоксидантната способност на пивото чрез добавяне на плодове и цветя при различни режими на ферментация. Следвайки тази цел, през 2020 г. в изследването се експериментира с екстракт от билки и вече имаме резултати за нивата на някои физико-химични показатели на пивото, отговорни и влияещи на антиоксидантния му капацитет - полифенолите, флаваноици, антоцианогени. Предстоят опити за увеличаване на антиоксидантната способност и чрез влагане на по-голямо количество гранулати от аромат-



ни и горчиви сортове хмел. Тук водеща роля ще заемат различните сортове хмел и съчетанието между тях. Резултатите от първото изследване вече са публикувани.

Друго иновативно проучване за микробиома на българското пиво чрез нова технология за секвениране на ДНК провежда и д-р Сергей Иванов, Център по биология на храните. Микробиомът представлява съвкупност от всички микроорганизми, които живеят в дадена среда. Тяхното изучаване ще помогне да се обяснят и прогнозира откритията при други изследвания необикновени съчетания от метаболити, антиоксиданти, аромати и др. съединения в бирената категория, които се оказва, че са специфични за всяка пивоварна. Проучването на микробиома ще допълни и разшири проведените с хроматография и ядрено-магнитен резонанс анализи на метаболитите в бирата, които колективът реализира преди 3 години.

Тези изследователски полета потвърждават тезата, че и в международен план много учени и специалисти намират темата за пивото за значима и широкоспектърна. През последните години те изследват антиоксидантите, витамините и други биологично активни вещества в бирата, като някои от техните открития са особено забележителни. Неслучайно в световния научен обмен вече има над 4000 публикации за различните вещества и хранителните елементи в бирата. Стоотици от тези научни изследвания са фокусирани върху връзката между умерената консумация на пенливата напитка и ефекта ѝ върху здравето.

### Да поговорим за полезните свойства на пенливата напитка

Все още е малко известно, че само в млякото и пивото се съдържа изключително полезната, но рядка молекула никотинамид рибозид (Nicotinamide riboside - NR). Научни публикации потвърждават, че NR действа като клетъчен регенератор и пряко се свързва с процеса на стареене на клетките. Според учените комбинацията от четирите здравословни елемента - физическа активност, въздържание от тютюнопушене, умерена консумация на бира и ежедневен



прием на плодове и зеленчуци, се равнява на подмладяване с 14 години от реалната календарна възраст. Разбира се, голямо влияние оказват социалната среда и положителните емоции, особено в днешната ситуация, когато хората се стресират и изолират вследствие на пандемията от коронавирус.

Бирата е популярна с това, че хидратира организма, както през горещите летни дни, така и след тежки физически натоварвания и спорт. Налице са десетки научни изследвания, които доказват, че комбинацията от вода, витамини и соли в пивото способства за регулирането на водния и електролитен баланс на човешкото тяло след активен спорт и физически усилия. Паралелно с това, тъй като въглехидратите в една чаша пиво са твърде малко, пивото има ниско до средно гликемично натоварване, при което глюкозата се отделя по-бавно и постепенно в кръвообращението.

Освен това вече има изследвания, че пивото влияе и върху мотивацията за спортуване, когато става въпрос за постоянство при тренировки. Проучванията сочат, че хората, които пият бира в умерени количества, са склонни към повече тренировки за разлика от тези, които се въздържат. До това заключение са стигнали и учените от Катедрата по социология в Университета в Маями. Организираният от американските учени експеримент показва, че

на стр. 34







PBC

жените, които консумират бира, спортуват 7.2 минути повече седмично от въздържателките. Десет стандартни чаши бира на месец са свързани с увеличение с 2.0% на вероятността човек да се занимава с интензивна физическа активност. Умереното пиене на бира увеличава между 9% и 14% вероятността да се тренира енергично. Резултатите от оценката при мъжете са подобни на тези при дамите.

По темата за бирата и спорта наскоро учени от Нидерландия са установили, че пивото съдържа и пробиотици, които също имат значение за възстановяването на организма след физически натоварвания. Обичайно пробиотиците се приемат под формата на добавки, напитки и храна. Добрата новина за любителите на кехлибарената течност е, че бирената мая в пивото способства за снабдяването на организма с пробиотици и други полезни вещества.

Според най-новото проучване по темата, проведено от проф. Ерик Клаасен от Амстердамския университет процесите на ферментация и различните щамове дрожди определят нивата на пробиотиците в пивото. С високо съдържание на пробиотици се отличават най-вече мътните и нефилтрирани бири. Според него по-силните бири са по-благоприятни от гледна точка на съдържанието и наситеността на пробиотици, но препоръчва да бъдат консумирани с мярка.

Бирата е богат източник и на разтворими фибри, които подобно на пробиотиците благоприятстват храносмилането и усвояването на храната. Те се извличат от клетъчните стени на ечемика. Според английски учени две чаши пиво съдържат средно 10% от препоръчителната дневна доза фибри, а някои видове бира - до 30%.

Наред с пробиотиците и фибрите, в бирата се съдържат елементи като магнезий, силиций, калций и фосфор, които подобряват електролитния баланс на организма и способстват за неговото бързо възстановяване след физически натоварвания и укрепването на имунната система. Но все пак не бива да се забравя, че пълният набор елементи, важни за здравето, не може да бъде набавен от един-единствен източник.

