



БЮЛЕТИН на Съюз на преработвателите на плодове и зеленчуци

Брой 5/м. май 2017 г.

Лютеницата по БС,
част 2

Злоупотреба с по-силна
позиция при договаряне

Инициативата
„КРИСТАЛНО ЧИСТИ“

Най-силните марки
на българския пазар



[Прочети повече](#)

[Прочети повече](#)

[Прочети повече](#)

[Прочети повече](#)

Обективно за едросмляната лютеница по Браншови стандарт – част 2

Както ви информирахме в брой 4 на Бюлетина на Съюз на преработвателите на плодове и зеленчуци, на 23 март Медия „Прогресив“, съвместно със специализираната лаборатория за сензорен анализ на храни и напитки Euro Sensolab Bulgaria (NSF Euro Consultants Group) и в присъствието на представител на Асоциация Активни потребители са провели сензорно проучване насочено към сравняване на продукти „Едро смляна лютеница“ и „Фино смляна лютеница“, произведени по браншови стандарт с аналогични продукти, които не притежават този стандарт.

Целта на анализа е да се определи как се позиционират продуктите, произведени по браншови стандарт спрямо сходни продукти от групата, да се установят приликите и разликите и да се предостави възможност на потребителя да направи осъзнат избор при покупката на лютеница по браншови стандарт, вземайки информирано решение и с разбирането, че за цената която заплаща, получава продукт с постоянно, контролирано и гарантирано качество и вкус.

С методиката и резултатите от изследването на едро смляната лютеница можете да се запознаете [ТУК](#), а повече информация за Браншовия стандарт и изискванията към производителите можете да откриете на страницата на СППЗ – www.org-bg.net.



INTER
CONSULT
GROUP

НИЕ ЗНАЕМ ПЪТЯ...

Ние можем да направим вашите предприятия по – конкурентни, използвайки грантовото финансиране по европейските програми.

1606 София
ул. Бузлуджа 29, офис 2, Т. 02/954 11 40, Ф. 02/954 11 20

7000 Русе
ул. Атанас Буров 2, ет.3, Т. 082/870 400, Ф. 082/870 399

9000 Варна
ул. Георги Бенковски 90, ет.1, Т. 052/604 619, Ф. 052/604 619

www.icg.bg

Защо ние сме предпочитания партньор?

- Ние сме консултантска компания с над 10-годишна история;
- Имаме разработени и финансирани над 450 проектни предложения от сектор земеделие, хранително-вкусова промишленост, лека и тежка промишленост;
- Над 130 клиента имат повече от един успешен съвместен проект с нас;
- Успяхме да осигурим над 360 млн. лева безвъзмездна финансова помощ за нашите клиенти до момента;
- Доверявайки ни подготовката и управлението на вашият проект, ние ще ви помогнем по време на целият проектен цикъл – от формулирането на идеята ви за кандидатстване до успешното му финално отчитане и получаването в пълен обем на безвъзмездната помощ.

Наши клиенти са:



KONEXTIVA®

Казусът с храни, отбелязани като детски

На 24.04. т.г. в медийното пространство се появи репортаж на тема „По-полезни ли са "детските" храни?“. В обхвата на проверката попадат детски кренвирши, луканки, майонеза и лютеница.

Като резултат, проверката установи, че „при лютеницата - няма разлика между двата вида продукти – и като състав, и като разфасовки, единствено разликата е в информацията, изложена на двата етикета“.



Съюз на преработвателите на плодове и зеленчуци, като организация на българските преработватели, считаме за необходимо да информираме потребителите, че всички консервирани плодове и зеленчуци с мотото „детски“ са произведени и етикетирани съгласно действащите законови разпоредби за специфичните изисквания към безопасността и качеството на храните, предлагани в детските заведения и училищата. С репортажа може да се запознаете [ТУК](#).



Дебют на български фирми в конкурса „Продукт на годината“

Маркетинговата концепция "Продукт на годината" е основана през 1987 г. в Париж и цели да насочи потребителите към най-добрите нови продукти, а от юли 2016 г. дебютира и в България.

Продуктите и услугите, които кандидатстват за наградата "Продукт на годината", трябва да са на българския пазар през последните 18 месеца и да покажат новост в своята категория. Кандидатствалият продукт може да бъде напълно нов на пазара или с добавена полезна новост - съставка, формула, функция.

