

سازمان ملی استاندارد  
و گالری استاندارد



نشریه داخلی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران  
سال دوم - شماره چهارم - تابستان ۱۴۰۲

دکتر پریسا فلاحی، رئیس کمیته فنی انجمن  
صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران خبر داد:

**استاندارد فرآورده‌های گوشتی  
تخمیری؛ در دست تدوین**



**تلاش برای ایجاد تغییر  
در فهرست کالاهای آسیب‌رسان**





## سوسیس و کالباس

سال دوم، شماره چهارم، تابستان ۱۴۰۲



نشریه داخلی  
انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران

## سوسیس و کالباس

مدیر مسئول:

جمال حسین‌زاده

صفحه آرایی:

آتلیه اقتصاد سبز

چاپ: یسنا

آدرس: خیابان قائم مقام فراهانی

نبش کوچه بیست و چهارم

پلاک ۱۴۸ طبقه اول غربی

انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران

تلفن: ۸۸۸۴۳۴۷۹

نمابر: ۸۸۳۰۵۵۰۲

پست الکترونیکی:

info@mppsos.com

## فهرست مطالب

- تلاش برای ایجاد تغییر در فهرست کالاهای آسیب‌رسان / ۴
- استاندارد فرآورده‌های گوشتی تخمیری در دست تدوین / ۶
- تأمین نیروی انسانی، بحران جدید تولید / ۷
- بزرگترین رسالت انجمن فرآورده‌های گوشتی فرهنگسازی است / ۸
- معرفی ۱۵ تولیدکننده بزرگ صنعت سوسیس جهان / ۹
- تداوم رشد بازار کالباس و بیکن در بازار جهانی / ۱۰
- اخبار کوتاه / ۱۲
- رشد قابل توجه صنعت سوسیس / ۱۴
- رونمایی از جدیدترین «سوسیس هافمن» / ۱۵
- صادرات فرآورده‌های گوشتی زیر ذره‌بین / ۱۶
- معرفی بهترین سوسیس نیوزیلند / ۱۹
- تغییر فرمول پخت ناگت‌های مک دونالد / ۲۰
- صنعت گوشت قرمز استرالیا و هدف‌گیری بازار انگلیس / ۲۱
- تولید ۶ نمونه محصول در شرکت «رباط» / ۲۲

### سرمقاله

## اجحاف بزرگ به یک صنعت!

قرار گرفتن فرآورده‌های گوشتی در فهرست کالاهای آسیب‌رسان بی‌شک یکی از بزرگترین اجحاف‌های صورت گرفته به یک صنعت در کشور به‌شمار می‌رود، چرا که برای صنعتی که ضوابط بهداشتی و ملزومات قانونی را جهت اخذ پروانه‌های دستگاه‌های نظارتی رعایت کرده، تمام واحدهای شناسنامه‌دارش مسؤولین فنی فعال دارند، دستگاه‌های نظارتی نظیر سازمان ملی استاندارد و اداره نظارت بر مواد غذایی و آشامیدنی وزارت بهداشت رصد کامل بر پروسه تولید آن‌ها دارند و از همه مهمتر مصرف سرانه پایین‌تر از متوسط جهانی در کشور وجود دارد، قرار گرفتن در فهرست کالاهای آسیب‌رسان و افزودن هزینه‌های تولید با تحمیل عوارض و مالیات مضاعف، ممنوعیت تبلیغات و نداشتن رسانه برای معرفی بهتر محصول، اجحاف به یک صنعت تلقی می‌شود.

البته نمی‌توان منکر تقلب و وجود واحدهای زیرزمینی در هر صنفی شد، اما روئت کلیت یک صنعت به‌خصوص واحدهای شناسنامه‌دار یک صنعت که عضو انجمن نیز هستند و تصمیم‌گیری یکجانبه قطعاً راه مثمر‌تر و عادلانه‌ای نخواهد بود.

خوشبختانه با رایزنی‌های گسترده کمیته‌های تخصصی انجمن، خبرهای خوبی در راه است و به نظر می‌رسد با اصلاح این قانون و خروج فرآورده‌های گوشتی از فهرست کالاهای آسیب‌رسان بارقه‌های امید در این صنعت برای کاهش قیمت مصرف‌کننده و ارتقای مصرف سرانه دوباره روشن شود.

سردبیر



مهندس جمال حسین‌زاده، دبیر انجمن  
صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران خبر داد:

## تلاش برای ایجاد تغییر در فهرست کالاهای آسیب‌رسان

«برای ایجاد تغییر در فهرست کالاهای آسیب‌رسان و خروج محصولات سوسیس و کالباس از این فهرست، کمیته تخصصی فنی انجمن طی جلسات کارشناسی با نمایندگان اداره نظارت بر مواد غذایی وزارت بهداشت پیگیر موضوع هستند و با توجه به مقایسه سرانه مصرف در کشور، امیدواری به خروج فرآورده‌های گوشتی از این فهرست ایجاد شده است.»  
آنچه خواندید بخش‌هایی از صحبت‌های مهندس جمال حسین‌زاده، دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران است که مشروح آن در ادامه می‌آید:



عکس: سوسیس و کالباس - شکوفه خوش‌نثار



اخذ مجوزهای سازمان غذا و دارو و سازمان ملی استاندارد ایران، موجب اطمینان خاطر مصرف‌کننده از رعایت کلیه موازین بهداشتی از مرحله تأمین مواد اولیه مصرفی تا عرضه محصولات می‌شود

به‌زودی مورد بازدید قرار خواهند گرفت و نمونه محصولات جهت آزمایش بافت‌شناسی تولید خواهد شد.

◀ **آیادرج لوگوی انجمن بر روی محصولات فرآورده‌های گوشتی و یا گریبندی کیفی تولیدکنندگان می‌تواند راهی برای اطمینان خاطر مصرف‌کنندگان و مقابله با تخریب‌های فضای مجازی تلقی شود؟**

در مورد رتبه‌بندی کیفی محصولات داشتن پروانه ساخت و اخذ مجوز استفاده از نشان ملی استاندارد ایران و نظارت مستمر مسئول فنی، مسئول کنترل کیفیت بیانگر رعایت موازین کیفی و بهداشتی است.

موضوع رتبه‌بندی شرکت‌های تولیدکننده جزو ضوابط وزارت بهداشت و درمان است که تهیه چک لیست ارزیابی برنامه‌های پیش‌نیازی در واحدهای تولیدی از سوی اداره نظارت بر مواد غذایی وزارت بهداشت به صورت مستمر تهیه و امتیاز کسب شده واحدهای تولیدی به طور مستمر بازنگری می‌گردد. همچنین حسب اطلاع در برنامه‌های سازمان ملی استاندارد ایران طبقه‌بندی واحدهای تولیدی با درج نشان‌های تشویقی بر روی محصولات در دست بررسی و تصمیم‌گیری است.

اخذ مجوزهای سازمان غذا و دارو و سازمان ملی استاندارد ایران، موجب اطمینان خاطر مصرف‌کننده از رعایت کلیه موازین بهداشتی از مرحله تأمین مواد اولیه مصرفی تا عرضه محصولات می‌شود.

◀ **مهم‌ترین مشکلات پیش‌روی تولیدکنندگان در نیمه نخست سال جاری را تشریح کنید.**

تولیدکنندگان فرآورده‌های گوشتی در نیمه نخست سال جاری با کاهش تقاضا برای خرید محصولات تولیدی مواجه بودند، افزایش قیمت مواد اولیه مصرفی و کاهش قدرت خرید مصرف‌کنندگان موجب کاهش تقاضا و تغییر الگوی مصرف، موجب گرایش به سمت محصولات با درصد گوشت کمتر شده است.

