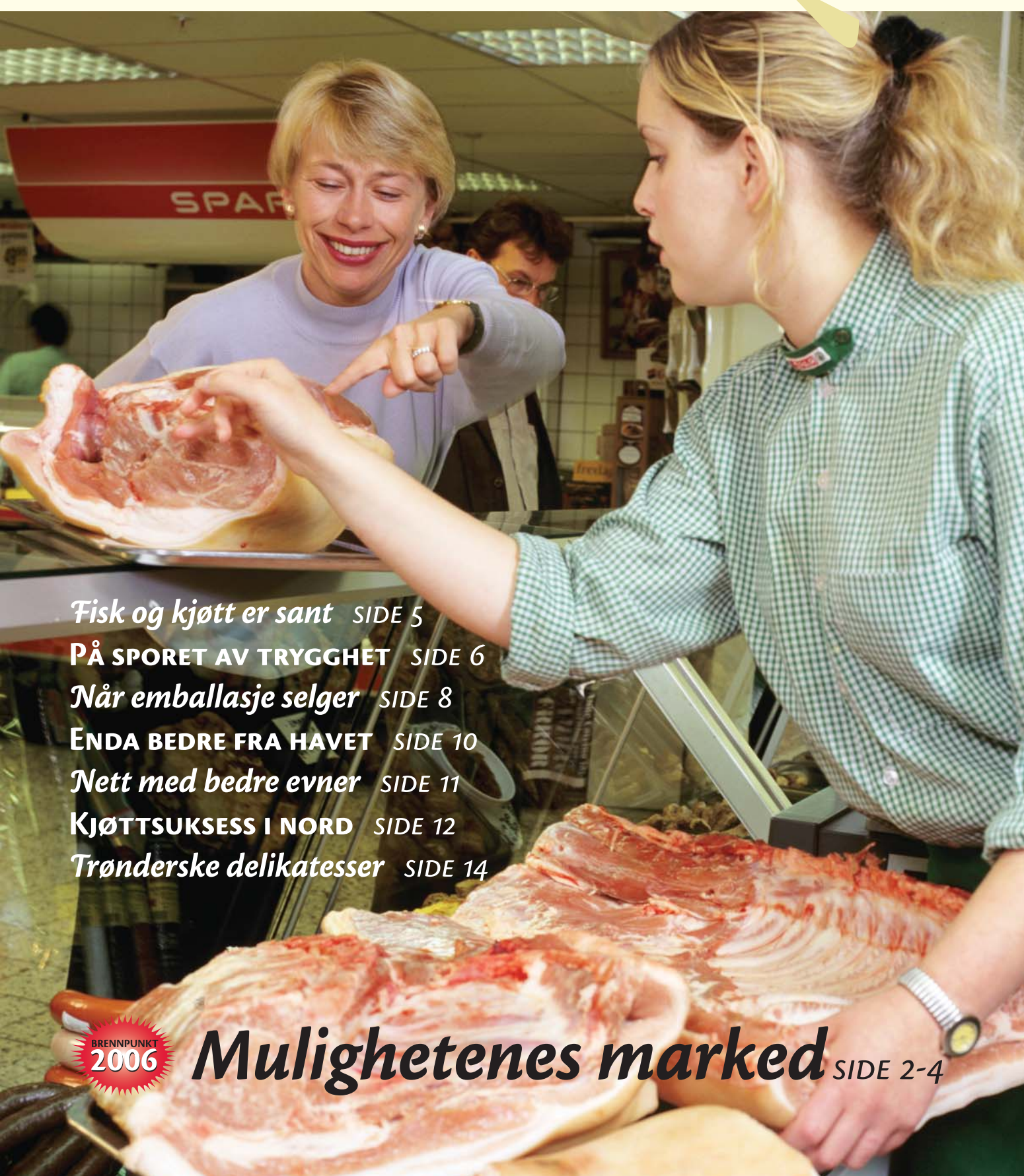


ABOMPENDIET 205



Fisk og kjøtt er sant SIDE 5
PÅ SPORET AV TRYGGHET SIDE 6
Når emballasje selger SIDE 8
ENDA BEDRE FRA HAVET SIDE 10
Nett med bedre evner SIDE 11
KJØTTSUKSESS I NORD SIDE 12
Trønderske delikatesser SIDE 14

BRENNPUNKT
2006

Mulighetenes marked SIDE 2-4



Strukturendringer påvirker alle aktører norsk i næringsmiddelindustri – fra primærprodusenten til distributøren. Om en ser på endringene som utidige trusselbilder eller en kilde til nyutvikling – en ting er helt sikkert; en må forholde seg til dem. De ventede store tollkuttene som følge av WTO-forhandlingene vil medføre økt import til Norge. Ordningen trer i kraft tidligst 1. januar 2008. – Fremtiden er nå.

Som alle andre må vi sette i verk tiltak umiddelbart for å stå bedre rustet i den nye hverdagen, sier markedssjef Leiv M. Helsingen i Arne B. Corneliusen AS.