От Съюза на пивоварите коментират, че с тези публикации учените за пореден път представят нетрадиционни и неочаквани ефекти от умерената консумация на пенливата напитка. Резултатите от подобни иновативни научни проучвания за пивото отново доказват защо трябва да се изследват съдържащите се в бирата близо 900 съединения и хранителни вещества. Тяхната бионаличност е от съществено значение както за потребителите, така и за разширяването на аналитичните познания за категорията на пивопроизводителите, които винаги търсят нови продуктови и технологични решения.

### Националната бирена академия в онлайн вариант



С представянето на тези и още много други интересни изследвания и полезни данни за пивото Съюзът на пивоварите продължава тазгодишната Националната бирена академия. В отговор на предизвикателствата на времето през 2020 г. тя е най-вече в онлайн вариант. За пивоварите новото онлайн издание на Бирената академия е креативна възможност да създават и откриват положителни емоции и усмивки, особено в настоящото положение. Повече от всякога стремежът на СПБ и на пивоварните компании е да поднасят на почитателите на бирата не само свежа напитка, но и много свежи и позитивни изживявания, за да могат всички да почувстват позабравената приятна страна на живота.

Още интересни данни по темата можете да откриете в сайта на Съюза на пивоварите в България:  
[www.pivovari.com](http://www.pivovari.com)





**„РВС - СОФИЯ“ ЕООД**

e-mail: rvs-sofia@abv.bg

тел.: +359 89332 2017

**„РВС - ПЛОВДИВ“ ЕООД**

e-mail: rvs.plovdiv@abv.bg

тел.: +359 89 332 2020

**„РВС - РУСЕ“ ЕООД**

e-mail: office@rvs-ruse.com

тел.: +359 89 989 9289

## АКРЕДИТИРАНИ ЛАБОРАТОРИИ ЗА АНАЛИЗ НА ХРАНИ, ВОДИ, ФУРАЖИ И БИОЛОГИЧНИ МАТЕРИАЛИ

Сертификат за акредитация БСА  
рег. № 55 ПМ, от 28.02.2019 г.  
валиден до 22.03.2020 г.

*Лаборатории РВС  
над 85 годишна история*

- Физикохимични изследвания
- Микробиологични изследвания
- Кръвни проби
- Пробовземане
- Хранителен мониторинг
- Безплатни консултации



*Традиция, точност, сигурност*



# ПИЦАТА



предпочитана  
храна със  
световна  
известност

Проф. д-р Йордан Гогов

*Съвременният пазар предлага богато разнообразие от кулинарни предложения за бързо хранене. Сред тях приоритетно място заема пицата. Мнозина от почитателите на това лесно разпознаваемо и вкусно кулинарно изкушение го свързват с италианската кухня. Днес, обаче, пицата е изключително популярна не само в Италия, но и в редица страни на Европа, Северна Америка и Азия. На практика тя обединява кулinari и потребители от цял свят поради специфичния си вкус, аромат и възможности за невероятни рецептурни и технологични решения, съобразени с конкретните предпочитания на потребителите в отделни географски региони.*

*Проведените анкети сред консуматорите на Fast Food и по специално на тези, които редовно посещават пицарии, показват, че твърде малко от тях са запознати със специфичните особености в технологията за приготвяне на традиционната италианска пица и разликите с нейните съвременни варианти в отделните страни. Във връзка с това считаме за полезно да запознаем читателите с някои особености на тази много известна и предпочитана храна за хората от всички възрасти.*

## Исторически сведения

Прегледът на историческите данни свидетелства, че още в египетските земи и древна Елада населението е приготвяло плоски питки, поръсени с различни подправки, че-

сън, зехтин и парченца маслини. В други документи се посочва, че при военните походи на цар Дарий войниците получавали подобни питки. По-късно римските легиони донесли от Палестина хлебни питки със зеленчуци, които намерили през XVI век

на стр. 37



добър прием сред населението на Неапол. Първите питки били сладки и се предлагали на улицата като храна за бедните неаполитанци. След това започнали да се приготвят и варианти, наподобяващи вида на пица от брашно, маслиново масло, сирене и поръсени със зелени подправки, но без домати. Те са включени в съставките едва през XVIII век и то главно в питките, приготвяни от по-бедното италианско население. По-късно, обаче, този вариант се оказал предпочитан, поради което доматиите се превърнали в неразделна част от него.

През годините описаният първообраз на пицата станал много популярен в Италия и особено в Неапол. Причината за този повишен интерес към пицата е лесното ѝ приготвяне, специфичният вкус на ароматно изпечена топла питка и възможността за бърза консумация. Първото заведение, в което се предлага пица, е „Antica Pizzeria“ в Неапол през 1738 година. Към средата на XIX век и особено след Втората световна война пицата вече била позната като вкусна и бърза храна и извън границите на Италия.

## Пицата - гордостта на Италия



В своята богата история Италия има много причини да се гордее със своите научни и културни постижения. Наред с тях не може да се отрече, че италианците имат основание да издигнат в култ и едно от най-добрите си кулинарни изобретения, познати в целия свят - пицата.