◀ **انجمن جهت اطمینان بخشیدن به مصرف‌کنندگان در خصوص مصرف فرآورده‌های گوشتی باید از چه اهرم‌هایی استفاده کند؟**

برای ایجاد تغییر در فهرست کالاهای آسیب‌رسان سلامت و خروج محصولات کالباس و سوسیس از این فهرست، کمیته تخصصی فنی انجمن طی جلسات کارشناسی با نمایندگان اداره نظارت بر مواد غذایی پیگیر موضوع هستند و با توجه به مقایسه سرانه مصرف در کشور، امیدواری به خروج فرآورده‌های گوشتی از این فهرست ایجاد شده است.

همچنین اقدامات اجرایی جهت بازنگری در استاندارد ملی شماره ۲۳۰۳ و مطالعه میکروسکوپی ذرات مولکولی غضروف و استخوان، طرح پژوهشی با محوریت پژوهشکده کشاورزی و صنایع غذایی سازمان ملی استاندارد در دست اجرا می‌باشد.

ضمناً در اجرای این طرح پژوهشی نمایندگان اداره نظارت بر مواد غذایی و نمایندگان آزمایشگاه مرجع غذا و دارو همکاری فعال دارند و ۱۴ شرکت تولیدکننده فرآورده‌های گوشتی جهت تهیه نمونه محصولات برای آزمایش بافت‌شناسی از سوی سازمان‌های نظارتی انتخاب شده‌اند و پروژه تحقیقاتی در حال اجرا می‌باشد.

تاکنون نمونه‌سازی در شرکت رباط انجام شده است و شرکت‌های آندره و پاک تلیسه (۲۰۲) هم

دکتر پریسا فلاحی، رئیس کمیته فنی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران خبر داد:

## استاندارد فرآورده‌های گوشتی تخمیری در دست تدوین



«قرار گرفتن انواع سوسیس و کالباس در لیست کالاهای آسیب‌رسان و ممنوعیت صحبت کردن در مورد این فرآورده‌ها در رسانه‌های جمعی، متأسفانه منجر به حذف ابزارها و تریبون لازم جهت ارائه اطلاعات علمی و آموزش‌های لازم در رابطه با میزان و نحوه مصرف این فرآورده‌ها و ارتباط مؤثر انجمن با مصرف‌کنندگان شده است.»

دکتر پریسا فلاحی، رئیس کمیته فنی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران ضمن بیان این مطلب نکاتی خواندنی را مطرح کرد که در ادامه می‌آید.

آمدن قیمت محصولات با توجه به قدرت خرید مردم نیز از جمله عواملی است که می‌تواند نقش مؤثری در ارتقای مصرف سرانه فرآورده‌های گوشتی ایفا کند.

«آبادرج لوگوی انجمن بر روی محصولات فرآورده‌های گوشتی و یا گریه‌بندی کیفی تولیدکنندگان می‌تواند راهی برای اطمینان خاطر مصرف‌کنندگان و مقابله با تخریب‌های فضای مجازی تلقی شود؟»

انجام هر گونه طرح تشویقی یا تنبیهی از جانب انجمن تنها در صورتی مؤثر است که اطلاع‌رسانی مناسب در این خصوص به مصرف‌کنندگان نیز صورت پذیرد که در حال حاضر ابزار خاصی در دست نیست.

«برای خروج فرآورده‌های گوشتی از لیست کالاهای آسیب‌رسان چه پیشنهاداتی دارید؟»

طبقه‌بندی و بررسی کارشناسانه و واقع‌بینانه و آنالیز ریسک انواع فرآورده‌های گوشتی با توجه به حقایق تغذیه‌ای (nutrifact) و میزان سرانه مصرف این فرآورده‌ها نقش مهمی در این خصوص ایفا می‌کند.

لطفاً گزارشی از فعالیت کمیته فنی در نیمه نخست سال آرایه دهید و در خصوص برنامه‌های آتی توضیح دهید. هم‌اکنون استاندارد فرآورده‌های گوشتی تخمیری در حال تدوین است.

نامه‌های مختلف با ارگان‌های مذکور، کوشیده است.

«مهم‌ترین اقدامات در راستای افزایش مصرف سرانه فرآورده‌های گوشتی را با توجه به میانگین پایین مصرف در کشور تشریح کنید.»



خروج این کالاها از لیست کالاهای آسیب‌رسان سلامت و در اختیار داشتن تریبون لازم جهت ارائه آموزش‌ها و اطلاعات علمی به مصرف‌کنندگان بسیار می‌تواند مؤثر باشد. پایین آمدن قیمت مواد اولیه و در نتیجه پایین

«مهم‌ترین مشکلات پیش‌روی تولیدکنندگان در نیمه نخست سال جاری را تشریح کنید.»

کمبود مواد اولیه، متغیر بودن قیمت‌ها، تغییر دستورالعمل‌ها و ضوابط نشانه‌گذاری استاندارد بدون هماهنگی با صنعت از جمله مهم‌ترین مشکلات تولیدکنندگان صنایع فرآورده‌های گوشتی به‌شمار می‌رود.

تغییرات ضوابط نشانه‌گذاری و لیبلینگ بدون هماهنگی و مشورت با صنعت، علاوه بر اینکه سبب سردرگمی مصرف‌کنندگان می‌شود، بلکه منجر به تحمیل هزینه‌های زیاد به صنعت برای اعمال تغییرات موردنظر می‌شود که در این شرایط اقتصادی تحمیل بار اضافی مالی به تولیدکنندگان است.

«انجمن جهت اطمینان بخشیدن به مصرف‌کنندگان در خصوص مصرف فرآورده‌های گوشتی باید از چه اهرم‌هایی استفاده کند؟»

قرار گرفتن انواع مختلف سوسیس و کالباس در لیست کالاهای آسیب‌رسان و ممنوعیت صحبت کردن در مورد این فرآورده‌ها در رسانه‌های ارتباط جمعی، متأسفانه منجر به حذف ابزارها و تریبون لازم جهت ارائه اطلاعات علمی و آموزش‌های لازم در رابطه با میزان و نحوه مصرف این فرآورده‌ها و ارتباط مؤثر انجمن با مصرف‌کنندگان شده است.

با این حال انجمن سال‌هاست که همواره در راستای اعتلای کیفیت این محصولات از طریق همکاری نزدیک با ارگان‌های نظارتی و انعقاد تفاهم



# تأمین نیروی انسانی، بحران جدید تولید

محسن گل افشانی - نایب رئیس هیأت مدیره انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران

کوچک محسوب می‌شوند.

توصیه می‌گردد که دبیرستان‌های کارودانش که نیروی انسانی ماهر را آموزش می‌دهند. با توجه به نیاز واحدهای تولیدی فعال شوند.

وزارت کار نیز در در رابطه با کار اتباع خارجی راهکار و قوانین کاربردی اعلام نماید و شرایط فعالیت قانونی این افراد را مهیا کند تا با کنترل‌های بهداشتی به‌خصوص در واحدهای تولید غذایی از مخاطرات سلامتی و بهداشتی جلوگیری شود.

در نهایت شایسته است مدیران واحدهای فرآورده‌های گوشتی با نگاه ویژه‌ای به رفاه نیروی انسانی مانند بیمه‌های تکمیلی و ایجاد مشوق‌های شغلی جهت کارگر جذابیت‌هایی ایجاد کنند.

فولاد، خودروسازی، لوازم خانگی به علت پرداخت حقوق‌های بالا و داشتن مشوق‌های شغلی به عنوان یک رقیب در جذب نیروی انسانی برای واحدهای



بحران تأمین نیروی انسانی ماهر در آینده نزدیک مشکلات فراوانی را برای واحدهای فرآورده‌های گوشتی به‌وجود خواهد آورد. البته که واحدهای مستقر در شهرهای صنعتی و بزرگ در حال حاضر با این موضوع روبه‌رو هستند.