NYE RAMMEBETINGELSER, STORE MULIGHETER



I DEN NYE FORBRUKERHVERDAGEN BLIR DEN NORSKE FORBRUKEREN VILLIG TIL Å BETALE MER FOR KVALITET, MEN OPPLEVELSEN MÅ VÆRE REELL. FOTO: OFK

WTO-forhandlinger og internasjonale sammenslutninger. To stikkord som gir utfordringer for alle som arbeider med mat og næringsmidler her i landet. Leiv M. Helsingen tror kompetansen blir et nøkkeltema for ABC som aktør i en bransje i endring.

– Det er spennende tider, smiler Helsingen, markedssjef hos ABC og sentral for virksomhetens strategi de neste månedene. Etter en høst med avisspalter fulle av WTO-

forhandlinger og nye kjøttvareforskrifter, er det viktig for en leverandør av ABCs kaliber å forsøke å definere «brennpunktet».

– Totalt sett har norsk landbruk og norsk næringsmiddelindustri neppe stått overfor mer betydelige utfordringer. Enkelte ser på WTO-forhandlingene og kommende nedbygging av tollmurer og endringer i regler for overføringer som en katastrofe for landbruket og distriktspolitikken. Andre har mer forventningsfulle innfallsvinkler.

Tore Ivar Slettemoen, kvalitetsprodusent av lammekjøtt i Henriettes AS, mente i en kommentar i Aftenposten nylig at WTO-forhandlingene vil tvinge frem en helt nødvendig og etterlenget kvalitetsforbedring og effektivisering av kjøttproduksjonen i norsk landbruk. Antall bruk vil trolig bli redusert, men næringen vil tvinges til å utvikle kvalitet

og positiv verdiskapning. Den internasjonale konkurransekraften vil bedres ved å satse på de unike kvalitene i norsk distriktslandbruk, skrev Slettemoen.

Først må den defensive holdningen hos myndigheter og sentrale landbruksaktører forandres. Fokuseringen bør ikke lenger være på stengte grenser og en sterkt subsidiert næring. Holdningen til å utvikle et bærekraftig kvalitetslandbruk i distriktene må bli offensiv. Det finnes hundrevis av eksempler på at dette er mulig, skrev Slettemoen.

Dette harmonerer med forbrukernes forventninger om større mangfold og vilje til å betale mer for det som oppleves som kvalitet, gjerne fra en lokal produsent. Konsekvensene for forbrukeren kan også bli økonomisk gunstige. Ivar Gaaland ved Samfunns- og Næringslivsforskning har beregnet at kjøpe- ▶

► kraften for norske husholdninger vil øke med 6.500-15.000 kroner når handelsrestriksjonene i fiske- og jordbrukssektoren reduseres i tråd med WTO-avtalen. I en kommentar til forskning.no antyder han at jordbruket vil måtte nedskaleres til mellom 20 og 40 prosent av dagens nivå dersom subsidier og tollsatser reduseres til en tredel av dagens nivå. Han peker videre på at den jordbruksbaserte næringsmiddelindustrien neppe vil miste tilsvarende antall arbeidsplasser i primærjordbruket.

Tollvern og støtteordninger

Samtidig vil fiskerisektoren, et område hvor ABC har til hensikt å ta ytterligere markedsandeler, kunne få en betydelig gevinst i eksportverdi hvis tollsatsene reduseres. Ettersom det meste av produksjonen fra fiskerinæringen eksporteres, ønsker næringen mest mulig frihandel. Jordbruket er derimot avhengig av tollbeskyttelse og statssubsidier for å opprettholde dagens nivå.



– JEG TROR VI KAN KONKLUDERE MED AT INTET LENER ER HELLIG, SIER MARKEDSSJEF LEIV M. HELSINGEN I ABC. FOTO: JAN LILLEHAMRE

Landbruksminister Terje Riis-Johansen sa til Aftenposten i oktober at spørsmålet om tollvernet (eller importvernet) er det viktigste for Norge i WTO-

forhandlingene.

– Vi ser også at det er vanskelig for betydelige deler av norsk landbruksproduksjon å greie seg uten tollvern. Til det er produksjonsforholdene og kostnadsnivået altfor krevende, sier Leiv M. Helsingen.

Nye sammenslutninger

Helsingen tror at et resultat av de endrede konkurranseforholdene i kjøttbransjen her hjemme, blir at forbrukerne orienterer seg

enda mer mot ferdigretter og funksjonell mat. Det betyr økt omsetning av tilsetningsstoffer og krydder. Men Helsingen tror kompetansestøtte blir det viktigste for ABC. Han merker allerede en mangel på fagkompetanse og økt behov for sakkyndig hjelp.

– En del kunder har ikke lenger egne veierom. Med sikte på å oppfylle de strenge kravene til allergikontaminering, er det hensiktsmessig med en leverandør av ferdige kompletteblandinger. Da er kompetanse en nøkkelfaktor, mener Helsingen

– Vi ser også at norske bedrifter inngår innkjøpssamarbeid med svenske virksomheter, som for eksempel Gilde og Swedish Meats. Det er også eksempler på at norske aktører kjøper opp virksomheter i Sverige for å starte produksjon med svenske datterselskap. Det nye importregelverket er den viktigste årsaken, sier Helsingen.