Мнозина експерти определят пицата като един от разпознаваемите символи на италианското кулинарно изкуство и се стремят да поддържат установените традиции през вековете. В тази връзка често се припомня историята, в която през 1889 г. неаполитанците предложили при едно посещение на кралица Маргарита Савойска нещо различно от изисканата френска кухня - неаполитанска пица. Тя била пригответа набързо от нейния готвач Рафаеле Еспозито със сирене моцарела, червени домати и босилек. По начина на подреждане тази пица наподобявала италианския флаг. Кралицата много харесала пригответената пица и от тогава до днес тя носи нейното име - „Маргарита“. Така славата на неаполитанската пица преминала границите на Италия.

През 2009 година в Неапол е организирано тържествено честване на 120-годишнината от създаването на пица „Маргарита“. На тържеството един от италианските майстори на пици поднася символично юбилейната пица на актриса, облечена като Маргарита Савойска.

## Особености на традиционната италианска пица

С наименованието „пица“ (на италиански „pizza“) най-общо се означава прясно изпечена тънка питка в пещ с добре изразен по-

на стр. 38



PBC





тъмнен цвят на опърлена повърхностна кора, върху която са разположени парченца домати и сирене, поръсени с пресен риган. Безспорно, водеща в традицията е неаполитанската пица.

През 2005 година е подадено заявление от две италиански асоциации на производителите на пици за регистрация в ЕК на „Pizza Napoletana“ като храна с традиционно специфичен характер. В заявлението са описани подробно историята, рецептурата и технологията за приготвяне. Представени са подробно специфичните изисквания към отделните съставки (брашно, бирена мая, сол, маслиново масло, биволска моцарела, специален сорт белени домати, чесън, риган и босилек). Всяко отклонение от тях се счита за нарушаване на традицията.

Важен елемент от приготвянето на традиционната неаполитанска пица е процесът на бавно втасване на тестото и оформяне на тестени топки с маса 180-250 g, които внимателно се разстилат/изтеглят във вид на кръгли тестени питки с диаметър не повече от 35 см. Дебелината им в центъра е около 0,4 см, а в повдигнатите периферни краища достига 1-2 см. Оформените гарнирани пици се изпичат в пещ на дърва при температура 485°C за около 60-90 секунди.



Изпечената пица е с приятен аромат и вкус, с мека и разтеглива консистенция, която дава възможност да се прегъва на четири части.

Интересен вариант на неаполитанската пица е римската пица, която се отличава с правоъгълната форма и опростена плънка.

Първенството на традиционния характер на пица „Наполетана“ в някои случаи се ос-



порва в полза на пица „Маргарита“, която е включена в списъка на ЮНЕСКО за световно културно наследство. Италианският парламент е приел специално законодателство относно запазване на традиционното производство на пица „Маринара“ и пица „Маргарита“.

Във връзка с традициите за приготвяне на различни видове италиански пици е необходимо да се отбележи, че те се отличават със своята простота. Предпочитаните пици са с малко съставки, които дават възможност да се открие характерният им вкус и мирис.

В Италия не е прието готовата пица да се овкусява допълнително с кетчуп или майонезен сос. Също така няма традиционна практика към пицата да се добавят кисели краставички, царевица, боб и ананас. Подобни варианти се приготвят в редица страни извън Италия, включително и у нас, но те нямат нищо общо с традиционните технологии. Затова, ако искате да усетите вкуса и аромата на класическата пица, е най-добре да посетите Италия с многобройните ѝ пицарии.



Освен традиционните пици „Наполетана“ и „Маргарита“ в италианските пицарии се предлага богато разнообразие и от други видове пици. По-популярните сред тях са: „Капричоза“, „Маринара“, „Куатро формаджи“, „Куатро стаджони“, „Калцоне“ и „Диавола“. В регионален аспект по-известни са пиците от Рагуза и Сицилия като „Сфинционе“ от Палермо и „Сицианското пицоло“. Този списък може да бъде продължен с други местни асортименти.

Разнообразието се дължи не само на широката гама от използвани продукти, но и на тяхното оригинално съчетаване в подходящи пропорции. Има различия в подбора на брашното, обработката на тестото, дебелината на тестената основа и начина на изпичане.

Не по-малко значение се отдава на видовете сирене и комбинацията между няколко вида от тях. При зеленчуците е важен подборът на използваните домати, които се явяват основна съставка на пълнката. Могат да се използват пресни, сушени или консервирани домати или доматиен сос. Към него често се добавят тънко нарязани ивици варен лук и маслиново масло. Влаганите подправки като босилек, риган, розмарин, магданоз и чесън трябва да се пресни и с изразен аромат. Други продукти, които се използват самостоятелно или в комбинация с традиционни съставки при различни видове италиански пици, са риба аншоа, яйца, спанак, зелени пиперки, броколи, зелени или черни маслини и др.



## Пицата бързо прекрива границите на родината си

От Италия пицата се разпространява първо в съседните страни, а след това и в други европейски държави, като приготвянето ѝ в ресторантите и пицариите отразява вкусовете предпочитания на местните потребители. В редица случаи рецептурата и технологията на тази пица се различава съществено от италианската традиция.

През втората половина на XIX век пицата вече е позната и в САЩ, като за първи път се предлага в Чикаго.