از آنجایی که تولید سوسیس و کالباس و آماده‌سازی و استخوان‌گیری گوشت و مرغ یک فرآیند وابسته به نیروی انسانی ماهر می‌باشد و تکنولوژی و ماشین‌آلات با راهبری فرد قابل استفاده می‌باشند و به تنهایی کاربرد ندارند، لذا نقش کارگر برجسته و مهم است.

با توجه به شرایط اقتصادی کارگر رغبتی برای کار با شرایط تقریباً مشکل در صنعت فرآورده‌های گوشتی ندارد.

صنایع بزرگ و دولتی که از رانتهای فراوانی برخوردار هستند مانند صنایع



محمد کاظم اوجی، مدیرعامل «دمس شیراز»:

## بزرگترین رسالت انجمن فرآورده‌های گوشتی فرهنگسازی است



«محصولی که براساس استانداردهای مصوب ملی و با اخذ پروانه بهداشتی تولید شده، ماهیتاً نمی‌تواند کالای آسیب‌رسان تلقی شود که اگر این‌گونه باشد بایستی در همان مراحل اولیه بررسی‌های لازم انجام شود...»  
آنچه خواندید بخش‌هایی از صحبت‌های محمد کاظم اوجی، مدیرعامل «دمس شیراز» است که ماحصل آن را در ادامه می‌خوانید.

✉ برای خروج فرآورده‌های گوشتی از لیست کالاهای آسیب‌رسان چه پیشنهادهایی دارید؟

در حله اول باید در نظر داشت که محصولی که براساس استانداردهای مصوب ملی و با اخذ پروانه بهداشتی تولید شده ماهیتاً نمی‌تواند کالای آسیب‌رسان تلقی شود، که اگر این‌گونه باشد بایستی در همان مرحله اولیه بررسی‌های لازم انجام گردد، لذا تکیه بر ارزش‌های غذایی فراوان و مطابقت با سلیقه متفاوت از جمله شاخص‌های قابل توجه در فرآورده‌های گوشتی می‌باشد. آگاهی‌سازی، تبلیغات و برگزاری بازدیدهای عمومی از کارخانجات تولیدی می‌تواند باعث شفاف‌سازی و ایجاد اطمینان خاطر در مصرف‌کننده گردد.

✉ لطفاً گزارشی از فعالیت کمیته فنی در نیمه نخست سال آرایه دهید و در خصوص برنامه‌های آتی توضیح دهید.

به‌عنوان حرف آخر باید خاطر نشان ساخت که برای چرخاندن چرخ تولید هر کارخانه اقشار مختلفی از جامعه شامل دکتر، مهندسین، کارشناسان، کارگران، رانندگان و طیف وسیعی از افراد با تخصص‌های متفاوت دست‌به‌دست هم می‌دهند. بنابراین حمایت از صنعت در حقیقت بانی آوردن نان بر سفره خیل کثیری از جامعه می‌شود. لذا امید است با کمک و یاری در مسیر رشد و شکوفایی صنعت، باعث آبادی روزافزون کشور عزیزمان ایران باشیم.

✉ مهم‌ترین اقدامات در راستای افزایش مصرف سرانه فرآورده‌های گوشتی را با توجه به میانگین پایین مصرف در کشور تشریح کنید.

همانطور که قبلاً هم اشاره شد، قطعاً اطلاع‌رسانی در خصوص ارزش‌های غذایی فرآورده‌های گوشتی و ایجاد اطمینان خاطر در زمینه تولید بهداشتی با نظارت کامل توسط کارشناسان مجرب و همچنین استفاده از مواد اولیه مرغوب و سالم در کارخانجات صاحب‌نام، می‌تواند راه‌گشای افزایش سرانه مصرف این فرآورده‌ها باشد.

✉ آیا درج لوگوی انجمن بر روی محصولات فرآورده‌های گوشتی و یا گردبندی کیفی تولیدکنندگان می‌تواند راهی برای اطمینان خاطر مصرف‌کنندگان و مقابله با تخریب‌های فضای مجازی تلقی شود؟

مسئله‌شایان ذکر در خصوص درج لوگوی انجمن فرآورده‌های گوشتی بر پوشش محصولات این است که اگر چه ممکن است این امر در ایجاد اطمینان خاطر در مصرف‌کننده تأثیرگذار باشد، لیکن سؤال مطرح شده این است که آیا وجود لوگوهای ادارات نظارتی که ضامن سلامت و کیفیت کالا می‌باشند، نباید همین نقش را در ذهن مصرف‌کننده تداوم کند؟ همچنین در خصوص گردبندی کارخانجات، لازم به ذکر است که این مسئله، نیازمند بررسی دقیق، علمی و عملی زیر نظر متخصصین امر بوده و قطعاً قوانین حال حاضر در این خصوص بسیار غیرمنصفانه و غیر کاربردی می‌باشد.

✉ مهم‌ترین مشکلات پیش‌روی تولیدکنندگان در نیمه نخست سال جاری را تشریح کنید.

متأسفانه امروز مسائل عدیده‌ای گریبانگیر تولیدکنندگان کلیه صنایع شده است که از جمله امکان تأمین مواد اولیه، تأمین نقدینگی، قوانین دست و پاگیر، واردات و صادرات، عدم ثبات بازار و... اشاره کرد. از سوی دیگر قطعاً همانند بقیه اقشار جامعه، مشکلات اقتصادی، بیش از هر مسأله دیگری حائز اهمیت بوده و این امر بر کلیه امور تولیدی تأثیرگذار می‌باشد.

✉ انجمن جهت اطمینان بخشیدن به مصرف‌کنندگان در خصوص مصرف فرآورده‌های گوشتی باید از چه اهرم‌هایی استفاده کند؟

بی‌شک یکی دیگر از بزرگترین مشکلات تولیدکنندگان فرآورده‌های گوشتی در عرصه فروش، عدم آگاهی مصرف‌کننده و سوء استفاده عده‌ای غیرصاحب‌نظر و تبلیغات منفی در زمینه مصرف این فرآورده‌ها می‌باشد، لذا به‌نظر می‌رسد بزرگترین رسالت انجمن فرآورده‌های گوشتی، فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی به عموم مردم جامعه می‌باشد که البته این مسأله دست‌یاری ارگان‌های نظارتی را به‌عنوان بازوی کمکی به انجمن می‌طلبد تا با توجه به اعتماد مصرف‌کننده به آنها، بتوان در راستای برطرف کردن شک و بدگمانی جامعه به این فرآورده‌ها گام برداشت.





## معرفی ۱۵ تولیدکننده بزرگ صنعت سوسیس جهان

سر ویس بین الملل: صنعت سوسیس یکی از صنایع بزرگ و روبه رشد در سراسر جهان است و برخی از بزرگترین تولیدکنندگان مارکت سوسیس در جهان نقش کلیدی در تأمین و توزیع این محصولات دارند.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران ۱۵ تولیدکننده بزرگ صنعت سوسیس در سراسر جهان اخیراً معرفی شدند.

بر پایه این گزارش، Tyson Foods Inc، ConAgra Foods Inc، Cargill Meat Solutions Corp، OSI Group LLC، Hormel Foods Corp، SYSCO Corp، Indiana Packers Corp، Golden West Food Group، Lopez Foods، RaStelli Foods Group، Dietz & Watson، Bob Evans Farms Inc، Abbyland Foods Inc و Eddy Packing Co. Inc و Capitol Wholesale Meats Inc به‌عنوان بزرگترین تولیدکنندگان سوسیس جهان معرفی شدند.

