



# БЮЛЕТИН на Съюз на преработвателите на плодове и зеленчуци

Брой 2/м. февруари 2021 г.

Мерки 4.1 и 4.2 –  
преди и сега



[Прочети повече](#)

Промени в  
нормативната уредба



[Прочети повече](#)

Обвързано  
подпомагане 2020



[Прочети повече](#)

Честит 3-ти март,  
българи!



[Прочети повече](#)

## С какво ще се различава този прием по подмерки 4.1 и 4.2 на ПРСР от досегашните?

В предстоящия прием за първи път ще се работи по правилата на старата ПРСР, но „донякъде“ адаптирани към новостите и с бюджета на новата програма на ЕК. Това на практика е бюджетът за страната ни за 2021 г. и 2022 г., определен от Европейския земеделски фонд за развитие на селските райони по Стратегическия план с добавените средства /≈200 млн. евро/ по т. нар. Инструмент за възстановяване от кризата с COVID19.



**За какво ще се разходва бюджетът и ще има ли специфични насоки?**

Подпомагане ще получат дейности, които да са насочени към ефективно използване на ресурсите, прецизно земеделие, модернизация на производствените машини, кръгова икономика, цифровизация и др. Това са нещата, които според ЕК ще помогнат за преодоляване последиците от кризата.

**За да се отговори на новите изисквания се налага и промяна в Критериите за оценка на проектите:**

- Въвежда се изискване към кандидатите да докажат „история“ като земеделски производител или преработвателно предприятие най-малко 36 месеца.

- Лимитите за проектите и за този прием

не се различават много с тези от миналия програмен период 2014-2020. За подмярка 4.1 максималният проект ще е на стойност максимум 1,5 млн. евро, а за подмярка 4.2 - 3 млн. евро. Важно е да се отбележи, че ако даден проект по 4.1. е до 1 млн. евро, а за 4.2. до 2 млн. евро субсидията ще е по-висока и ще е 50%, а за проекти над тези суми ще е 35%.

- Допълнително увеличение на субсидията с 25% ще има за инвестиции, които допринасят за целите на Европейския инструмент за възстановяване и предстои определянето им от УО.

**Важно е да се напомни!**

- При субсидия над 50% кандидатите трябва да провеждат процедури по ПМС 160 за избор на изпълнители и доставчици по проектите.

- Определен е лимит за земеделската техника по подмярка 4.1. и не може да надхвърля 250 000 евро.

- Одобрени кандидати по 4.1 и 4.2 в миналите приеми, могат да участват, като подготвят проектите си в рамките на определените нови лимити.



**Нови критерии, на които кандидатите трябва да обърнат специално внимание:**

- Критерий, свързан с приоритетизирането на инвестициите в

насоките и приоритетите на ЕК изброени по-горе;

- Обвързването на оперативната печалба на кандидата с размера на проекта;

- Критерий, насочен към инвестиции във ВЕИ и околна среда. Инвестициите в тази посока, заедно с тези в иновации, попадат в рамката на Next Generation и за тях може да бъде получен по-висок процент финансиране – 75%;

- Приоритетни ще бъдат проекти на земеделци до 40-годишна възраст, производители и преработватели без проекти по съответната мярка до момента, групи и организации на производители, проекти за производство на биологични продукти, такива, осигуряващи запазване на заетостта, инвестиции в необлагодетелствани райони и места по Натура 2000.

**Във връзка с определяне на нови критерии за кандидатстване, Съюз на преработвателите на плодове и зеленчуци изпрати писмо до УО, с което призовава:**

1. Да се редактира предложения текст за допустимост – „история“ на кандидата от 36 м. в преработката, а да се търси опит на преработвателната единица, за която се планират и ще се извършат инвестициите;

2. За критерия „Средноаритметичният размер на оперативната печалба на кандидата от последните три години, е по-голям от общата стойност на разходите по проектното предложение“ да се промени, като за база се изчислява не оперативната печалба на кандидата, а нетните му приходи от продукция за последните три години.

За тези ни предложения сме предоставили и съответните мотиви.



# Next Generation EU – пакет за възстановяване във връзка с COVID-19

## Next Generation EU – пакет за възстановяване във връзка с COVID-19



### Инвестиции за зелен, цифров и устойчив ЕС



### Механизъм за възстановяване и устойчивост: грантове

Общо грантове: 312,5 млрд. евро



На 11 февруари 2021 г. Съветът прие регламента за създаване на Механизъм за възстановяване и устойчивост. Механизмът, разполагащ с 672,5 млрд. евро, е централен елемент на изключителното усилие за възстановяване на ЕС — Next Generation EU: план за 750 млрд. евро, договорен от лидерите на ЕС през юли 2020 г.