Intet er hellig

Det nye importregelverket, «smutthullet», trådte i kraft 1. juli i år, og konsekvensene vil være økt import. Det er fordi produktene kan bearbeides i utlandet, og man unngår toll på det som tas inn i landet igjen. Det forutsetter imidlertid at alle innsatsvarene er norske. For mange aktører i bransjen kan dette føre til betydelig reduserte priser.

– Jeg tror vi kan konkludere med at intet lenger er hellig. Det er også viktig å huske at høye driftskostnader i Norge presser frem en økt automatiseringstakt for å kunne være konkurransedyktig. Norske bedrifter er mer automatisert enn virksomheter vi kan sammenligne oss med i utlandet. Men jeg tror trenden vil forsterkes, sier Helsingen.

Kjøttforskrift med muligheter

– Bedriftene bør sette seg inn i hvilke muligheter som kan ligge i koblingen mellom kjøtt og helse i lys av den nye forskriftsendringen, sa Espen Lynghaug, fagsjef Kompetanse og FoU i Kjøttindustriens Fellesforening, til magasinet Kjøttbransjen nylig. I ABC er man enig. De nye forskriftene åpner for produksjon av tradisjonelle produkter som har vært borte fra markedet siden 1983 (da den forrige forskriften trådte i kraft).

Eksempler er turpølse, tepølse og det lokale pølseprodusenter i Østfold-regionen omtalte som Saltpølse – spekepølser med et saltinnhold som gjorde dem mer holdbare.

– De nye endringene åpner for økt utenlandsk import, som vil sette sitt preg på fersk og frysedisser. Endringene gir også store muligheter for kreativ produktutvikling. Hvis de nye forskriftene også kan bidra til at tidligere tradisjoner og lokale produksjonsmetoder får en renessanse, er det svært gledelig. Hos ABC forsøker vi å sette sammen en stab og en maskinpark som gjør oss til en samtalepartner når nye resepter og metoder skal testes, sier Helsingen. Han minner om at ABC har utviklet seg til å bli en totalleverandør innen kjøtt- og fiskeforedling.

– Hos oss skal du finne alt, bortsett fra råstøffet, men inkludert det siste innen korrekt emballering, forteller han.

Vil ha spesialiteter

Selv om forbrukeren krever mangfold og reelle valgmuligheter også når det gjelder tilgangen til importert mat, tror Helsingen prispresset på lokale varianter og spesialiteter ikke vil bli like stort. Den norske forbrukeren blir mer villig til å betale ekstra for kvalitet, men opplevelsen av kvalitet må være reell. En undersøkelse som nylig ble gjennomført av Matmerk i samarbeid med TNS Gallup, viser at forbrukernes kjennskap til det såkalte Spesialitet-merket er hele 37 prosent i Trøndelag og Nord-Norge. Matmerk (tidligere Godt Norsk) organiserer merkeordningen her i landet, og Spesialitet-merket er en garanti for spesiell kvalitet og matopplevelse.

– Det er gladelige tall som viser at de norske primærprodusentene kan være konkurransedyktige, og at mange forbrukere er kvalitetsbevisste. Selv om det er til dels turbulent og krevende i vår bransje, er lyspunktene mange, og det handler om å posisjonere seg korrekt i forhold til morgendagen. De store vil effektivisere enda mer. Vi skal være kostnadsbevisste, men det handler også om å styrke oss som en nisjeleverandør, sier Helsingen.

Av Eirik Arnesen



Investeringen for fleksibilitet

ABC har gjort betydelige investeringer i nytt maskinutstyr i sin produksjonsavdeling. Det har vært behov for å være både mer fleksible og kunne kjøre større serier. Dette er nå mulig med en ny 1.500 liters spiralblander på veiceller. Blanderen tømmes til 1.500 liters plastcontainere, eller til storsekk. Det er videre investert i en storsekk-tømmer for tømming av råstoff fra storsekk over i containere. Pakkingen foregår ved to stasjoner hvor containeren settes på toppen. Den ene, en sekkefyller med veiekapasitet fra 5 til 25 kg, pakker ferdig vare i ventilsekker av papir eller plast. Den andre, en doseringsmaskin med veiekapasitet fra 0,5 til 5 kg, pakker ferdig vare i vakuumposer som sveises etter fylling. VEBE teknik AB har levert det fastmonterte utstyret, mens britiske MatCon Ltd har levert containersystemet for håndtering av produkt mellom arbeidsstasjonene/utstyret. FOTO: JAN LILLEHAMRE



NETTVERK MOT ALLERGI

Matintoleranse og matallergi berører om lag 20 prosent av befolkningen, og er et av temaene forbrukerne er mest opptatt av. Direktiver og forskrifter stiller etter hvert tydelige krav. Men likevel rammes mange.