این گزارش می‌افزاید: این شرکت‌ها با تمرکز بر کیفیت، نوآوری و تنوع در محصولات، در بازار جهانی حضوری موثر و قوی دارند. از Smithfield تا JBS USA Holdings Inc و Indiana Packers Corp و Foods Inc و Maple Leaf Foods Inc هر یک از این تولیدکنندگان تلاش می‌کنند تا محصولات با کیفیت و طعم بی‌نظیری را به مشتریان عرضه کنند.

علاوه بر آن، Hillshire Brands Co، Johnsonville Sausage و LLC و Bridgford Foods Corp نیز در بین تولیدکنندگان برجسته حضور قوی دارند. Oscar Mayer و Applegate Farms LLC نیز به‌عنوان برندهای مشهور، در بازار جهانی مورد توجه قرار می‌گیرند. در نهایت، Tyson Foods Inc نیز به‌عنوان یکی از تولیدکنندگان معتبر سوسیس، با محصولاتی با کیفیت و متنوع، در بازار جهانی شناخته شده است.

گفتنی است این تولیدکنندگان سوسیس با استانداردهای بالا، نقش مهمی در تأمین نیازهای سوسیس در سراسر جهان دارند.



# تداوم رشد بازار کالباس و بیکن در بازار جهانی

۶/۹۸ درصد در  
طول سال های  
۲۰۲۲-۲۰۲۸

ژی بی اس، و تایسون فودز. این شرکت‌ها در صنعت کالباس و بیکن نقش برجسته‌ای داشته و در زمینه فناوری، نوآوری و روندهای این صنعت پیشرو هستند.

داشتن اطلاعات در مورد انواع مختلفی از کالباس و بیکن به منظور فهم جامعی از چشم‌انداز بازار کالباس و بیکن کمک کننده خواهد بود.

نرخ رشد سالانه بازار کالباس و بیکن در چند سال گذشته مسیر پرهیاهویی را طی کرده است. براساس داده‌های تاریخی و پیش‌بینی‌های صنعت، نرخ رشد سالانه برای این بازار

**بازار کالباس و بیکن سال ۲۰۲۳ با نرخ ۶/۹۸ درصد رو به رو بوده که این رشد کماکان به صورت فزاینده ادامه دارد.**

رشد بازار کالباس و بیکن به دلایل زیادی همچون افزایش فروش این محصولات در سطح جهانی مربوط می‌شود. به طور خلاصه، شرکت‌های برتر جهان در صنعت کالباس و بیکن عبارتند از گراندی سالومیفیچی ایتالیایی، بی آراف، کرافت هاینز، پردیو فارمز، فاستر فارمز، فرش مارک، هورمل فودز، گروه OSI، کارو فود، گروه WH، گروه تونیز، تئو بانونز، سیپورد،



کیفیت محصولات و کاهش قیمت‌ها می‌شود. شرکت‌هایی که تمایل دارند مزیت رقابتی خود را افزایش دهند، در نهایت منجر به رشد و تکامل بازار کالباس و بیکن می‌شوند. جهانی شدن نیز یک عامل کلیدی است که فضای بازارهای کالباس و بیکن را بازتابی از تعاملات جهانی می‌سازد. ارتباطات جهانی، زنجیره‌های تأمین بین‌المللی و دسترسی به بازارهای بزرگتر، فرصت‌های گسترش و رقابت را افزایش می‌دهد. جمعیت‌شناسی نیز تاثیر قابل توجهی بر تقاضای بازار کالباس و بیکن دارد. رشد جمعیت و تغییرات جمعیتی مانند پیر شدن جمعیت و تغییرات در الگوهای مصرف می‌توانند نیازها و تقاضای بازار را تحت تأثیر قرار دهند. افزایش آگاهی از مسائل محیطی، واکنش به تغییرات آب و هوا و نگرانی‌های محیطی در میان مصرف‌کنندگان، بازارهای سازگار با محیط زیست را در این صنعت به وجود آورده است.

ارزش فرآیندهای کارآمد و پذیرش فناوری‌های پیشرفته است. به‌طور کلی، انتظار می‌رود بازار کالباس و بیکن به منظور ادامه مسیر صعودی خود، با تلاش‌های مداوم در حوزه تحول دیجیتال و افزایش تقاضا برای بهبود کارایی خود، شاهد رشد خوبی باشند. عوامل کلیدی مؤثر در بازار کالباس و بیکن می‌توانند تاثیر قابل توجهی بر رشد و توسعه این بازار داشته باشند. فضای رقابتی، جهانی شدن این صنعت، جمعیت‌شناسی، نگرانی‌های محیطی، روندها و فرهنگ‌های اجتماعی، تحقیقات بازار و داده‌ها، توسعه زیرساخت‌ها، تقاضای مصرف‌کننده و پیشرفت‌های فناوری، همگی به طور هماهنگ در تعیین سرنوشت بازار کالباس و بیکن نقش مهمی ایفا می‌کنند. رقابت در بازار کالباس و بیکن، نه تنها می‌تواند نوآوری را تحریک کند، بلکه باعث بهبود

است که سال ۲۰۲۲ به ۴۳ میلیون و ۲۲۷ هزار دلار تخمین زده شده بود و در سال ۲۰۲۸ به ۶۴ میلیون و ۷۹۴ هزار دلار خواهد رسید. این افزایش نرخ نشان دهنده شناخت روزافزون شرکت‌ها از





## دو آیتیم جدید برگر کینگ به مناسبت «هالووین»

سرویس بین‌الملل: «برگر کینگ» با استفاده از دو آیتیم جدید از ۱۲ اکتبر ۲۰۲۳ (۲۰ مهر ۱۴۰۲) در تمامی شعب خود به استقبال جشنواره هالووین می‌رود.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران، برگر کینگ اعلام کرد به مناسبت جشنواره هالووین، دو آیتیم جدید به نام‌های «گوست پپر چیکن فرایز» و «واپر گوست پپر» را معرفی خواهد کرد که از تاریخ ۱۲ اکتبر در تمامی شعبه‌های برگر کینگ در سراسر آمریکا موجود می‌شود.

واپر گوست پپر برگر که برای اولین بار در سال ۲۰۲۲ معرفی شده بود، شامل گوشت گوساله ۱۰۰ درصد پخته شده روی آتش با پنیر تند آب شده، هالوپینو، بیکن و پنیر، به همراه نان پرتقالی تست شده با کنجد سیاه است.

پت اوتول، مدیر بازاریابی برگر کینگ در آمریکای شمالی، یادآور شد: «در ابتدای امسال، از مشتریان خود پرسیدیم که آیا باید واپر گوست پپر را به منو برگردانیم یا فرایز مرغی گوست پپر را معرفی کنیم.»

وی گفت: در ابتدای امسال طی برگزاری یک نظرسنجی به صورت همگانی از مشتریان خود در ارتباط با بازگرداندن دو مورد از محصولات خود (گوست پپر چیکن فرایز و واپر گوست پپر) به منو، نتایج مساوی شد، بنابراین هر دو آیتیم را به منوهایمان از ماه اکتبر در سراسر کشور اضافه می‌کنیم. برگر کینگ با این محصول جدید نشان داد که نوآوری‌های ترسناک به معنای قربانی کردن کیفیت یا طعم نیست.