Характерно за американската пица е, че се приготвя с много и разнообразни продукти. Обикновено е с по-плътна и дебела кора, която се изпича по-продължително време. Повърхността ѝ е гарнирана с много растителни, месни и рибни съставки, често несъвместими помежду си. Добавянето на кетчуп, майонеза или майонезни сосове води до допълнително овкусяване на обемистата пица, което потвърждава правилото, че в американските пицарии и другите заведения за обществено хранене се предлагат евтини пици, но пък в тях има „от всичко по много“. Гордите италианци не одобряват такава практика, която е необичайна за тяхната традиционна пица.

Поради голямото търсене на пици през 1957 година е разработена и промишлена технология за производство им във вид на полуфабрикати.



на стр. 40





От 1984 година в САЩ всяка година през октомври се организира национален месец на пицата, където се предлага изобилие от пици, в т.ч. и екзотични варианти на ниски цени предимно с рекламна цел.

През последните години пицата се разпространява постепенно и в редица страни от Югоизточна Азия, където намира добър прием сред туристите и местното население.

## Италианското кулинарно изкушение намира добър прием в България

У нас пицата става популярна през втората половина на миналия век. Именно тогава се откриват първите пицарии, предлагащи т.нар. „гарнирани пити“, към които българите проявяват особен интерес. Заведенията обаче разполагат все още с ограничен брой места, поради което пред тях често се оформят опашки от нетърпеливи почитатели на това ново кулинарно изкушение.

Днес пиците се приготвят масово за непосредствена консумация в заведенията и малките обекти за бързо хранене, а също и като полуфабрикати в хранителните вериги.



Сравнително малко са обаче пицариите, които предлагат оригинални и традиционни италиански пици.

Прави впечатление, че в близост до някои учебни заведения, автостанции и гари се продават евтини продукти, приличащи повече на „гарниран тутманик“ отколкото на пици. Най-често това се дължи на факта, че тези „дебели“ пици се приготвят от прясно, неотлежало тесто, в което е вложено голямо количество мая.

## Начини за консумиране на пицата



Макар и да изглежда необичайно, италианската традиция повелява пицата да се консумира с ръце, тъй като е тънка, с малко съставки и може да се прегъва лесно на две или четири части. Важното е да е топла, ароматна, със светлокафява коричка и добре оформен въздушен борд. По-големите пици се нарязват предварително на парчета със специален нож.



Консумацията започва от острия край на парчето, след което същото се прегъва хоризонтално на две части, за да не изпадне плънката. Като помощно средство може да се използва и подходяща двойна салфетка. В някои италиански ресторанти и изискани пицарии, посещавани предимно от чужденци, сервираните пици се консумират с нож и вилица.



За да бъде пълно удоволствието от консумацията на пица е необходимо да се усети и вдъхновението от чаша студена пенлива бира, но може и по-леко ароматно бяло или червено вино.

### Пицата - обект на кулинарни състезания и рекорди

Статистиката показва, че пицата е един от най-търсените и продавани продукти за бързо хранене. По неофициални данни всяка година в света се предлагат за продажба над 5 милиарда пици. Тази известност на пицата и големият ѝ брой почитатели са повод ежегодно да се организират състезания на редица публични места за бързо приготвяне на пица, както и за изяждане на максимален брой пици за определено време. Известен е рекордът на Джоу, който успява да изяде 45 парчета пица за 10 минути. Друг рекорд от 2012 година свидетелства за приготвяне на най-дългата (40 м) и



най-тежка пица „Маргарита“ с тегло над 23 тона. Постижението за най-бързо приготвяне на пици принадлежи на Уахид Оусъм от Ню Йорк, който успява да направи 14 пици за 2,5 минути.

Големият интерес към пицата ни дава основание през следващите години да очакваме нови кулинарни рекорди, посветени на това забележително италианско изобретение със световна известност.



PBC



**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**

**Калибриране на автоматични пипети, бюрети и диспенсери**



**ИЗПИТВАТЕЛЕН ЦЕНТЪР  
АЛМИ ТЕСТ**



1113 София, България, ул. Акад. Г. Бончев, бл. 24  
тел./ факс: +359 2 97 97 119; тел.: +359 888 334 717  
e-mail: [office@almitest.com](mailto:office@almitest.com)  
[www.almitest.com](http://www.almitest.com)



PBC

# ТИКВАТА

## познамата и непознамата



Юлияна Димитрова, управител на Дюсена ООД

### История на тиквата

Тиквите произхождат от Северна Америка. Сведения за тях има много векове назад във времето. Семена от подобни растения са били открити в Мексико още около 7000 до 5500 г.пр.н.е. Там тиквените семки са наречени *peritas* (от испански - „парченца злато“) и са запазена марка на местната кухня.

Названието „тиква“ е с гръцки произход и означава „голям пъпеш“ или „репон“. По-къс-

но французите го променят на „ропрон“. Англичаните пък го наричат „pumpion“. А американските колонизатори променят „pumpion“ на „pumpkin“.

Много хора обичат вкуса на тиквата, но малцина знаят, че тя е едно от най-полезните растения на нашата планета. Човекът използва не само плодовете и семената, но и цветовете и листата ѝ. Лечението със семена е едно от най-достъпните и ефикасни природни методи за поддържане на здравето.



на стр. 43





## Масло и тахан от тиквено семе - ползи за здравето

Таханът от тиквено семе е един чудесен продукт, който можете да използвате по всяко време за подобряване на метаболизма и физиологичното здраве. Снабден с триптофан, ненаситени мастни киселини и високо ниво на антиоксидантни вещества. Той оказва невероятно положително въздействие както на жените, така и на мъжете.