Kunnskap og dialog er en forutsetning for å kunne besvare allergispørsmål hensiktsmessig – enten de stilles i markedskommunikasjon, produktutvikling eller produksjon. Det er den viktigste årsaken til at Norges Astma- og Allergiforbund (NAAF) tok initiativet til Allergiforum. Tidlig i oktober i år ble første samling gjennomført i Oslo. ABC er eneste deltager fra kjøttbransjen, og i fire seminarer vil fagfolk diskutere viktige forhold knyttet til temaet.

Tre hovedutfordringer

– Å delta i forum som dette gjør oss enda bedre rustet til å opprettholde en drift med minimal risiko for feilblanding og feilmerking – som igjen kan føre til reaksjoner hos mennesker med disse plagene. Som aktør i næringsmiddelindustrien er det vår plikt å arbeide målrettet for å minimere risiko. Grovt sett ser vi at bransjen har tre hovedutfordringer knyttet til disse spørsmålene: a) Skikkelige rutiner for merking, b) God informasjon og c) En kritisk gjennomgang av rutiner i produksjonen. Dette er krevende oppgaver. Å lytte til myndigheter så vel som interesseorganisasjoner tror vi bidrar til at vi blir enda bedre, sier markedssjef Leiv M. Helsingen hos ABC, som sammen med prosjektleder Matsikkerhet, Anja Steinthø Heradstveit, er selskapets representant i Allergiforum.

Unødig engstelse

Nettverket som samles i Allergiforum består av NAAF, Mattilsynet, barneklivnikken Voksentoppen, laboratoriet Analysen og ulike bedrifter fra næringsmiddelbransjen.

– Vi må prøve å sette terskelverdier som kan beskytte 95–99 prosent av allergikerne. De siste prosentene, gruppen som utgjøres av personer med hyperallergiske reaksjoner, må



ALLERGIKERE VIL HELST UNNGÅ FORMULERINGEN "...SPOR AV..." PÅ MERKEDE MATVARER. FOTO: OFK

ta ansvar selv for hvilke matvarer de får i seg, sier Anja Steinthø Heradstveit i ABC.

Allergikere vil helst unngå formuleringen "...spor av..." når de står overfor merkede matvarer. Den kan være misvisende og føre til unødig engstelse. Mattilsynet fremholdt i Allergiforums første møte at det i merkingen bør brukes ord som er forståelig, og som tydelig signaliserer at varene har allergener.

– De fleste i vår bransje er usikre på hvordan de skal legge opp produksjonen og deretter merke produktene for å redusere problemene med allergener. Et nettverk som Allergiforum er derfor nyttig. ABC har som ambisjon å fremstå med en allergipolitikk som sier at vi håndterer dette området, og vi tar det veldig alvorlig, forklarer Heradstveit.

Aktørene skal samles fire ganger det neste året. Ønskelisten var omfattende da deltagerne ble oppfordret til å formidle hvilke temaer man ønsker å belyse mer:

• Når er det rent for allergener med vask? •

Hvordan tolke de nye forskriftene? • Hvordan lage en forbrukervennlig etikett? • Risikoforståelse • Hva skjer ute i Europa? • Hvordan løser de ulike produsentene problematikkn knyttet til allergene? • Opprettelse av felles nettside med forbrukerrettet informasjon etc.

Hvorfor melk?

– Allergikere signaliserer blant annet et ønske om å erstatte innhold i enkelte produkter. Eksempelvis er vi her i landet veldig ivrig i bruken av melk som tilsetning i mat, selv om vi vet at dette skaper problemer for dem med laktoseintoleranse. Det vil være et langt skritt i riktig retning å bytte ut melk med vann, eventuelt tilsette andre proteiner, fosfater og andre hydrokolloider, sier Leiv M. Helsingen.

Deltagerne i Allergiforum fortsetter å samles gjennom hele 2006.

Av Eirik Arnesen





ABC ØNSKER AT ØRAKO SKAL BLI EN LIKE STERK AKTØR INNEN FISKEINDUSTRIEN SOM ABC ER OVERFOR KJØTTINDUSTRIEN. FOTO: OFK/MONTASJE

ØRAKO FUSJONERT INN I ARNE B. CORNELIUSSEN:

FISK + KJØTT = SANT

Interessen for fiskeprodukter øker parallelt med rikholdige fersk- og frysedisker. Kunnskapen om fiskeprodukter og tilberedning blir stadig bedre hos den vanlige forbrukeren, og aktørene arbeider konstant for å tilfredsstille markedet. Ørako AS ble innlemmet i ABC som datterselskap i januar 2002.

– Vi så potensialet som lå i den lille bedriften, og valgte å kanalisere vår satsing på fisk og fiskerelaterte produkter gjennom selskapet. Strategien har vist seg å være riktig, sier Arne Olafsen, adm. dir. i ABC. Ørako har de siste to

årene hatt en årlig omsetningsvekst på rundt ti prosent.

1. oktober i år ble datterselskapet fusjonert inn i ABC, og er blitt en avdeling i morselskapet. Bård Monsen vil fortsatt være ansvarlig for driften i avdelingen, som beholder firmanavn og profil.

– Ørako har en veldig sterk posisjon i markedet. Av den grunn valgte vi derfor ikke å endre navnet. I tillegg tror vi veksten vil bli enda sterkere i årene som kommer, sier Arne Olafsen.