## رشد ۴/۵ درصدی بازار سوسیس و ژامبون دودی

سرویس بین‌الملل: سوسیس و ژامبون دودی که از طریق تبخیر، نمک‌دهی، دود کردن، ترکیب کردن و سایر فرآیندها تهیه می‌شوند، با عنوان «بازار سوسیس و ژامبون دودی» در سال ۲۰۲۰ به ارزش ۱۳/۹ میلیارد دلار به ثبت رسید که این میزان تا سال ۲۰۳۰ به ۲۰/۹ میلیارد دلار خواهد رسید و با نرخ رشد سالانه ۴/۴۷ درصد از سال ۲۰۲۱ تا ۲۰۳۰ در حال رشد خواهد بود.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران، بازار سوسیس و ژامبون دودی به دلیل تغییر ترجیحات مصرف‌کنندگان، در بازارهای جهانی رواج پیدا کرده است. افزایش درآمد، تغییر سبک زندگی، افزایش پذیرش غربی‌سازی در صنعت غذا و رشد سریع جمعیت شهرنشین منجر به توسعه بازار سوسیس و ژامبون دودی در طول این چند سال اخیر شده است، چرا که مصرف‌کنندگان ترجیح می‌دهند از محصولات آماده پخت و آماده مصرف استفاده کنند. صنعت سوسیس و ژامبون دودی نیز در راستای ترجیحات مصرف‌کنندگان قدم برداشته است و در نتیجه توجه به علایق مصرف‌کنندگان باعث شده است که شاهد رشد این صنعت در بازار جهانی باشیم. بر پایه این گزارش یکی از دلایل دیگر رشد صنعت سوسیس و ژامبون دودی، افزایش ترجیح مصرف‌کنندگان به گوشت ارگانیک در سراسر جهان است. منظور از گوشت ارگانیک، این است که حیوانات بدون هیچ محرک رشد یا هر گونه افزودنی دیگری رشد کنند و علوفه حیوانی نیز باید بر اساس استانداردها کاشته شود. امروزه مصرف‌کنندگان با افزایش آگاهی و نگرانی درباره عادات غذایی سالم، به انتخاب این نوع از محصولات غذایی (محصولات ارگانیک) روی آورده‌اند. غذاهای برچسب‌دار و ارگانیک تضمین می‌کنند که غذا بدون مواد شیمیایی تولید شده است. بنابراین، استفاده از گوشت ارگانیک در تولید سوسیس و ژامبون دودی در بازارهای توسعه‌یافته افزایش قابل توجهی داشته و همین امر باعث رشد این صنعت شده است.





## افزایش ۱۲ درصدی تولید گوشت قرمز ترکیه

سرویس بین‌الملل: به گفته مؤسسه آماری ترکیه (TÜİK)، تولید کل گوشت قرمز ترکیه در سال ۲۰۲۲ نسبت به سال ۲۰۲۱ به میزان ۱۲/۳ درصد افزایش یافت و به ۲/۲ میلیون تن رسید.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی، تولید گوشت گاو در سال ۲۰۲۲، با افزایش ۷/۷ درصدی نسبت به سال ۲۰۲۱، به میزان ۱/۵۷ میلیون تن بود، در حالی که تولید گوشت گوسفند با افزایش ۲۷ درصدی به ۴۸۹ هزار تن رسید.

تولید گوشت بز نیز در سال ۲۰۲۲ نسبت به سال ۲۰۲۱ با افزایش ۲۲/۶ درصدی، به میزان ۱۱۶ هزار تن افزایش یافت.

تولید کل گوشت قرمز ترکیه در سال ۲۰۱۳ حدوداً ۱/۱ میلیون تن بود و در سال‌های بعدی به‌طور تدریجی افزایش یافت تا در سال ۲۰۱۸ به ۱/۷ میلیون تن و در سال ۲۰۲۱ به ۱/۹۵ میلیون تن رسید.

مؤسسه آماری ترکیه همچنین گزارش داد که تولید شیر خام ترکیه در سال ۲۰۲۲ نسبت به سال ۲۰۲۱، با کاهش ۷/۱ درصدی به ۲۱/۵۶ میلیون تن رسید.

تولید شیر گاو نیز با کاهش ۶/۸ درصدی به ۱۹/۹ میلیون تن کاهش یافت و تولید شیر بز با کاهش ۱۳/۲ درصدی به ۵۴۰ هزار و ۴۰۰ تن کاهش یافت.

با توجه به داده‌های مؤسسه آماری ترکیه، تولید شیر بوفالو و شیر گوسفند به ترتیب با کاهش ۳۱/۵ درصدی و ۶/۷ درصدی به ۴۴ هزار تن و ۱/۰۷ میلیون تن کاهش یافت.



## بازگشت «Boo Buckets» به منوی مک دونالد

سرویس بین‌الملل: «بو باکت» مک دونالد برای جشن پایان سال ۲۰۲۳ با ۴ طعم جدید از تاریخ ۱۷ اکتبر (۲۵ مهر) به منوی مک دونالد اضافه می‌شود.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران این سطل‌های محبوب برای اولین بار در سال ۱۹۸۶ رونمایی و پس از یک غیبت طولانی، دوباره در ۱۸ اکتبر سال ۲۰۲۲ بازگشت، امسال نیز، بار دیگر به منوی مک دونالد اضافه خواهد شد.

بر پایه این گزارش سرانجام مک‌دونالد در روز جمعه (۱۴ مهر) پس از ماه‌ها و ماه‌ها سکوت، اعلام کرد که چهار «بو باکت» مختلف (یک هیولا، یک اسکلت، یک مومیایی و یک خون آشام) بخشی از منوی مک‌دونالد در پاییز امسال خواهد بود.

همچنین یکی از شعبه‌های مک‌دونالد واقع در شیکاگو در فیسبوک خود این مطلب را به اشتراک گذاشت: «بیایید با هم صادق باشیم».

تا زمانی که «بو باکت» به مک‌دونالد بازنگردد، هالووین ترسناک نخواهد بود.

به همین دلیل از ۱۷ اکتبر، طرفداران مک‌دونالد می‌توانند چهار طرح جدید غذای هالووین را در رستوران‌های مک‌دونالد در سراسر کشور دریافت کنند و به استقبال هالووین بروند، «بو باکت‌ها» در چهار رنگ مختلف نارنجی، سفید، بنفش و سبز عرضه می‌شود.»



در طول سال‌های ۲۰۲۳ تا ۲۰۳۰ محقق می‌شود؛

# رشد قابل توجه صنعت سوسیس



سر ویس بین‌الملل: بازار سوسیس نقش مهمی در صنعت غذای جهان ایفا می‌کند و پیش‌بینی می‌شود تا در دوره زمانی بین سال‌های ۲۰۲۳ تا ۲۰۳۰، با نرخ قابل توجهی رشد کند. در سال ۲۰۲۲، بازار سوسیس با نرخ ثابتی در حال رشد بود و با اتخاذ راهبردهایی توسط عوامل کلیدی این صنعت، انتظار می‌رود که در آینده نزدیک فروش این بازار افزایش یابد.

و به دنبال گزینه‌های سالم‌تر و با کیفیت‌تر هستند. بنابراین، تولیدکنندگان سوسیس باید به اصلاح فرمولاسیون محصولات، استفاده از مواد اولیه با کیفیت و رعایت استانداردهای صنعت غذا توجه کنند. همچنین بازار سوسیس رقابت شدیدی با سایر محصولات گوشتی و غذایی دارد، بنابراین، تولیدکنندگان سوسیس برای جلب توجه مصرف‌کنندگان باید در طراحی محصولات، نوآوری و تبلیغات خلاقانه سرمایه‌گذاری کنند. با توجه به پیش‌بینی‌های این صنعت در دهه آینده با رشد قابل توجهی رو به رو خواهد بود. با این حال، صنعت سوسیس نیز با تحولات و چالش‌هایی مختلفی مثل رقابت با سایر محصولات و توجه به محیط زیست مواجه است. تولیدکنندگان سوسیس باید با توجه به این عوامل، استراتژی‌های مناسب را در زمینه تولید، بازاریابی و پایداری معرفی کنند تا بتوانند در این بازار رقابت کنند و رشد پایداری را تجربه کنند. همچنین، توجه به علایق مصرف‌کنندگان و نوآوری در طراحی و ارائه محصولات سبب می‌شود تا شرکت‌ها بتوانند با ارائه گزینه‌هایی جدید و متنوع، نیازهای مصرف‌کنندگان را برآورده کنند و در بازار جایگاه خود را تثبیت کنند.