Български фирми, на които е присъдено правото да слагат знака "Продукт на годината" върху отличените изделия са:

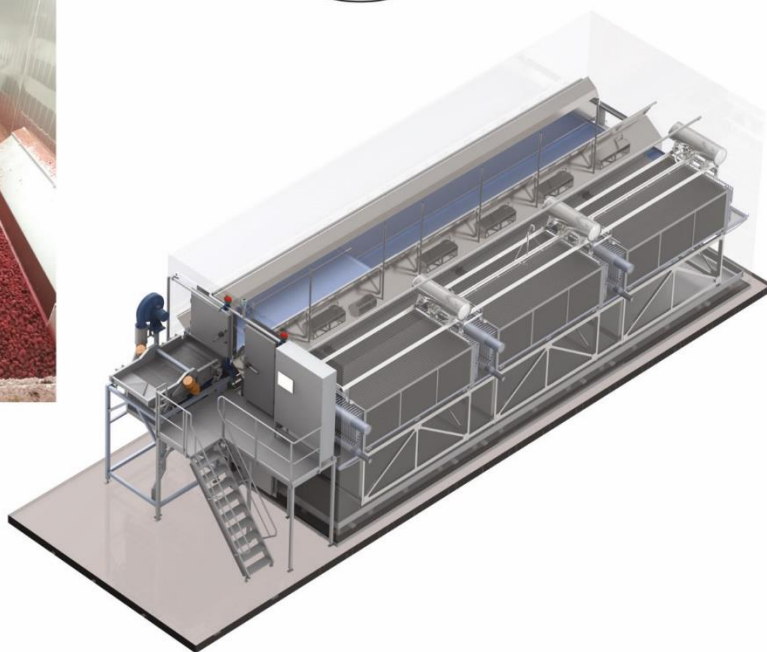
- ✓ Категория „Рула“ - Плодови рула "Свежест", Си Комерсиал 7 ЕООД;
- ✓ Категория „Едросмлени лютеници“ - Серия едросмлени лютеници, Дерони ООД;
- ✓ Категория „Дребни сладки“ - Karmela Cookies, Кармела 2000 ООД;
- ✓ Категория „Устна хигиена“ - Dental Pro, Rubella Beauty

Повече за конкурса може да научите [ТУК](#).

Източник: www.regal.bg

**УНИДЕКС Полша –
традиция и иновации
в техниката и технологията
за бързо индивидуално замразяване
на плодове и зеленчуци**

**Представителство в България -
ДАТРА ЕООД
www.datrabg.com**



ЗАЩО ДА НЕ СИ ТУК?!

(Място за вашата реклама)

Повече информация за възможностите за реклама:

info@org-bg.net

**КАМПАНИЯТА
„ВЕЛИКДЕН ЗА ВСЕКИ“**

Печен белен пипер, кисели краставички, лозови сармички, зелени сармички, лютеница и др. продукти бяха раздадени с помощта на Социалния патронаж на възрастни хора от Стара Загора. Дарението бе предоставено от фирма Конекс – Тива АД, член на СППЗ, в подкрепа на кампанията „Великден за всеки – дари празник на баба и дядо“ 2017 г.

В инициативата се включи и фирма Катрин – Ко ЕООД, която предостави на Благотворителната Католическа Организация Каритас Витания - гр. Раковски, безвъзмездно лютеница, конфитюри, майонеза, горчица и кетчуп.

Близо 320 000 лева са събрани във второто издание на националната кампания „Великден за всеки – дари празник на баба и дядо“, организирана за втора поредна година от омбудсмана М.Манолова.

Неравнопоставеност между вериги, доставчици и потребители

През лятото на 2015 г. след продължителни обществени дебати в Закона за защита на конкуренцията (ЗЗК) е въведен нов институт, забраняващ "злоупотреба с по-силна позиция при договаряне", с което се разширява кръгът на предприятията, чиито едностранни действия и поведения подлежат на контрол от Комисията за защита на конкуренцията (КЗК).

Макар че нормативната уредба на ЕС относно правилата за защита на конкуренцията не предвижда такава забрана за злоупотреба на икономически силни предприятия без господстващо положение, Регламент¹ (ЕО) № 1/2003 на Съвета предоставя свободата на държавите членки да приемат и прилагат на тяхна територия по-строги национални закони в областта на конкуренцията, които забраняват едностранни действия и поведения от страна на предприятията, както и злоупотреба по отношение на икономически зависими предприятия.