Благодарение на високото си съдържание на каротиноиди и мастноразтворими витамини таханът и маслото от тиквено семе отдавна се смятат за съставка, подходяща за превенция на различни заболявания. Изследвания доказват ефективността му за лечение на диабет, тревожност, проблеми с простатата и дори рак.

Тиквените семки са отлични както за физическото, така и за психическото здраве. Използват се за медицински цели в продължение на хиляди години. Те са богат източник на магнезий, калций, калий, желязо, цинк и витамин К.

**Тиквените семки са отличен избор за ханване, защото са богати на омега-3 мастни киселини,** от които тялото се нуждае, за да поддържа здравето на сърцето и да регулира кръвното налягане.



**Те се борят с рака.** Проучване на испански учени показва, че тиквените семки съдържат съединения, които успешно се борят с раковите клетки. Друго проучване, този път на немски учени, потвърждава, че при



жените, които са преминали менопауза и ежедневно ядат тиквени семки, има 23% по-нисък риск от рак на гърдата. Еднакво ефективни за това са и слънчогледовите семки.

### Добри са за здравето на простатата.

Таханът от тиквено семе се използва за лечение на увеличена простата (хиперплазия). Той съдържа фитохимикали и антиоксиданти, които намаляват нивото на свободните радикали в организма и предотвратяват появата на ракови клетки.

### Облекчават симптомите на менопаузата.

Ако търсите естествен начин, за да подобрите настроението си или да облекчите симптомите на менопаузата, тиквените семки са чудесен избор за това, защото регулират топлинните атаки, главоболието, намаляват болките в ставите и честотата на внезапни промени в настроението.

**Намаляват лошия холестерол.** Учените са доказали, че тиквените семки увеличават нивото на добрия (HDL) холестерол и регулират кръвното налягане. Според проведе-

на стр. 44



PBC





ните проучвания тиквените семки могат да намалят лошия холестерол с 13%, а общите нива на холестерол - с 10%.

**Те също така намаляват и риска от развитие на кръвни насядания,** сърдечносъдови заболявания, предпазват от мозъчен и сърдечен удар.

**Защитават от диабет.** Както вече споменахме, тиквените семки са богати на ненаситени мастни киселини. Установено е, че са ефективни за регулиране на нивото на кръвната захар и увеличават ползата от приема на инсулин. Много експерти в областта препоръчват на диабетиците тиквени семки като храна за ежедневна консумация.

**Добри са за загуба на тегло.** Те са богат източник на фибри и протеини - вещества, които са от ключово значение за намаляване на теглото. Само в 30 г тиквени семки има около 5 г протеин, който ще ви държи по-дълго сити. Но не забравяйте, че са и доста калорични, затова съветът ни е да ги консумирате умерено. Само един пакет семки съдържа около 285 калории.

**Подобряват настроението.** Те са много добър и вкусен начин да се погрижим както за физическото, така и за психическото си здраве. Учените са открили, че тиквените семки показват отлични резултати при намаляване на симптомите на депресия. Те са чудесни за намаляване на стреса и пре-



вожността, които са неизменен спътник в живота на съвременния човек.

**Облекчават артрит.** Учените са открили, че тиквените семки имат противвъзпалителен ефект, който облекчава симптомите на артрит. Ако страдате от това заболяване, яжте около 30 грама тиквени семки всеки ден, за да облекчите симптомите.

**Предотвратяват появата на остеопороза.** Тиквените семки са отличен източник на цинк - минерал, необходим за изграждане на костите. Само една четвърт чаша тиквени семки съдържа 17% от препоръчителната дневна доза цинк.

**Тиквените семки са полезни за храносмилателната система.** Гонят паразитите, стимулират отделянето и движението на жлъчните сокове, подобряват храносмилателните процеси.

**Тиквата е леко слабително средство,** което помага при запек. Освен това тя съдейства за извеждането на токсините, натрупани в организма, и го пречиства от тежки метали.

Освен всичко, казано дотук, да не забравяме, че тиквата е много вкусна, достъпна е като цена и се приготвя лесно. Тя е подходяща както за солени ястия, така и за десерти. В кулинарията често се използва за приготвяне на супи и кебапи. Най-разпространена обаче е употребата ѝ при направата на редица десерти - баници, пайове, кексове, кремове, мъфини, чийзкейк и др. А можете просто да я опечете, да прибавите малко мед и да я поръсите с канела - лесно, вкусно и полезно!

*Есента и зимата са сезонът на прясната тиква. Възползвайте се от нейните качества, здравословни хранителни вещества и цялостни ползи за здравето!*





PBC

## Интересни факти за тиквите



- Тиквите са от семейство Cucurbita, което включва продълговата тиква и краставици.
- Тиквата съдържа калий и витамин А.
- Цветът на тиквата се яде.
- Най-големият тиквен пай, правен някога в света, е тежал около 160 килограма и е бил с диаметър 1.50 метра. За направата му са използвани 36 kg тикви, 16 kg захар, 144 яйца и е отнело цели 6 часа, за да бъде изпечен.
- В ранните години на колонизирането тиквата била използвана като основа за пая, а не за пълнеж, както е сега.
- Тиквите били използвани за премахване на лунички и лечение от змийско ухапване.
- Тиквите съдържат 90% вода.
- Коренните жители на Америка правели рогозки от сплескани и изсушени ленти от тиква и използвали тиквените семена за храна и лекарства.
- Най-голямата тиква в света тежи 1053,5 kg. Гигантският плод е отгледан в Швейцария. Сега е сред най-атрактивните експонати на фестивала в германския град Людвигсбург.