همچنان مورد توجه قرار می‌گیرند. ایالات متحده و کانادا نیز بازارهای بزرگی برای سوسیس به شمار می‌روند. سوسیس‌های گوشتی و مرغ در این مناطق تقاضای زیادی دارد و تنوع بالایی در انواع سوسیس‌ها وجود دارد. همچنین در آسیا، کشورهایی مانند چین، ژاپن و کره جنوبی بازارهای مهمی برای سوسیس هستند. در منطقه آفریقا و کشورهای آمریکای لاتین، سوسیس‌های محلی با استفاده از تنوع مواد غذایی محلی تولید می‌شوند. این سوسیس‌ها در بازارهای داخلی و همچنین در برخی نقاط صادراتی مورد استقبال قرار می‌گیرند. برای رشد پایدار در بازار سوسیس، توجه به تغییرات مصرف‌کنندگان و نوآوری ضروری است. مصرف‌کنندگان امروزه به دنبال سوسیس‌های با کیفیت، محصولات طبیعی و سالم هستند. بنابراین، شرکت‌های تولیدی باید با تحقیق و توسعه مداوم، نوآوری و اصلاح فرآیندهای تولید توانایی رقابت خود در این بازار را بالا ببرند. با وجود رشد قابل توجه بازار سوسیس، این صنعت با چالش‌های خاصی نیز مواجه است. بازار سوسیس دنیا در برخی مناطق با انتقادات مربوط به کیفیت مواجه است. برخی افراد از مصرف سوسیس‌های پر چرب و پر چاق خودداری می‌کنند

چندین عامل می‌توانند به افزایش رشد بازار سوسیس کمک کنند. از جمله این عوامل می‌توان به رشد تقاضا در صنعت هتل‌داری و رستوران اشاره کرد. در سراسر جهان، استفاده از سوسیس در هتل‌ها و رستوران‌ها در حال افزایش است و این امر به طور مستقیم بر رشد بازار سوسیس تأثیر می‌گذارد. همچنین، رشد مصرف سوسیس در برنامه‌های دورهمی نیز می‌تواند به رشد بازار سوسیس کمک کند. برنامه‌های دورهمی مانند باربیکیو و گردهمایی‌های خانوادگی، به عنوان یک فرصت برای مصرف سوسیس به شمار می‌روند و این نیز می‌تواند بازار سوسیس را تحریک کند. در صنعت سوسیس، انواع مختلفی از سوسیس وجود دارد. در سال ۲۰۲۳، سه نوع سوسیس، یعنی هات داگ گوشت خوک، هات داگ مرغ و هات داگ گوشت گاو، بزرگترین سهم فروش در این صنعت را داشتند. مناطق مختلف جهان در تولید و مصرف سوسیس نقش مهمی ایفا می‌کنند. اروپا به عنوان یکی از بزرگترین بازارهای سوسیس در جهان شناخته می‌شود. کشورهایی مانند آلمان، فرانسه و ایتالیا در تولید و مصرف سوسیس در بالاترین رده هستند. سوسیس‌های محلی و سنتی اروپایی



## رونمایی از جدیدترین «سوسیس هافمن»



سررویس بین‌الملل: شرکت هافمن تولید و توزیع Bacon Cheddar Franks محصول جدید شرکت خود را از ابتدای مهرماه آغاز کرد.

قدمت این شرکت در بازار گوشت به سال ۱۸۶۱ و تأسیس آن به سال ۱۸۷۹ بر می‌گردد که هافمن را به یکی از قدیمی‌ترین تولیدکنندگان هات داگ و سوسیس در ایالات متحده تبدیل می‌کند. بر پایه این گزارش روابط عمومی شرکت اعلام کرد: «ما فرانکفورت معروف آلمانی خود را همراه با بیکن و پنیر چدار ترکیب کردیم تا ترکیبی بهشتی و ترد ایجاد کنیم. این «فرانک» با گوشت مرغوب بره و ادویه‌های منتخب ساخته می‌شود و با افتخار با نام «هافمن» پخش می‌شود. از نقاط قوت این محصول می‌توان به این که این محصول بدون گلوتن، کاملاً پخته شده و تولید شده از بیکن اصل است و بهترین کیفیت پنیر چدار در بازار عرضه می‌شود اشاره کرد که باعث شده در این مدت کوتاه طرفداران زیادی پیدا کند.»

بن لیفارد، مدیر ارشد شرکت هافمن اظهار داشت: «فرانک‌های آلمانی و چدار از اقلام بسیار محبوب شرکت ما هستند بنابراین منطقی است که خط تولید خود را با افزودن بیکن چدار فرانک گسترش دهیم.»

گفتنی است این محصول از مواد اولیه‌ای نظیر آب، پنیر چدار، بیکن خرد شده، گوشت گاو، گوساله به عنوان مواد اولیه اصلی و موادی نظیر نمک، شربت ذرت، شربت سولفات، دی استات سدیم، طعم دهنده‌ها، شکر، دکستروز، اریتریت سدیم، نیتريت سدیم تشکیل شده است.





نگاهی به روند صادرات ۷ ساله سوسیس، ناگت و همبرگر؛

# صادرات فرآورده‌های گوشتی زیر ذره بین

سرویس بین‌الملل: از آغاز هشت سال گذشته، صنعت سوسیس و محصولات وابسته در جهان تحولات زیادی را تجربه کرده است. این دوره زمانی که با گذشت آن، محصولات گوشتی به عنوان یکی از محصولات محبوب و مورد توجه در بازار جهانی جایگاه خود را حفظ کرده، نباید نگاهی به روند ۷ ساله این صنعت در جهان بیاندازیم و تحولاتی را که در این دوره رخ داده است را بررسی کنیم.

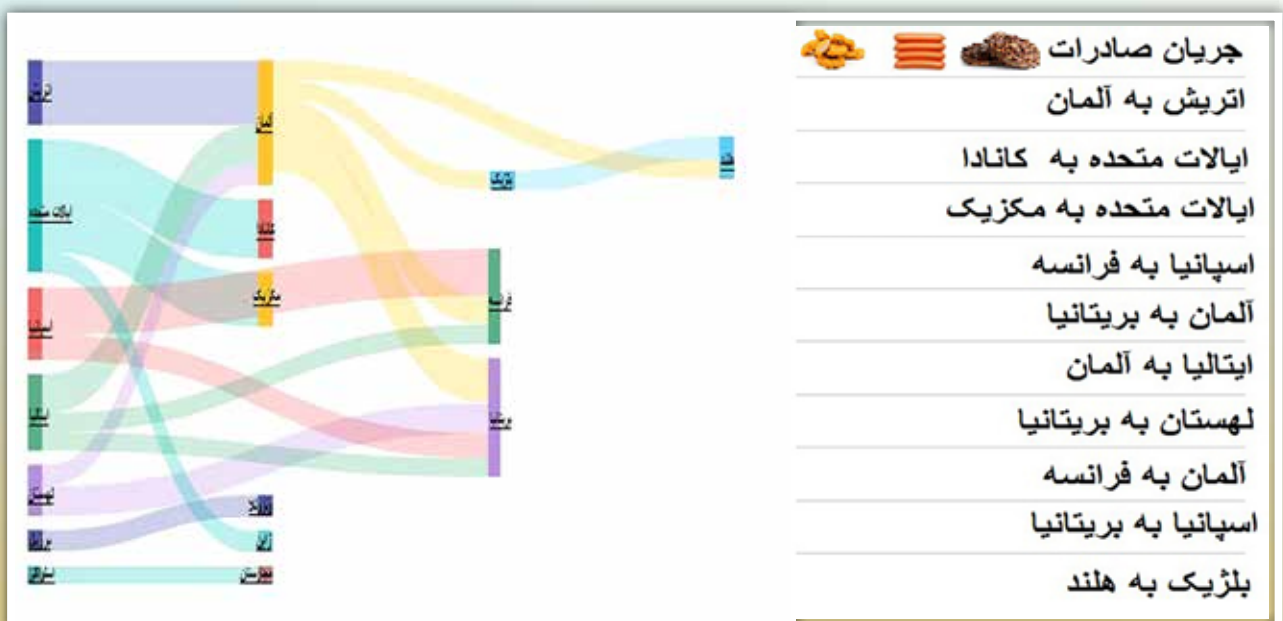
در ابتدا مروری بر روند صادرات ۱۰ کشور برتر صادرکننده محصولات گوشتی طی سال‌های ۲۰۲۲-۲۰۱۵ داریم که صادرکنندگان برترین صنعت را به ترتیب رتبه اول یعنی آلمان تا دانمارک که رتبه دهم را بین صادرکنندگان دارد، را بررسی می‌کنیم.