– Vi venter først og fremst en sterk økning innen emballasje, men også for krydder og tilsetningsstoffer tror vi på enda bedre resultater. I tillegg ser vi at vår spisskompetanse blir etterspurt hos kundene, sier Olafsen.

– På sikt er målet at Ørako skal bli en like sterk aktør innen fiskeindustrien som ABC er overfor kjøttindustrien. Mer effektive rutiner og bruk av interne ressurser er også en av årsakene til fusjonen, sier Arne Olafsen.

Av Eirik Arnesen



Solide tall og moderne investeringer

ABC kan glede sine eiere og kunder med enda et år med solide resultater. Samtidig som konkurransen i norsk kjøtt- og fiskeindustri blir stadig mer intens, leverte ABC sitt beste resultat noensinne. Omsetning i 2005 (avvikende regnskapsår) havner på cirka 150 millioner kroner, det samme som året før. Det er på bunnlinjen den 55 år gamle virksomheten «leverer». Et samlet resultat på rundt syv millioner kroner for ABC og Ørako AS er 12 prosent bedre enn året før.

– Resultatet er spesielt hyggelig i et år hvor vi har gjort en del nødvendige investeringer på maskinsiden. Det er først neste år vi ventelig vil få full uttelling for disse investeringene. Ubeskjedent kan vi fastslå at bedriften trykker sin posisjon som en av bransjens ledende aktører. Vi kan slå fast at vår langsiktige satsing på utvikling av kompetanse parallelt med konkurransedyktige produkter, er i tråd med forventningene bransjen har, sier Arne Olafsen, adm. dir. i ABC. Ørako AS ble for øvrig fusjonert inn i oktober i år (se over). Olafsen mener dette grepet ytterligere vil bedre effektiviteten i bedriften. – Vi har all mulig grunn til å ha ambisiøse mål, også for 2006, sier han.



FOTO: JAN LILLEHAMRE

PÅ SPORET AV TRYGGHET

ABC tar matsikkerhet på alvor. Nå bidrar Anja Steinstø Heradstveit til enda bedre kvalitet langs produksjonslinjen og i den skrevne dokumentasjonen. Som prosjektleder Matsikkerhet skal hun spore opp de kritiske kontrollpunktene.



– JEG ØNSKER AT SÅ MANGE SOM MULIG AV KUNDENE VÅRE SKAL TA KONTAKT HVIS DE HAR SPØRSMÅL OM MATSIKKERHET, SIER ANJA STEINSTØ HERADSTVEIT. FOTO: TERJE OWREHAGEN

25. november 2005 var en merkedag for ABC. Da var bedriftens brede spekter av om lag 2.000 produkter deklart i form av oppdaterte datablader og produktspesifiseringer. Det var da ett år siden merkeforskriften ble endret. Dette har gitt nye krav til merking av ingredienser og allergener. Med få unntak må samtlige ingredienser heretter merkes. Begrunnelsen for endringene er å sikre forbrukernes helse og garantere deres rett til informasjon. I hovedsak skal alle ingredienser

i et produkt fremgå av ingrediensmerkingen. ABC har styrket sin kvalitetsavdeling med en prosjektleder Matsikkerhet. Anja Steinstø Heradstveit har fagbrev som næringsmiddeloperatør og er nyutdannet næringsmiddelteknolog fra Høgskolen i Sør-Trøndelag. Anja har fått et ettårig engasjement i ABC for å arbeide med å oppfylle nye nasjonale og internasjonale krav til sikkerhet og sporbarhet i matvarer. Sentralt for hennes arbeid er implementerin-

gen av HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points), et forebyggende sikkerhetssystem for matvarer. Det handler om trygghet. Forbrukeren må ha tillit til at matvarene ikke utgjør en helsefare. Et HACCP-sertifikat beviser at bedriftens sikkerhetssystem for matvarer har vært målt mot en høy standard og oppfyller denne. HACCP er en systematisk metode for å analysere matprosesser, fastslå mulige farer og utpeke de kritiske kontrollpunktene som er nødvendig for å sikre trygg mat. 1. januar 2006 må alle næringsmiddelbedrifter i Norge ha implementert HACCP.

Frem og tilbake

– Arbeidet med HACCP utføres av driftssjefen, produksjonsformannen og meg. Jeg mener at vi utgjør et godt sammensatt team for å få til en vellykket implementering. Jeg tar initiativ til møter, strukturerer informasjonen som kommer frem og oppdaterer de nødvendige skjemaene, forklarer Anja Steinstø Heradstveit. Hun medgir at arbeidet med å finne kritiske kontrollpunkter i bedriften innebærer «mye frem og tilbake».

– Det er ikke sikkert at vi og de som skal revidere oss alltid er enige om definisjonen på et kritisk kontrollpunkt, sier prosjektlederen.