# **ФЕДЕРАЦИЯТА НА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИТЕ СЪЮЗИ (ФНТС)**

е творческо-професионално, научно-просветно, неправителствено, 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 (НТС) и 34 териториални сдружения – ТС на НТС, 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: m.antonov@fnts.bg**

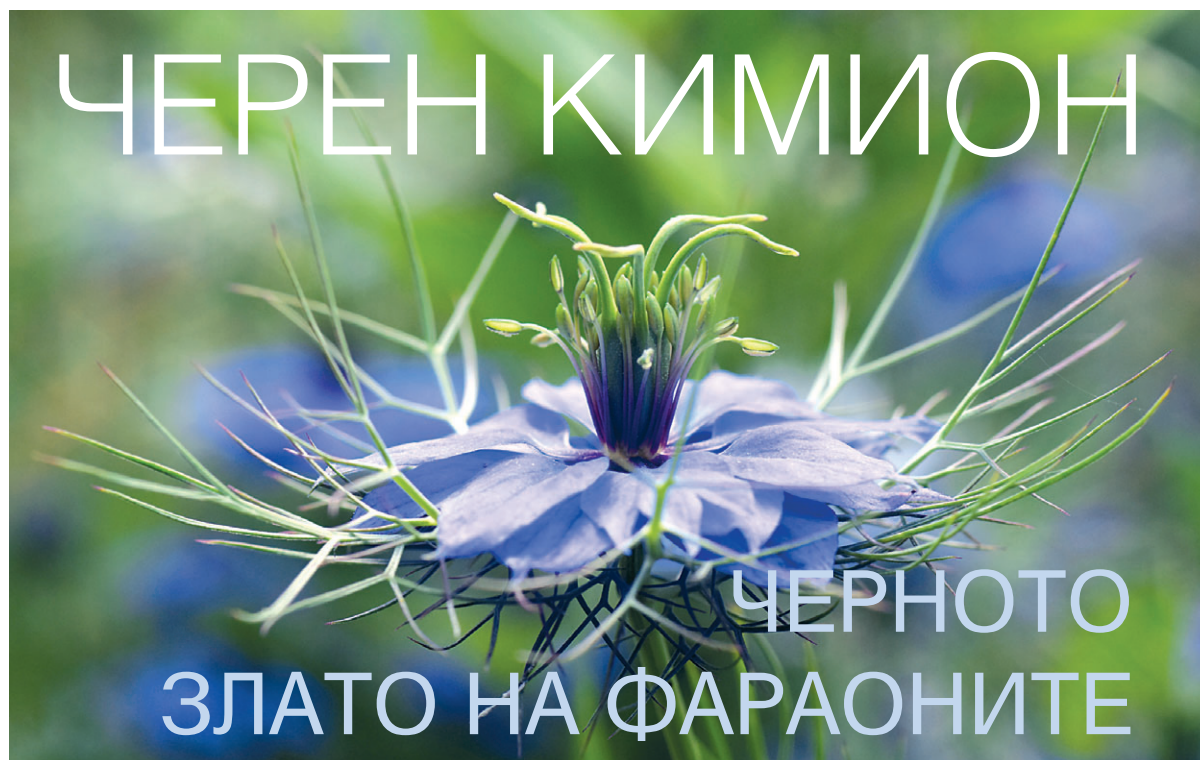
**инж. Валентин Ставрев: + 359 2 986 16 81; + 359 878 703 720; e-mail: vstavrev2@hotmail.com**

**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/>**



РБС



Боряна Маврова, Пламен Солаков, „Нигелла“ ЕООД

### Черният кимион - история и употреба

Билката *Nigella Sativa* (бот.), популярна у нас като черен кимион, има хилядолетна история. Сведенията от древността за широкото ѝ приложение и съвременните научни изследвания показват, че това растение е един от претендентите за укрепващо здравето средство на хилядолетието.

Въпреки че билката е позната от векове, маслото, получено от нея, започва да се проучва внимателно едва преди около 40 години. За този период са проведени повече от 200 университетски проучвания. Днес неговите изключителни лечебни качества са известни и използвани по цял свят.

С основно участие на черния кимион в билкови композиции има регистрирани 5

патента в САЩ и Европа: за борба и лечение на астма и алергии (EP 1709995 A1), гуабет (US006042834 A), псориазис (US 006531164 B1), а също като антивирусно средство (US 006841174 B2) и имуностимулатор и инхибитор на растежа на ракови клетки (US 005653981 A).

Първите данни за култивирането на растението са от древен Египет. Черният кимион е известен и като „черното злато на фараоните“ заради намереното от известния египтолог Хауърд Картър флаконче в гробницата на Туманкамон и други египетски фараони. Има данни, че египетската царица Нефертити е използвала не-обикновеното действие на черния кимион върху кожата, за да запази красотата и младостта си, както и за повишаване на тонуса.

на стр. 48





Археолози са намерили семена от черен кимион в разкопки, датиращи от периода на неолита и мезолита, което показва, че се употребява поне от преди 8 хиляди години.