Тези средства ще подпомагат действията на държавите членки за справяне с икономическите и социалните последици на пандемията от COVID-19, като същевременно се гарантира, че икономиките им ще осъществят екологичния и цифровия преход и ще станат по-устойчиви и издръжливи.

За да получат подкрепа от Механизма за възстановяване и устойчивост, от държавите от ЕС се изисква да изготвят съгласуван пакет от проекти, реформи и инвестиции в шест области на политиката:

- екологичния преход
- цифровата трансформация
- интелигентния, устойчив и приобщаващ растеж и работните места
- социалното и териториалното сближаване
- здравето и устойчивостта
- политиките за следващото поколение, включително образование

Държавите от ЕС трябва по правило до 30 април 2021 г. да представят своите национални планове за възстановяване и устойчивост, в които да изложат своите програми за реформи и инвестиции до 2026г.

Източник: [www.consilium.europa.eu](http://www.consilium.europa.eu)

## Изменения в нормативната уредба:

### Наредба за храните в детските градини и училищата

От 13 февруари 2021 г. е в сила [Наредба №2 от 20 януари 2021 г. за специфичните изисквания към безопасността и качеството на храните, предлагани в детските заведения](#), училищните столове и обектите за търговия на дребно на територията на училищата и на детските заведения, както и към храни, предлагани при организирани мероприятия за деца и ученици. Наредбата е обнародвана в ДВ, бр.8 от 29 януари 2021 г.

Допустимо е децата да получават лютеница, само ако е направена по браншови стандарт. Според новата наредба храните, не трябва да съдържат консерванти, оцветители и подсладители.

### Проект: Наредба за изискванията към бързо замразените храни

Публикуван за обществено обсъждане е проект на Постановление на Министерски съвет за приемане на [Наредба за изискванията към бързо замразените храни](#). Новата наредба ще отмени действащата Наредба за изискванията към бързо замразените храни /приета с ПМС№273 от 2002 г., обн., ДВ., бр. 114 от 2002 г. /

В срок до 11 март 2021 г. могат да се изпращат писмени предложения и коментари по публикуваните документи на имейл [Yancheva@mzh.government.bg](mailto:Yancheva@mzh.government.bg)

Към търговското наименование на бързо замразената храна ще се добавя означението „бързо замразена“.

### Наредба за хранително банкиране и контрола върху тази дейност

Министерският съвет прие Постановление за приемане на [Наредба за специфичните изисквания за извършване на хранително банкиране и контрола върху тази дейност](#). Определени са специфичните условия, изисквания и отговорности на всички, които участват в дейностите по хранително банкиране – бизнес оператори, оператори на хранителни банки, контролен орган. Разписани са условията, при които операторът на хранителна банка може да приема от бизнес оператори годни за консумация храни, непосредствено преди изтичане на срока за годност. По този начин годната и безопасна за консумация храна ще остане в хранителната верига.

### Наредба за стикери на превозните средства за транспортиране на храни

Транспортните средства, които превозват някои видове храни ще имат нови стикери, издадени от Българската агенция по безопасност на храните. Това е залегнало в [Наредба за условията и реда за издаване на стикер за удостоверяване регистрацията на превозните средства за транспортиране на храни](#).

Стикерите ще са задължителни за бизнес операторите, обектите за производство, преработка и/или дистрибуция на храни и на хранителните добавки и храните, предназначени за употреба при интензивно мускулно натоварване.

Издадените стикери ще бъдат вписани в регистър.

## Одобрени са ставките по схемите за обвързано подпомагане за плодове и зеленчуци: Кампания'20

Определени са ставките по схемите за обвързано подпомагане за плодове и зеленчуци за Кампания 2020, със заповеди на министъра на земеделието, храните и горите Десислава Танева.



Размерът на ставките при някои от схемите е увеличен с близо 55 % , спрямо 2019 г. Ръстът е вследствие на допълнителното финансиране по схемите за обвързана подкрепа от направения трансфер на средства от ПРСР със Директни плащания за Кампания 2020, както и от завишения контрол от страна на МЗХГ и ДФ „Земеделие“, чиято цел е недопускане на заявяване на обвързана подкрепа без реална продукция.

При обвързаното подпомагане за оранжерийни зеленчуци, земеделските стопани с допустими площи и доказали необходимите добиви, ще получат по 16 985,92 лева на ха.