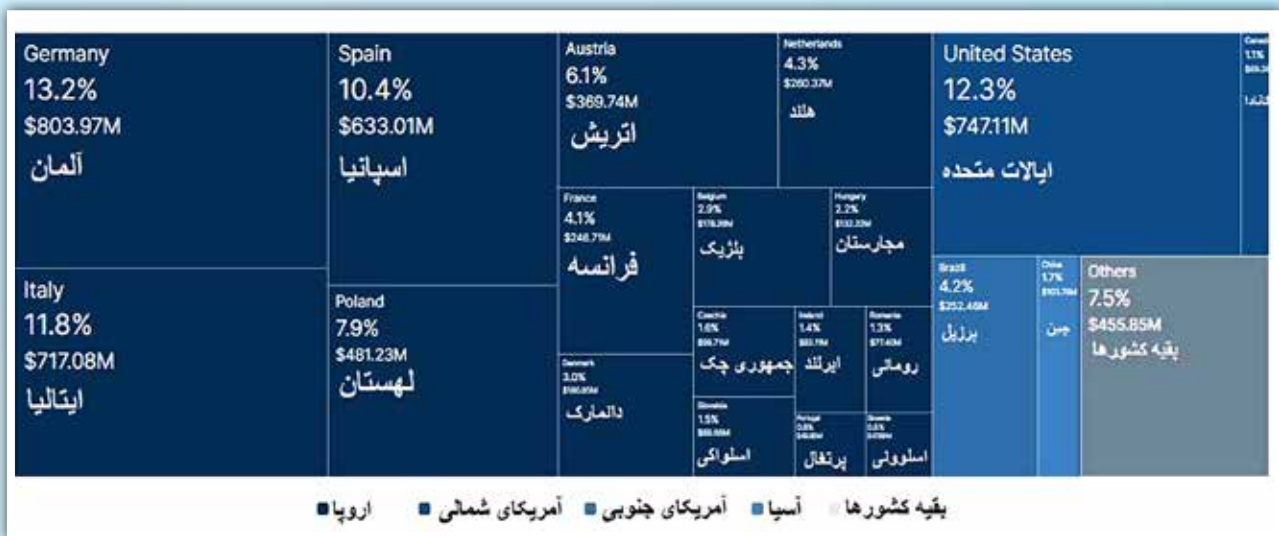


همچنین در ادامه به کشورهای برتر صادرکنندگان محصولات گوشتی همچون سوئیس، ناگت و همبرگر اشاره می‌کنیم که لازم به ذکر است بیشترین ارزش صادرات به ۲۶۷ میلیون دلار، از اتریش به آلمان در سال ۲۰۲۲ به ثبت رسیده است.





در ادامه نیز به سهم ۱۹ کشور مختلف صادرکننده جهان در سراسر اروپا، آسیا، آمریکای جنوبی، آمریکای شمالی و بقیه کشورها در سال ۲۰۲۲ می پردازیم.



در آخر نیز ارزش محصولات همبرگر، ناگت و سوسیس در طی دوره ۶ ماهه از تاریخ ۱ ژانویه تا ۳۰ ژوئن در ۸ کشور مختلف بررسی شده که به آن خواهیم پرداخت.

کشورها	رزش صادرات 6 ماه اول سال فرآورده های گوشتی					
	23/01	23/02	23/03	23/04	23/05	23/06
1 جهانی	\$461.80M	\$448.61M	\$439.93M	\$403.28M	\$228.63M	\$23.59M
2 آلمان	\$82.63M	\$79.04M	\$71.35M	\$81.72M	\$85.91M	-
3 ایالات متحده	\$61.64M	\$59.06M	\$64.77M	\$59.66M	\$67.39M	-
4 ایتالیا	\$57.90M	\$56.50M	\$71.10M	\$62.05M	-	-
5 اسپانیا	\$48.30M	\$52.37M	-	-	-	-
6 لهستان	\$47.43M	\$46.54M	\$51.56M	\$42.01M	-	-
7 اتریش	-	-	-	-	-	-
8 هلند	\$23.94M	\$23.93M	\$25.45M	\$24.26M	-	-
9 برزیل	\$19.10M	\$11.15M	\$14.22M	\$15.21M	\$15.32M	\$22.87M
10 فرانسه	-	-	-	-	-	-



در مسابقه بزرگ سوسیسی «نیوزیلند ۲۰۲۳» صورت گرفت؛

# معرفی بهترین سوسیسی نیوزیلند



سرویس بین‌المللی: مسابقات بزرگ سوسیسی نیوزیلند (GNZSC) هر ساله بسیار مورد توجه قرار می‌گیرد و بهترین سوسیسی این کشور معرفی می‌شود.

به گزارش خبرنگار ما، طی ۲۶ سال گذشته، این مسابقه بهترین و خوشمزه‌ترین سوسیسی‌های نیوزیلند را معرفی کرده است. در این مدت که تولیدکنندگان با شور و اشتیاق منتظر این مسابقه هستند تا با اصلاح دستورالعمل‌های خود در این صنعت، برنده این مسابقه شوند.

نتایج به‌دست آمده از مسابقه امسال نشان می‌دهد که برنده سال ۲۰۲۳ بهترین سوسیسی نیوزیلند از سیلوردیل در منطقه‌ای از اوکلند با نام Sam's Butchery است.

سام ناداسون، برنده این مسابقه می‌گوید: «علاوه بر وقت گذاشتن برای درست کردن اصول اولیه و تمرکز بر تکمیل طعم‌ها، دلیل دیگری نیز وجود دارد که به برنده شدن من کمک کرده است. «او ادامه داد: «نوه من هفته گذشته به دنیا آمده که معتقدم او برای من شانس آورده است!»

بر پایه این گزارش این مسابقه تولیدکنندگان سوسیسی را تشویق می‌کند تا مرزهای طعم دهی و نوآوری را پشت‌سر بگذارند تا بهترین سوسیسی سنتی، بهترین سوسیسی لذیذ و شاید مهمتر از همه، بهترین سوسیسی در کل نیوزیلند را تولید کنند.

کتی پترسون، نویسنده و داور این مسابقه، معتقد است که عطر، ظاهر، بافت و البته طعم سوسیسی‌های امسال عالی بود که همین دلایل انتخاب برنده را سخت می‌کرد.

پترسون می‌گوید: «تولید سوسیسی با گوشت بره می‌تواند بسیار مشکل باشد، اما سام ناداسون به همراه تیم منحصر به فردش در ساخت این سوسیسی عالی عمل کرده‌اند.»

شاید به همان اندازه خود سوسیسی‌ها، جامعه باورنکردنی سوسیسی‌سازان و دوستداران سوسیسی که هر ساله گرد هم می‌آیند تا بهترین سوسیسی‌ها را بیابند، تأثیر گذار باشد.