## Масло от черен кимион

**Маслото от черен кимион се добива чрез студено пресоване на семената, които се берат късно през есента след пълното им узряване.**

Най-качествените семена идват от Египет, където растат при почти перфектни условия в оазиси. Те са черни, с размер на сусам, но по-ръбести. Полученото масло не е черно, а светлокафяво и има много приятен, пикантен аромат, като добре се съчетава с други билкови масла и цитруси.



## Качествата на натуралното масло

**Натуралното масло от черен кимион е уникална комбинация от над 100 активни компонента и около 50 естествени катализатора за биосинтеза на клетките, която регулира имунната функция и поддържа здравето на човека още от ранна възраст.**

Маслото съдържа 15 аминокиселини (включително 8 от 9-те незаменими), омега 6 и 9, витамини А, В1, В2, В6 и С, каротен, ниацин, фолатин, както и калий, калций, фосфор, магнезий, натрий, желязо, манган, селен, мед и цинк. Има високо съдържание на гама-линоленова киселина (основа за поддържане на здрава кожа), олеинова, линоленова и палмитинова киселина.

Наличието на фитостероли допълнително засилва възможностите за понижаване на кръвната захар и холестерола. Съдържа съ-



що аргинин, полезен за хора, претърпели травми, изгаряния, възпаления. Стимулира освобождаването на хормона на растежа и синтеза на колаген. Стимулира и производството на простагладини - редуцира възпаления и кожни екзема, действа съгориращо и бронхолитично. Една от най-важните съставки - нигелон (антихистамин), го прави ефективен срещу астма, бронхити и респираторни заболявания.

Уникалният за растението тимоквион има изключителни противовъзпалителни и аналгетични качества. Силен антиоксидант е и помага за прочистването от токсини. Като въздейства на тимуса, маслото стимулира производството на костен мозък, активира и регулира синтеза на необходимите хормони, унищожава вируси, бактерии и гъбички. Черният кимион работи за повишаване на имунитета и за активиране на собствените жизнени сили на тялото.

Безвредно и без странични ефекти! Единствените противопоказания са да не се употребява от бременни и от хора с трансплантирани органи, заради опасност от отхвърляне!!!

## Приложение

Маслото действа като:

- имуностимулатор - заздравява и балансира имунната система;
- антиалерген и антихистамин - помага при различни алергии, астма, синусит;
- аналгетик - облекчава главоболие, колики, менструални болки, мигрена;
- антихелминт - унищожава и изхвърля червеи и паразити;
- антиоксидант - предпазва и забавя разрушителната оксидация на клетките;
- антипиретик - понижава температура;

- антиспазматик - облекчава мускулни спазми и схващания;
- диуретик - стимулира уринирането и освобождаването от задържана вода.

Освен това:

- има антиканцерогенни, антибактериални и антимикробни свойства - убива или инхибира растежа на деструктивни клетки, бактерии и микроорганизми (според проучвания в Южна Каролина и Йордания);
- понижава кръвната захар и холестерола;
- подобрява кръвообращението и кръвното налягане;
- тонизира тялото и стимулира сексуалната активност;
- способства за увеличаване количеството на кърмата при прием след раждане;
- помага при стомашни и храносмилателни проблеми (язви, диария, газове);



- има имуномодулиращо действие при аутоимунни заболявания - псориазис, астма, ревматоиден артрит, алергии, а според някои източници и витилиго.

**Благотворна грижа за кожата.** Маслото се използва с успех при алергични реакции, псориазис, екземи, дерматит, акне, рани, изгаряния, слънчеви изгаряния, напукана кожа. Използва се за намаляване на възпаленията, предизвикани от стрес, замърсявания, заболявания или стареене.

**В разкрасяващата козметика** маслото от черен кимион се използва поради неговите успокояващи, регенеративни, противовъзпалителни и възвръщащи жизнеността свойства. Подходящо е за всякакъв тип кожа и особено суха, чувствителна, зряла, груба или възпалена кожа. Помага за премахване на брадавици, елиминира сърбежи. Кожата става блестяща и нежна, без да оставя мазни следи. Специалните протеини задържат влагата, намаляват бръчиците, подхранват я и забавят процесите на стареене. Помага при ухапване от насекоми, ужилвания, драскотини. Няма странични ефекти. Традиционно се използва за подсилване растежа на косата, за блестяща и здрава коса и намаляване на косопад, като се втрива в корените 1 час преди измиване. Може да се прилага за заздравяване на ноктите и при гъбички.

Малко се знае у нас за маслото от черен кимион и неговото приложение. Не е късно да го опознаем и да го включим в списъка на най-надеждните и безопасни билки. Първите стъпки вече са направени от млади предприемачи, които се опитват да популяризират и произвеждат лечебното масло от черен кимион и в България.