Allergiforum

En rød tråd i arbeidet med HACCP er allergener, allergifremkallende stoffer. Problemområdet allergi vokser i omfang, ikke nødvendigvis fordi flere av oss plages med allergi, men fordi oppmerksomheten øker. Også ABC kan komme i søkelyset for mangelfull eller uklar merking av produkter som kan gi allergiske reaksjoner. Anja Steinstø Heradstveit er glad for at Norges Astma- og Allergi-forbund har tatt initiativet til Allergiforum. ABC og flere andre næringsmiddelbedrifter er deltakere. (Les mer på side 4.)

Av Terje Owrehagen



Melkesyre øker holdbarheten og gir bedre smak

Tradisjonelt ble melkesyre brukt som konserveringsmiddel i dressinger, pickles og sauser som også inneholdt et kjemisk konserveringsmiddel eller var pasteurisert. I dag forlanger kundene en smak av "haute cuisine". Dette kan oppnås gjennom mindre varmebehandling og/eller ved å redusere konserveringsmidlet. Flere og flere produkter blir solgt i frossen tilstand, noe som gjør at de virker ferskere og mer "hjemmelaget". Puracs melkesyrer og laktater er aromanøytrale og gir deg muligheten til å lage sikre produkter med god smak. Samtidig hemmes bakterieveksten og holdbarhetstiden forlenges.



Fettbinder fra BHJ

Vår danske leverandør av funksjonelle proteiner, BHJ, lanserer en ny kaldemulgerende høyfunksjonell ingrediens, Scanpro CE 60. Produktet egner seg til å bli brukt i for-emulsjon som fettbinder i emulgerte produkter som wienerpølser, påleggs-pølser og frankfurtere. Det anbefales å blande 5-20 prosent av for-emulsjonen i det ferdige produktet. For-emulsjoner blir som oftest brukt i ferdigprodukter med et høyt fettinnhold og ved bruk av Scanpro CE 60, kan fett-utskillelsen reduseres.

notiser



... i en pose levert av ABC

Pakking av hele kokte krabber eller fylte krabbeskjell er en stor satsingsartikkel på Vestlandet. Hitramat tok i fjor imot vel 1.500 tonn eller cirka 45 prosent av all taskekrabbe på det norske markedet. Hel, kokt hunnkrabbe med rogn og godt innhold av mat blir pakket i spesialtilpassede vakuumposer i 170 my tykkelse. Neste gang de ser dagens lys, er det kanskje i frysedisken hos Marks & Spencer i Storbritannia som er berømt for sin delikatessesavdeling. Fylte krabbeskjell blir pakket i standard 80 my vakuumposer, også disse leveres av ABC via vår samarbeidspartner, TGD.



Kreativ barnematpakning

og kan varmes i mikrobølgeovn. Det er andre år på rad at EDV får den prestisjetunge utmerkelsen. I 2004 fikk firmaet prisen for den nyskapende pakningen til La Piaras ferske posteier. La Pira er den ledende aktøren på det spanske patèmarkedet.

Vår spanske leverandør av stiv underbane, EDV, har fått Du Ponts «Gold Packaging Award 2005» for den kreative pakningen til Nestlès emballasje til barnemat, som leveres til det franske markedet. Begret er termoformet, laget av flerlags PP (PP/EVOH/PP), og erstatter glasset som de fleste foreldre kjenner til. Barrierene er virksomme mot oksygen, fuktighet og UV-lys. Pakningen er enkel å åpne

Mat i en fei

Vi tar oss ikke lenger tid til å sitte ned å nyte et måltid, men tar en matbit i farta – foran PC-en, i bilen, til og fra jobb, på kafeer og i fast food-kjeder. Forskere tror dette bare er begynnelsen på hva de kaller gourmet-ekspressekonseptet, som er betegnelsen for mat som er lett å lage og lett å spise. For noen år siden var fast food ensbetydende med pølser, men nå omfatter det i tillegg også hamburgere, pizza og wraps. Markedsanalytikere har funnet ut at det nesten ikke er grenser for hvor mye vi som har dårlig tid er villig til å betale i de døgnåpne storkioskene. Ikke minst er kvinner et nytt satsingsområde, og produkt og konsept vil bli tilpasset helse- og ernæringsdebatten.



Hanen viser vei

En hane i brunt og hvitt er det nye offentlige veiskiltet for gårdsmat og bygdeturisme i Norge. Skiltet skal vise vei til overnattings- og serveringssteder, aktiviteter og gårdsbutikker som fyller kravene som stilles til medlemskap i Norsk Bygdeturisme og Gardsmat (NBG). Mer enn 500 norske gårdsbruk er med i organisasjonen. ABC har mange gode kunder blant gårdsmatutsalgene. Flere av dem er hjulpet i gang av ABC produktsejere.



Forbedret kvalitet på TBG-krympepose m/beingas

Cryovac har forbedret kvaliteten på sine TBG 905-krympeposer som er spesielt beregnet på pakking av kjøtt med bein. Den nye 955-kvaliteten har beingas som er litt bredere enn posen og som sveises sammen med posen i bunnen og sidene. Hele beinet er således beskyttet, og du risikerer ikke at det blir hull utenfor beingas-området.



Pølseskinns kan brukes til så mangt!