При подпомагането на плодове от основната група е определена ставка от 2252,97 лева за първите 30 ха, а над 30 ха - 1501,98 лева.

При схемата за обвързано подпомагане на домати, краставици, корнишони и патладжан до 30 ха е заложена ставка от 2090,37 лв./ха, а над 30 ха – 1393,58 лв.

Определеният размер на плащането за един допустим за подпомагане хектар по схемата за пипер е 2926,65 лв. за първите 30 ха, а над 30 ха - 1951,10 лв. на ха.



Субсидията по схемата за обвързано подпомагане за зеленчуците моркови, зеле, дини и пъпеши е 1245,98 за първите 30 ха и 830,65 лв./ха за всеки следващ над 30 ха.

Размерът на подпомагането по схемата за картофи, лук и чесън е 2161,49 лв./ха за първите 30 ха и 1440,99 лв./ха за допустимите площи над 30-ия хектар.

По схемата за обвързано подпомагане на сливи и десертно грозде ще се изплаща по 1150,19 лв./ха за първите 30 ха и 766,79 лв./ха за всеки следващ.

Държавен фонд „Земеделие“ ще изплати на 1 март 2021 г. субсидиите на земеделските стопани, заявили площи с плодове, зеленчуци през кампания 2020 г.

Източник: [www.mzh.government.bg](http://www.mzh.government.bg)

# Топ 8 на потребителските нагласи през 2021 година

## Анализ на „EUROMONITOR“

Анализаторите на [агенция „Euromonitor“](#) публикуваха ежегодния си доклад под наслов: **Ключови тенденции в потребителското поведение през 2021 год.**

През 2020 г. светът се измени драматично. Ситуацията с COVID-19 затрудни всички без изключения и принуди човечеството да се приспособява бързо към новите условия. Формирането на нови житейски навици се ускори и новият начин на живот и развитие никога няма да бъдат същите, както преди пандемията.

Потребителят през 2021 год. коригира своите цели и желания, иска да подобри състоянието си, както и света за себе си и за близките си. Налице е стремеж към избор на добре обмислени и рационални решения, съобразени със ситуацията.



### 1. Втори шанс да създадем по-добро бъдеще!

Потребителите вече не възприемат бизнеса като предприятия за реализиране само на печалби. Основното очакване е свързано със защита интересите на обществото и планетата. Компаниите са задължени да подпомагат изменението на планетата, като ориентират своите бизнеси към социални ценности, както и да намалят неравенството и вредите, които нанасят на околната среда.

### 2. Намаляване количеството на използваните пластмаси



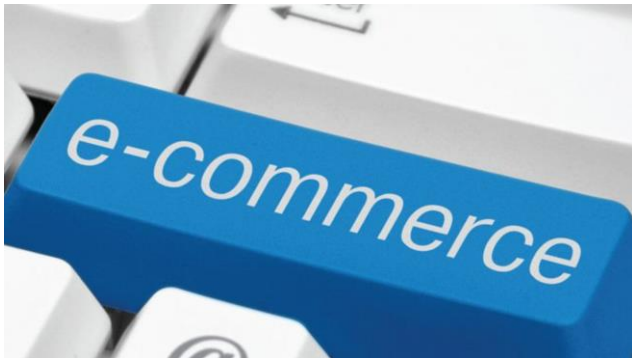
Тази задача беше главен приоритет за потребителите още преди пандемията, но по време на настоящата криза обществото превключи от бавните екологични заплахи към неотложните социални приоритети. Потребителите очакват и изискват от бизнеса защита на здравето и благополучието им. Кризата в опазването на общественото здраве повлия съществено на потребностите на хората и техните покупателни навици. В цял свят се наблюдава много висока емпатия /загриженост за щастието на другите/ към търговските марки с изразена чувствителност към социалната отговорност.

По време на пандемията ръководствата на социално отговорните компании в цял свят открито общуват с потребителите и проявяват инициативи за защита на персонала си; клиентите си и обществото като цяло. Пандемията накара бизнеса да преразгледа продуктите си линии с цел развиване на емоционални връзки с потребителите и обръщайки особено

внимание на социално уязвимите групи от населението. През август 2020 г. топ мениджърите на водещи световни компании създадоха благотворителна организация „LEADERS ON PURPOSE”, която разработи икономическа карта на действията, които да подобрят състоянието на света.