Значение на понятието "злоупотреба с по-силна позиция при договаряне"

В ЗЗК липсва легална дефиниция на понятието "злоупотреба с по-силна позиция при договаряне". Законодателят е забранил всяко действие или бездействие на предприятие с по-силна позиция при договаряне, което е в противоречие с добросъвестната търговска практика и уврежда или може да увреди интересите на по-слабата страна при договарянето и на потребителите, като единствено се е ограничил в това да изброи критериите, с оглед на които забраната ще бъде

преценявана. Такива критерии според ЗЗК са недобросъвестни действия или бездействия, които нямат обективно икономическо основание, като необоснован отказ да се доставят или закупят стоки или услуги, налагане на необосновано тежки или дискриминационни условия или неоснователно прекратяване на търговски отношения.

Въпреки това уредбата на понятието е твърде широка, от една страна, а липсата на методика, основаваща се на обективни и обосновани критерий за реда за определянето на по-силна позиция при договаряне, предоставя на КЗК възможност за субективно тълкуване при преценката дали е налице злоупотреба.

Трябва да се отбележи, че понятието "злоупотреба с по-силна позиция при договаряне" не е създадено само за да регулира отношенията между търговски вериги и техни доставчици и не поставя ограничения относно приложението ѝ спрямо конкретни продукти, например хранителни стоки. Целта на закона не е да се ограничи приложението на новия институт за определен пазар и за определени участници.

Въпреки решенията на КЗК във връзка с тълкуването на понятието "злоупотреба с по-силна позиция при договаряне" неговото бъдеще остава неясно. Последващите решения на КЗК и Върховния административен съд ще бъдат определящи относно тълкуването на законовата разпоредба.

Повече по темата може да прочетете [ТУК](#).

Източник: Мониторинг на националната преса, БАБХ



Вашите предимства:

- Пространствени решения
- Оптимална топло- и звукоизолация
- Атрактивно съотношение цена/качество
- Консултация на място

Примери за приложение:

- Производствен офис
- Помещения за служители и работници
- Съблекални
- Санитарни помещения

Свържете се с нас

Телефон: 0888 232 684
E-mail: ctx@containex.com
www.containex.com



10.3 млрд.лв. е пазарът на супермаркетите

Пазарът на бързооборотни стоки в България се е повишил с около 1% през 2016 и е достигнал 10.3 млрд. лв. по данни на ICAP. Най-големите 10 компании в сектора държат близо 39% от пазара. Ето и техните пазарни дялове според ICAP:

Компания	Дял от пазара	Брой магазини
Кауфланд България	14,2%	56
Лидл България	7,2%	83
Билла България	6,8%	110
Фантастико	4%	39
Т-Маркет	1,8%	61
Метро Кеш енд Кери България	1,4%*	11
ЦБА	1,4%	59
Пикадили	0,7%	16
Фреш Маркет	0.6%	28
Жанет	0,6%	3

* включва само продажбите на дребно на компанията, които представляват около 1/5 от общите продажби

Източник: www.economynews.bg

Предложения за промени в Наредбата за работното време, почивките и отпуските



За обществено обсъждане е публикуван проект на ПМС за изм. и доп. на Наредбата за работното време, почивките и отпуските, приета с ПМС № 72 от 1986г.

С промените се усъвършенства нормативната уредба относно сумираното изчисляване на работното време, като се уреждат правила за съставянето на графиците и за определяне на нормата за продължителност на работното време.

Друга част от промените в наредбата произтичат от предвиденото с Кодекса на труда от 1 юни 2017 г. разширяване на кръга на лицата, имащи право да ползват отпуск поради бременност, раждане и осиновяване и отпуск при смърт или тежко заболяване на родител. В тази връзка, за всеки един от видовете отпуск, изчерпателно се изброяват документите, които правоимащото лице е длъжно да приложи към писменото си заявление за ползване на отпуск до работодателя. Регламентирани са и обстоятелствата, поотделно за всеки вид отпуск, при наличието на които ползването му се прекратява. Повече по темата може да откриете [ТУК](#).

Източник: БСК

Практическо ръководство за пазара на европейски земеделски продукти в Канада

Представяме на вашето внимание ръководство, което предлага практическа информация, свързана с пазара на хранителни продукти и напитки в Канада по категории, както и общ нормативен преглед относно изискванията за достъп до канадските пазари. То представя информация от общ характер за канадския бизнес климат, която би помогнала за успешна продуктова презентация; добро позициониране и корпоративна идентичност на канадския пазар. Ръководството би било полезно на търсещите специфична аналитична информация по стокови групи, както и информация за санитарни и фитосанитарни изисквания; технически регламенти; стандарти и други изисквания, както и за процедурите по митническото оформяне на стоки по реда и при условията на Всеобхватното икономическото и търговско споразумение между ЕС и Канада (СЕТА). Справочникът представя по-конкретна пазарна информация за 15 продуктови категории, като ориентира в съответните пазарни ниши: преработени плодове и зеленчуци; пресни плодове и зеленчуци и др.