*Фирма „Нигелла“ ЕООД се концентрира изцяло върху производството на масло от черен кимион, като идеята е да произвежда малък асортимент от продукти с цел високо качество.*

*Младите предприемачи от димитровградската фирма вярват, че с постоянство и много труд ще успеят да популяризират черното злато в България. Капацитетът им засега е малък, но точно затова маслото им е винаги прясно изцедено, без никакви консерванти и добавки.*





## ВАРИАНТИ ЗА РЕКЛАМА В СПИСАНИЕ

НАУЧНО-ПРИЛОЖНО  
СПИСАНИЕ ЗА НОВОСТИ В  
ХРАНИТЕЛНО-ВКУСОВАТА  
ИНДУСТРИЯ

# Храната

на XXI век



Официално издание на  
СЪЮЗ ПО ХРАНИТЕЛНА ПРОМИШЛЕНОСТ

в сътрудничество с



Българска агенция по  
безопасност на храните



РБС

НАУЧНО-ПРИЛОЖНО  
СПИСАНИЕ ЗА НОВОСТИ В  
ХРАНИТЕЛНО-ВКУСОВАТА  
ИНДУСТРИЯ

## Храната

на XXI век

Официално издание на  
СЪЮЗ ПО ХРАНИТЕЛНА ПРОМИШЛЕНОСТ

в сътрудничество с

Българска агенция по  
безопасност на храните

### Вариант 1 - корица

Размери:  
основа 21 см,  
височина 23 см

580 лв.  
без ДДС

Необходимо е да бъдат добавени по 5 мм  
наддаване за рязане отдолу и отгясно -  
т.е. размерът на готовото каре трябва  
да бъде 21,5 / 23,5 см.

Важни елементи като лого и текст не  
трябва да се поставят на по-малко от  
15 мм навътре от крайния размер.

### Вариант 2

Размери:  
основа 21 см,  
височина 29,7 см

360 лв.  
без ДДС

Необходимо е да бъдат добавени по 5 мм  
наддаване за рязане от всички страни -  
т.е. размерът на готовото каре трябва  
да бъде 22 / 30,7 см.

Важни елементи като лого и текст не  
трябва да се поставят на по-малко от  
15 мм навътре от крайния размер.

### Вариант 3

Размери: основа 21 см,  
височина 15 см

220 лв.  
без ДДС

Необходимо е да бъдат добавени по 5 мм  
наддаване за рязане отляво и отгясно -  
т.е. размерът на готовото каре трябва  
да бъде 22 / 15 см.

Важни елементи като лого и текст не  
трябва да се поставят на по-малко от  
15 мм навътре от крайния размер.

### Вариант 4

Размери:  
основа 7,7 см,  
височина 25 см

200 лв.  
без ДДС

### Вариант 5

Размери:  
основа 7,7 см,  
височина 12 см

160 лв.  
без ДДС

Спонсор на броя - 1500 лв. без ДДС

Поставя се лого във фашата на  
списанието на всяка страница,  
в която няма реклама.

IV корица - 500 лв. без ДДС  
III корица - 440 лв. без ДДС

РЕКЛАМНИТЕ КАРЕТА СЕ ПОДАВАТ  
В ЕДИН ОТ СЛЕДНИТЕ ФОРМАТИ:

- Растерни: TIF, PSD, JPG (quality: maximum), в CMYK, с резолюция не по-малка от 300 dpi.
- Векторни: EPS, PDF, CDR; шрифтове в криви /outlines.

За файлове със специални ефекти (blend, lens, envelope, mesh и т.н) - елементите заедно с ефектите задължително да се растеризирани на минимум 300 dpi в крайния формат.

## ОТСТЪПКИ:

- За членове на СХП - 10%
- При авансово плащане за 2 броя - 5%
- При авансово плащане за 3 броя - 15%
- При авансово плащане за 4 броя - 20%

- Текстови материал - 50%
- Фиксирано място + 20%

Сумите се превеждат по сметката на СХП:  
„Юробанк България“ ФЦ София Окръг;  
BIC код: BPBIBGSF;  
IBAN: BG05BPBI 7942 1019 1562 01

За контакти:  
инж. Соня Бургуджиева -  
тел.: 02 987 47 44  
e-mail: hranata21@mail.bg



# ЦЕНТЪР ЗА ПРОФЕСИОНАЛНО ОБУЧЕНИЕ

към Съюз по хранителна промишленост



Предлагаме професионално обучение и повишаване на квалификацията по 38 професии и 76 специалности в областта на хранително-вкусовата промишленост и други сфери от икономиката на България. Обученията се удостоверяват с дипломи от Министерство на образованието.

Обученията се извършват от висококвалифицирани преподаватели с акцент върху практиката. Над 2500 човека са получили професионално образование при нас и успешно са се реализирали на пазара на труда.



Центърът за професионално обучение към СХП осигурява директен контакт с реални фирми от хранително-вкусовата промишленост.



Предстоящи курсове  
можете да откриете на

[ufi-bg.com](http://ufi-bg.com)



*Запишете се при нас, за да повишите  
своята професионална компетентност!*



# ДЕН

## на хранително-вкусовата промишленост

**12 ноември 2020 г.  
Парк-хотел „Москва“**

Празникът е придружен със

### **СЕДЕМНАДЕСЕТАТА НАЦИОНАЛНА НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКА КОНФЕРЕНЦИЯ**

на която ще обсъдим актуалните  
проблеми от днешния ден и да  
изградим обща позиция за  
бъдещото ни развитие.

Организатор:

СЪЮЗ ПО  
ХРАНИТЕЛНА  
ПРОМИШЛЕНОСТ



Да се съберем заедно, за да  
отбележим професионалния  
празник на най-големия  
отрасъл в българската  
икономика!

*Опакваме ви!*