Snorker du eller ligger du ved siden av en som snorker? Forsøk gjort i England viser at snorkingen gir seg hvis man legger et stykke collagenfilm på tungen til en snorker. Filmen oppløses, og snorkingen stopper i 75 prosent av tilfellene, rapporterer Daily Telegraph. Vi får gå ut fra at det ikke er på grunn av at man har fått pølseskinnet i vrangen!

NÅR EMBALLASJE SELGER

– Kundene synes kjøttet ser mer delikat ut, antall reklamasjoner har falt dramatisk og transportkostnadene har blitt kraftig redusert, sier driftssjef foredling Arild Nordvi hos Gilde Hed-Opp til ABCompendiet.

Overgangen fra vanlig vakuumpakning til Skin Pack på Gilde Hed-Opp på Rudshøgda i Hedmark er en suksesshistorie. I september i fjor innførte Gilde Skin Pack på biffer og fileter, og denne sommeren startet Gilde med blå Skin Pack på edelgris-produktene sine.

Testet markedet

– Før vi sendte produktene med den nye emballasjen ut på det store markedet, gjorde vi tester i nærmiljøet, og svaret var entydig: Kundene likte den nye emballasjen. Kjøttet ser bedre og friskere ut, det er nesten ingen vakuumlukt når man åpner pakken og pakken tar mye mindre plass på lager og under transport. Faktisk har transportkostnadene våre blitt kraftig redusert med innføringen av Skin Pack fordi vi får plass til mange flere enheter i hver kasse. Med den gamle pakkemåten fikk vi plass til 18 enheter per kasse. Tallet er nå økt til 30 enheter. Vi pakker altså ikke luft lenger, sier Arild Nordvi.

Alternativ løsning

I fjor innførte EU pålegg om å endre bruken av CO-gass ved pakking. Karbonmonoksid ble forbudt i emballasje, selv om Norge argumenterte for at dette var en god og ufarlig metode. Kjøttbransjen var skuffet:

– Gilde Mix-gassen, som vi hadde utarbeidet på midten av 80-tallet, og som besto av 70 prosent CO₂, 29,7 prosent nitrogen og 0,3



SKIN PACK-PAKKET EDELGRIS I ABCs FILM GLIR UT AV PAKKEMASKINEN I KJELLEREN PÅ GILDE HED-OPP PÅ RUDSHØGDA. ALLE FOTO: JO E. BRENDEN



DRIFTSSJEF FOREDLING ARILD NORDVI.

prosent CO, hadde en positiv effekt på rødt kjøtt. Gassen var ikke farlig, men så kom dette direktivet og vi måtte se på alternative løsninger, sier Nordvi.

Gilde satset på en nesten glemt emballasje – Skin Pack – som ble lansert i Norge på midten av 80-tallet uten suksess. I fjor startet Hed-Opp med å pakke biff i Skin Pack-emballasje, og i år kom pakkingen av spedgris-produktene, som i Gilde-konsernet er sentralisert til Rudshøgda, inn på den nye pakkelinja. Gilde Hed-Opp regner med å pakke årlig i overkant av to tusen tonn biffer, fileter og edelgrisvarianter med Skin Pack og ABC-emballasje.

Populær emballasje

Foruten store besparelser for Gilde Hed-Opp, har overgangen til Skin Pack gitt gledelige resultater ute i markedet. De gråbrune biff-

ene i de gamle pakkene appellerte ikke til forbrukerne, men det gjør biff og edelgris i Skin Pack.

– Salget av biffer har økt med om lag 12 prosent. Det er litt tidlig å si hvilken effekt emballasjen har hatt på edelgris-salget, men vi vet at også der vil vi få en svært positiv utvikling ute i markedet, sier Nordvi.

Lite feil

– Det er utrolig lite feil på systemet og emballasjen! På den gamle emballasjen hadde vi en reklamasjon på rundt to prosent. Nå har tallet falt til under en halv prosent! sier Nordvi.

– Har det vært utfordringer knyttet til overgangen til Skin Pack-systemet?

– Overgangen var forholdsvis kompleks, for det var jo en helt ny maskin som skulle inn i bygget. Vi hadde pakket i mange år, og hadde god erfaring med det gamle systemet. Nå ►



BÅDE ANSATTE OG LEDELSE SYNES SKIN PACK ER LETTVINT EMBALLASJE Å JOBBE MED. OGSÅ UTE I MARKEDET ER DET MINDRE PROBLEMER MED SKIN PACK ENN MED DEN GAMLE EMBALLASJEN.

- kom det noe helt nytt for oss i ledelsen og for de ansatte, sier driftssjefen. Overgangen gikk smertefritt. Nordvi mener det ikke kunne ha skjedd uten de dyktige medarbeiderne han har på slakteriet.
 - Da vi hadde fått maskinen og filmen på plass, kjørte vi et lite volum noen uker før vi startet opp med å bli fulleleverandør. Dermed fikk vi testet ut pakketeknologien og samtidig solgt inn pakningen i nærområdet, det vil si Hedmark og Oppland, før vi slapp den ut på totalmarkedet, forteller Nordvi.