Представена е и информация за потреблението на стоки от изброените категории, за пазарния дял на такива стоки от европейски страни и тенденциите по продуктови групи; за ключовите пазари по географски критерии, както и информация за възможностите, предимствата и слабите страни при износа на хранителни продукти и напитки от европейски страни към Канада – по принцип и към отделни нейни провинции/територии.

Източник: БСК

Sarten Bulgaria Ltd.



TÜVRheinland®
CERT
ISO 9001



Сартен България ООД е фирма с утвърдени традиции и признат професионализъм в производството на леки опаковки от метал. Произвежда разнообразни по форма, размери и предназначение метални опаковки за различни сектори на промишлеността – основно хранително-вкусова и химическа. Освен в страната, продукцията на Сартен България намира широк пазар в съседните държави, Русия, Полша, Франция, Австрия, Унгария, Дания, Германия и др.

Основните видове продукти са:
 - Тридетайлни кутии с диаметър от 65 до 235;
 - Изтеглени кутии с диаметър 73 и 99;
 - Лакирана и литографирана ламарина

Офис: София, Ботевградско шосе № 229;
 тел.:02/427 06 10, 427 06 69,
 факс: 02/427 06 05

Фабрика: Плевен, Източна индустриална зона, ул. Вит № 1;
 тел.:064/80 46 00, 80 46 01,
 факс:604/80 46 05

www.sarten.bg

Инициативата „КРИСТАЛНО ЧИСТИ“

На 27 април Асоциацията на производителите на безалкохолни напитки в България и нейните членове, дадоха старт на инициативата „КРИСТАЛНО ЧИСТИ“ в сектор бутилирани води. Тя е поредната им проява за отговорност и ангажимент към българското общество.



Целта на инициативата „КРИСТАЛНО ЧИСТИ“ е:

- ✓ Да наложи спазването на най-високите стандарти за качество, прозрачност, етика и отговорност в бизнеса като норма за целия сектор и за цялата българска икономика;
- ✓ Да задълбочи доверието на потребителите в отговорните производители;
- ✓ Да направи видима разликата между коректните модели и сивата икономика, безотговорното говорене, фалшивите новини уронващи потребителското доверие в продуктите на отговорния бизнес;
- ✓ Да отстоява принципи и норми в процеса на регулация и саморегулация, които да защитават и стимулират устойчиви инвестиции;
- ✓ Да създава лидери на промяната.



Компаниите, положили началото на инициативата са фирмите - „Девин“ ЕАД; „Кока Кола ХБК България“ АД; ТПК Михалково; „Минерална вода КОМ“ ЕАД; „Акварекс В“ АД; „А И Д Комерсиал“ ЕООД; „Джи енд Ви“ ООД и ТПК „Бриз“.

Със съгласието да се включат в инициативата, те застават зад нейната мисия, както и зад финансовия ангажимент за създаване на лидери на промяната. Чрез инициативата ще се инвестира в сертификационна и академична програми по устойчиво развитие, разработени от Американски Университет България и Университета Харвард, САЩ. Програмите ще са насочени към откриването на таланти хора - служители и студенти, които ще се обучават като „лидери на промяната“. По този начин не само ще се създават знаещи и можещи специалисти за сектора, но и ще се създават и условия устойчивото развитие да бъде наложено като философия чрез реализацията на повече успешни млади хора в различните бизнес сектори, НПО и администрацията.

Партньори на инициативата са Омбудсманът на Република България, Комисията за защита на потребителите и Активни потребители, които ще са гарант за прозрачността и.

Инициативата „КРИСТАЛНО ЧИСТИ“ е отворена и за всички компании, изповядващи принципите и отговарят на високите стандарти на Мисията и могат да се включат всеки един момент.

Повече за инициативата може да научите от www.crystalclear.bsda-bg.org, както и да дадете подкрепата си и да изтеглите виртуалния стикер.