### 3. Удобство

В новите епидемични условия на живот потребителите жадуват за опростени начини на предлагане и възприемане на новите и старите продукти. Компаниите се намират под задълбочаващ се натиск от страна на потребителите в тази посока. Това налага бизнесът бързо да адаптира своите процеси на производство и дистрибуция, за да създаде устойчив клиентски опит при съхраняване и развиване на удобствата на потребление.



### 4. COVID-19 съкрати импулсите разходки и дейности извън дома

Все повече потребители са длъжни да планират голямата част от деня си в съответствие с налаганите рестриктивни мерки – например посещения в магазини; обществени мероприятия; посещения на културни мероприятия и др. Потребителите искат да си върнат предишното удобство на избор и спонтанност на решенията си и затова търсят други източници за удовлетворяване на своите желания и

потребности. Това предизвика индустриален бум в развитието и разпространението на цифровите технологии.

Електронната търговия се явява изход от тази сложна ситуация. Използването на този канал обаче варира в зависимост от поколенията и компаниите са длъжни да отчитат това несъответствие как възрастовите групи възприемат понятието „удобство на използването”. Младите потребители предпочитат цифровото взаимодействие, докато по-възрастните предпочитат живи представители в сферата на обслужването. Очаква се потребителските разходи да продължат да се свиват във връзка с трайния икономически спад и затова удобството ще играе ключова роля при вземане на решение за покупка.

### 5. На чист въздух

Все повече потребители избират развлечения и срещи на открито и на чист въздух. Разширява се тенденцията за търсене на трайно пребиваване в селски райони. Много компании въведоха провеждане на мероприятията си на улиците при спазване на ограничителните мерки, което позволи на потребителите да се чувстват по-безопасно. За много от нас възможността да прекараме време извън дома се явява начин да съхраним не само физическото си, но и психическо здраве.





## 6. Сблъскване на живота с цифровия свят или „PHIGITALREALITY“

Цифровите технологии позволяват на потребителите да останат във връзка с външния свят, намирайки се у дома и безопасно да общуват докато икономиката отново ще се активизира. „PHIGITALREALITY“ е хибрид между физическия и виртуалния свят, където потребителите могат безпрепятствено да живеят, работят, да правят покупки и да релаксират както лично така и онлайн. Видеоконференции, умни устройства и технологии помагат на потребителите на формират нови привычки в работата, обученията, физически упражнения, покупки и общуване. Компаниите са длъжни да предлагат решения, които да отчитат желанието на потребителите максимално да се съкрати загубата на реално време и повишаване на удобството на потребление и безопасност.



## 7. Работа-семејство-социален и личен живот! Управлението им едновременно е нова възможност

Важно за потребителите е да съхранят границата между задачите пренесени за изпълнение в домашен режим и изпълнение на ключовите и важни цели и задачи в индивидуалния живот. Страхът от инфекцията и повишената осведоменост стимулират търсенето и употребата на хигиенни средства, както и стимулират към

социалните взаимодействия. Компаниите са длъжни да успокоят потребителите и да продължат активно да внедряват максимална безопасност в ежедневноста си работа.



## 8. Работното място в нови пространства

Изразът "Извън от офиса" придоби ново значение през 2020 г. Работните места в нови пространства оказаха влияние на живота на потребителите - от избора на облекло до технологии за организация на производствения процес, навици на хранене и др. Потребителите търсят нови способности за определяне началото и края на работния ден, тъй като с всички сили се опитват да управляват своето време. Бизнесът е длъжен да осигури поддържане на баланса между работата и личното време, продуктивността и комуникационните потребности на своите служители.



Източник: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

## Новите оранжерии: От разгърнати по покривите до закотвени под водата

Как жителите на Копенхаген похапват посред зима свежи салати, които са местно производство?

Отговорът е в едно хале в индустриалната зона на датската столица.

### Вертикална градска ферма

Там по контролиран, изцяло изкуствен метод, се отглеждат пресни салати. Роботизирани возила разнасят семената и разсада за засаждане в хидропонен разтвор. Зеленчуците се отглеждат на бледолилава светлина, която замества слънчевите лъчи. Въглеродният отпечатък от производството е почти равно на нула, а електроенергията идва от ветрогенератори

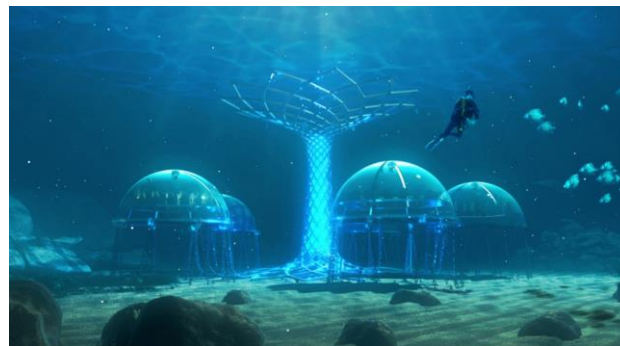
„В началото на кризата с Covid-19, когато някои страни затвориха границите си, хората си дадоха сметка, че доставките на храна трябва да са по-сигурни. Едно от решенията е вертикалните ферми и месното производство.“, казва директорът на компанията Андерс Риeman.