## تغییر فرمول پخت ناگت‌های مک دونالد

**سرویس بین‌الملل: سرآشپز مک دونالد توضیح می‌دهد که چرا مک دونالد فرمول پخت ناگت‌های خود را تغییر می‌دهد.**

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران وقتی مک‌دونالد تصمیم گرفت تا از فرمول مک ناگت جدید خود در منورنمایی کند، سرآشپز سابق این رستوران در شبکه اجتماعی خود با انبوهی از درخواست‌ها برای توضیح این موضوع رو به رو شد. این سرآشپز که تا سال ۲۰۱۹ برای مک‌دونالد کار می‌کرد و در صفحه اجتماعی خود که بیش از ۲۰۰ هزار نفر دنبال کننده دارد همیشه ترندهای آشپزی را برای تجربه کاربران به اشتراک می‌گذارد در پاسخ به جواب یکی از کاربران که پرسیده بود: «می‌خواهم بدانم چرا فرمول ناگت‌ها را تغییر دادند؟ نسخه قدیمی خیلی بهتر بود». پاسخ داد: «این تغییر

فرمول به دلیل استفاده مک‌دونالد از دارک میت (دارک میت به معنای ران مرغ، پا و پشت مرغ) به جای استفاده از وایت میت (وایت میت به معنای سینه و بال مرغ) است».

این سرآشپز با نام مایک، که نکات جالب او قبلاً در روزنامه The Mirror نیز چاپ شده بود، گفت: «در ابتدا استفاده از بخش‌هایی از گوشت مرغ ممنوع بود، چرا که با کیفیت در نظر گرفته همخوان نبود و در بازار جلوه خوبی نداشت و در گذشته استفاده از گوشت سفید، یعنی سینه مرغ به عنوان یک محصول با کیفیت در نظر گرفته می‌شد. بنابراین مادر آن زمان ناگت‌های خود را با استفاده از گوشت سفید به مردم ارائه می‌دادیم که همچنین تأثیر مثبتی نیز بر روی سلامتی داشت.

مایک همچنین افزود: «که مقررات مختلفی برای رستوران‌ها وجود دارد که ممکن است در حال حاضر غیرمجاز برای استفاده در منوی رستوران‌ها باشند و یا حتی ممکن است

به دلیل تغییر سیاست‌های مک‌دونالد برای استفاده نکردن از طعم‌های غیر خوراکی و رنگ‌های غیرطبیعی باشد».

سرآشپز سابق مک‌دونالد همچنین اضافه کرد: «این همان کاری است که سرآشپزان تحقیق و توسعه و دانشمندان مواد غذایی انجام می‌دهند، یعنی پایداری توسعه».

یکی از نکات جالب دیگر مک‌دونالد این است که این مجموعه رستوران‌ها برخلاف گوشت گاو که از بازار آزاد خریداری می‌کند، مرغ را خود در مزرعه پرورش می‌دهند و حتی قسمت‌هایی که استفاده نمی‌کند را می‌فروشد».

با این حال، توضیحات او باعث اختلاف نظر دنبال‌کنندگان او شد، یکی از کاربران گفت: «هنوز می‌گویم ناگت‌های قدیمی به‌طور قابل توجهی خوشمزه‌تر بودند». در حالی که یکی دیگر گفت: «من کیفیت و طعم مک ناگت جدید را بیشتر دوست دارم».



# صنعت گوشت قرمز استرالیا و هدف‌گیری بازار انگلیس

سازمان گوشت و دام زنده استرالیا اعلام کرد: استرالیا تجهیزات برای تولید مقادیر زیاد گوشت گاو دارد به همین دلیل است که به طعم و پخت عالی خود مشهور است.

علی‌رغم نگرانی‌ها در مورد کیفیت و اعتبار گوشت قرمز استرالیا در آستانه توافق تجارت آزاد، MLA تاکید کرد: کشاورزان استرالیایی «متعهد به پایداری محیط‌زیست و بهترین عملکرد هستند». صنعت گوشت قرمز استرالیا در نظر دارد تا سال ۲۰۳۰ به انتشار صفر کربن برسد و از سال ۲۰۰۵ کاهش ۶۵ درصدی در انتشار دی‌اکسید کربن داشته است.

استفان ادواردز، مدیر بازرگانی MLA بریتانیا، در این رابطه می‌گوید: «بریتانیا کشوری است که عاشق گوشت قرمز است. صنعت گوشت هم بازاری با محصولات متنوع است بنابراین افزایش تقاضا در انگلیس شرایط را برای صادرات از استرالیا ممکن می‌سازد».

گوشت قرمز مصرفی خود را از مناطقی مانند اروپا، نیوزیلند و آمریکای جنوبی وارد می‌کند.

این برند تازه تأسیس شده برای ترویج گوشت قرمز استرالیا در بازارهای صادراتی خود که شامل گوشت گاو، گوشت گوسفند، گوشت بز و گوساله است از صنعت خود به این شکل یاد کرده است، «محصولاتی با تضمین کیفیت بالا».

این سازمان گفت: «این برند برای گوشت قرمز با کیفیت همراه با طعمی بی نظیر و همچنین طبق استانداردهای بالای ایمنی غذا تلاش فراوانی می‌کند».

یکی از اولویت‌های اصلی برای MLA (سازمان گوشت گاو استرالیا)، ایجاد جایگاهی برای گوشت گاو مرغوب و تغذیه شده با غلات خواهد بود، که در حال حاضر این نوع گوشت در بریتانیا به مقدار زیاد در دسترس نیست و برای بازارهای محدودتر مثل رستوران‌های لوکس و سوپرمارکت‌های خاص جذاب است.

## صنعت گوشت قرمز استرالیا برنامه‌هایی برای ورود به بازار انگلیس با راه‌اندازی برند «Aussie Beef & Lamb» دارد.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران، صاحب این برند، می‌گوید که این برند برای حرفه‌ایان صنعت غذا و خریداران و خرده‌فروشان این صنعت در انگلیس است که به دنبال یافتن گوشت قرمز با کیفیت بالا و سازگار با محصولات بریتانیایی هستند.

این اقدام در پی توافق تجارت آزاد بین انگلیس و استرالیا است که در ماه اردیبهشت ۱۴۰۲ به اجرا درآمد.

سازمان گوشت و دام زنده استرالیا امیدوار است که این برند بتواند بخشی از ۴۰۰ هزار تن گوشت گاو و ۸۰ هزار تن گوشت گوساله که هر ساله از خارج به انگلیس وارد می‌شود را تأمین کند. در حال حاضر، انگلیس حدود یک سوم





در راستای اجرای طرح پژوهشی بافت‌شناسی صورت گرفت:

# تولید نمونه محصول در شرکت «رباط»



در اجرای طرح پژوهشی بافت‌شناسی برای تعیین میزان مشاهده میکروسکوپی غضروف و استخوان در بافت سوسیس و کالباس، جهت بازنگری در استاندارد ۲۳۰۳، نمونه‌سازی در ۱۴ شرکت تولیدی به تصویب کمیته اجرایی این طرح رسید.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران، چهارشنبه ۲۶ مهرماه اعضای کمیته اجرایی که از نمایندگان سازمان غذا و دارو و آزمایشگاه مرجع غذا و دارو و نمایندگان سازمان ملی استاندارد ایران و کمیته فنی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران تشکیل شده است، در راستای مصوبه نمونه‌سازی از ۱۴ شرکت تولیدی در شرکت رباط حضور یافتند و نسبت به تولید ۶ نمونه محصول اقدام کردند.

گفتنی است مقرر شد که نمونه‌های تولیدی جهت انجام آزمایش بافت‌شناسی به آزمایشگاه پژوهشگاه استاندارد و آزمایشگاه غذا و دارو استان کرمانشاه ارسال شود.







انجمن صنفی صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران

سایت انجمن صنفی  
صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران

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