Информацията е предоставена от Асоциацията на производителите на безалкохолни напитки в България

ИНИЦИАТИВА НА:
АПБНБ

**КРИСТАЛНО
ЧИСТИ**

В БИЗНЕСА | КЪМ ОБЩЕСТВОТО | КЪМ ДЪРЖАВАТА



С ПОДКРЕПАТА НА:



Най-силните марки на българския пазар

"Проучванията досега показват, че глобалните марки са по-силни от местните. За съжаление нямаме силни индустриални марки на лидерски позиции, които да свидетелстват за ръст в икономиката", коментира Мила Векова, представител на Superbrands за България.

Разместване по сектори

Номинираните марки са позиционирани за оценяване в 27 категории. Някои от досегашните лидери запазват водещите си позиции, но при други се наблюдава динамика, показва класацията. Банка ДСК е начело в банковия сектор, където измества ПИБ, Мтел отстранява Vivacom при телекомуникациите, а българската "Биопрограма" отстранява досегашния лидер Pickwick при "Напитки - кафе, чай", уточниха от Superbrands Bulgaria. В категорията „Храни/Консервирани храни“ като лидер се налага Deroni, които са членове на Съюз на преработвателите на плодове и зеленчуци.

Методика

Методиката на подбор и оценяване на брандовете е универсална за всички над 80 държави, в които се реализира програмата Superbrands. Селекцията се осъществява на два етапа: чрез конфиденциално гласуване на членовете на независимо експертно жури - борда на Superbrands Bulgaria, и чрез национално гласуване на потребителите в интернет. Членовете на борда не получават материално възнаграждение и не оценяват марка, с която са свързани, или брандове на свои конкуренти. Партньор на Superbrands в провеждането на националното гласуване на потребителите в интернет е Институтът за пазарни проучвания GfK Bulgaria.

Източник: www.capital.bg

X SUPERBRANDS: ЛИДЕРИ В ОТДЕЛНИТЕ КАТЕГОРИИ	
април 2017	
МАРКА	КАТЕГОРИЯ - СЕКТОР
MERCEDES-BENZ	Автомобили
GOOGLE	Интернет
L'ORÉAL PARIS	Козметика и продукти за лична хигиена
В. „24 ЧАСА“	Медии – вестници и списания / всекидневен вестник
В. „КАПИТАЛ“	Медии – вестници и списания / седмичен вестник
EVA	Медии – вестници и списания / месечно списание мода и лайфстайл
bTV	Медии – телевизия и радио / национална телевизия
ДАРИК РАДИО	Медии – телевизия и радио / национално радио
COCA-COLA	Напитки – безалкохолни / газирани безалкохолни напитки
ДЕВИН	Напитки – безалкохолни / минерални води
NESTEA	Напитки – безалкохолни / негазирани безалкохолни напитки
HEINEKEN	Напитки – бира
DOMAINE BOYAR	Напитки – вина
JOHNNIE WALKER	Напитки – високоалкохолни / уиски
ABSOLUT	Напитки – високоалкохолни / водка
БУРТАС 63	Напитки – високоалкохолни / ракия
BAILEYS	Напитки – високоалкохолни / ликьор
NESCAFÉ	Напитки – кафе, чай / кафе
БИОПРОГРАМА	Напитки – кафе, чай / чай
ADIDAS	Облекло, обувки
OMV	Търговия с горива
BRITISH AIRWAYS	Пътуване – авиокомпани
HILTON	Пътуване – хотели, курортни комплекси
HAPPY BAR & GRILL	Ресторанти и кафенета
НАРОДЕН ТЕАТЪР „ИВАН ВАЗОВ“	Свободно време и забавления
ARIEL	Стоки за бита / битова химия
IDEAL STANDARD	Стоки за бита / санитарен фаянс
BOSCH	Стоки за бита / електродомашински уреди
АДРЕС НЕДВИЖИМИ ИМОТИ	Строителство и недвижими имоти
MTEL	Телекомуникации
APPLE	Технологии
ТЕХНОПОЛИС	Търговски вериги и центрове / верига хипермаркети за електроника
KAUFLAND	Търговски вериги и центрове / верига хипермаркети
ACTAVIS	Фармация и медицина
VISA	Финансови услуги / кредитни карти
БАНКА ДСК	Финансови услуги / банки
БУЛСТРАД ВИЕНА ИНШУРЪНС ГРУП	Финансови услуги / застраховане
ДАНОН АКТИВИА	Храни / млечни продукти
МАДЖАРОВ	Храни / месни продукти
DERONI	Храни / консервирани храни
LINDT	Храни / шоколадови и захарни изделия
ROLEX	Часовници и аксесоари