Доказателство за думите му са данните за мащабите на производството. 15 реколти годишно очакват създателите на една от най-големите вертикални градини в Европа. 200 тона продукция са предвидени за първото тримесечие на тази година. До края на годината фермата на закрито в Амстердам ще произведе 1000 тона храни. Тенденцията за земеделско производство в градовете, нашумяла в САЩ и Азия, добива все по-големи мащаби в Европа.

Уникално е също, че фермата използва едва един литър вода за килограм продукция, което е 250 пъти по-малко от водата, използвана на полето.

### Зеленчуците в магазина са от покрива му

Марули, домати и ягоди пък се отглеждат върху покрива на Парижкия изложбен център. Покривните градини всъщност се превръщат в мода. Супермаркети и индустриални сгради все по-често си създават такива градини. Локалното производство захранва с пресни плодове и зеленчуци местни ресторанти. А някои от магазините продават на място реколтата от покрива си. Предимството на тази продукция е, че избягва складиране и транспортиране, като стига до клиентите в максимално свеж вид.



### Земеделци водолази и оранжерии под водата

От няколко години италиански водолази градинари отглеждат свежи и зелени подправки под водата, без пестициди и без пръст. Това са сферични оранжерии, закотвени на 8 метра под водата. Температурата е постоянна, светлината прониква през прозрачни куполи. Вътре няма вятър, а изпарената вода се използва за напояване. Създателите наричат оранжерииите си „Градините на Немо“. Целта им е да докажат подводната среда като ефективно пространство за производство на храна.

Източник: [www.agri.bg](http://www.agri.bg)

## Честит ни 3-ти март!

3-ти март е изключително важен. Не само защото е празник на свободата, която извоюваме след векове на робство и белязал националния ни характер завинаги. Не само защото е еманация на борбения български дух, който обединява и води в преломни моменти на трудности, трагедии, но и триумф.

3-ти март е велика дата, защото тя носи в себе си основното нещо, което е правило народа ни велик и което може да го направи велик отново – чувството за съпричастност, чувството за принадлежност, чувството за обединение.

Нашите предци са успявали много пъти да изтръгнат България от ступора, заради който тя е стояла на ръба на не една бездна. Заплахата да бъде унищожена, претопена, унижена или духовно смазана е надвисвала много пъти над поколенията българи през вековете. Винаги обаче те са намирали у себе си сили да се обединят и да си спомнят, че са част от нещо по-голямо и по-важно от личните амбиции, от егото, от спасяването по единично, от отделния живот. Българският народ винаги е изумявал себе си и света, когато се е надигал като един. Българският дух не е просто една химера, за която четем в учебниците по история и в романите. Ние имаме късмета да принадлежим към народ и

то не какъв да е. Народ древен, смел и мъдър. Народ, който много пъти е патил и чиято съдба е била такава, че да се сблъска с много трудности и трагедии през живота си. Народ, който обаче, притиснат до стената, събира сили и прави лъвски скок напред, защото няма какво да губи. Народ достоен, открит и добър. Народ, родил Аспарух и Самуил, Ботев и Левски, Опълченците на Шипка. Кръвта на тези хора тече в нашите вени. Духът им направлява нашия дух. Не е ли това достатъчно, за да живее у нас, днес особено, но и не само днес, гордостта, че принадлежим към нещо толкова голямо и велико?

Ние се нуждаем от тази гордост. И днес на България не ѝ е лесно. Не ни е лесно и на нас. Ако обаче живеем, обичайки страната си, близките си и самите себе си, така нужното ни обединение няма да е просто надпис над една уж важна сграда.

Важните сме ние! Важно е да помним корените си, традициите си! Важно е и да помним героите си, защото имаме вечен дълг към тях и трябва да заслужим подвизите им.

Важно е да помним! Защото тази памет ще ни помогне да научим уроците на историята и ще ни направи по-силни, по-достойни и по-задружни като народ.