Flere arbeidsplasser

I dag er ledelse og ansatte som jobber med pakkemaskin og emballasje storforneyd:

- Maskin og emballasje har fungert utmerket fra dag en. Den eneste utfordringen har vært merkesystemet. Vi har slitt litt med å få til et stabilt etikett-påsettingssystem.

Innføringen av Skin Pack har også betydd flere arbeidsplasser på regionslakteriet:

- På Hed-Opp har overgangen skapt flere arbeidsplasser i området, fordi biffer, fileter og edelgris fra alle Gildes anlegg nå kanali-

seres inn til Gilde Hed-Opp på Rudshøgda for finstykking og pakking, sier driftssjef foredling Arild Nordvi.

Av Jo E. Brenden



Dette er Skin Pack

Tidligere vakuumpakket kjøttbransjen mesteparten av kjøttet, men EU forbød å bruke CO-gass (karbonmonoksid) ved pakking av kjøtt fra 1. juli 2004. Skin Pack er ingen ny emballasje. Den ble innført i Norge på midten av 80-tallet, men fikk ikke fotfeste. Nå er Skin Pack igjen aktuell på grunn av de mange gode egenskapene ved emballasjen. Produktet legges i emballasjen, og en under- og overfilm suger luften ut. Filmen legger seg så tett rundt kjøttet at minimalt med saft siver ut. Dermed beholdes kjøttets delikate farger samtidig som vakuumlukten begrenses kraftig og holdbarheten blir svært god – faktisk åtte dager lenger enn ved de tradisjonelle pakkemetodene. ABC leverer underfilmene, som er produsert av det spanske firmaet EDV.

GODT FRA HAVET BLIR ENDA BEDRE

Sjømatprodukter har på få år hatt en rivende utvikling.

«Dette var helt tydelig under NM,» forteller Ørakos Bård Monsen – som var dommer.

Målet med NM i Sjømat er å videreutvikle produkter i samsvar med nye trender og å forbedre eksisterende produkter. Konkurransen er med på å skjerpe produsentenes fokusering på at de kontinuerlig skal arbeide for å heve nivået. Fra det første NM ble arrangert i 2001 har kvaliteten på norske sjømatprodukter vært stadig stigende. Den gang var det ikke vanskelig å kåre en vinner, men i dag er det knivskarp konkurranse i alle klasser.

På «Fiskens dag», som ble arrangert i Ålesund i august, ble det kåret vinnere i klassene fiskekaker, fiskekarbonader, fiskepudding, marinerte sildeprodukter og åpen klasse. I år var temaet i åpen klasse «ferdige retter», fordi stadig flere fiskehandlere har et økende salg av ferdige retter og har leveranser til catering og selskapsmat.

Godt og enkelt

Hvilke utviklingstrekk er det grunn til å merke seg? Andelen av fisk i produktene er blitt vesentlig høyere, og produktkvaliteten blir dermed bedre. Stadig flere tar fagbrev i fiskehandel og fiskeindustri og får økt kunnskap om produktene. Det kommer forbrukeren til gode i form av kvalitetsheving. De største konkurrentene til fiskebransjen har i alle år vært kjøtt- og fjørfebransjen, men nå har norsk fiskeindustri meldt seg på i kampen om kundene. Produsentene bruker langt større ressurser på produktutvikling enn tidligere. Trenden i markedet er nå produkter med mye smak og farge – eksempelvis

NM i Sjømatprodukter for håndverksbedrifter 2005 ble arrangert av Norske Sjømatbedrifters Landsforening (NSL) i samarbeid med Ørako, Tine og Tybring-Gjedde ASA.



FOTO: NORWEGIAN SEAFOOD EXPORT COUNCIL / EKSPORTUTVALGET FOR FISK

fiskekaker med marinade, fiskepudding med skalldyr, mange typer patéer og mousse. I ferskvarediskene kan forbrukeren finne et spennende utvalg av marinerte produkter, godt krydrete produkter og mengder av ferdigretter som enkelt kan varmes opp. Fortsatt er det en del arbeid som gjenstår for å få forbrukeren til å akseptere at fisk ikke er «vanskelig» å tilberede. Smaksopplevelsen er

også betraktelig bedre når fisken er tilberedt med krydder og marinade.

Som leverandør til fiskeindustrien i mer enn 20 år, har Ørako vært med på denne positive utviklingen. Vi stiller opp til alle som ønsker det med vårt prøvekjøkken, våre dyktige leverandører og fagkunnskap.

Av Bård Monsen, Ørako



NYTT NETT MED FORBEDRET SKRELLEEVNE

Trunature, ABCs engelske leverandør av nett, lanserer nå et nytt nett med uovertruffen skrelleevne. "Ultimate" har slått ut alle konkurrerende nett i britiske supermarkeder.

Det er et kjent problem at vanlige nett som blir satt på under strekk, har en tendens til å trekke seg tilbake til opprinnelig fasong når de blir kuttet av. Begge endestykkene på kjøttet blir på denne måten liggende udekket, og mange kjøttleverandører får derfor en høy returandel av ferske kjøttstykker i nett. Innkjøperne i supermarkedet synes ikke produktene ser delikate ut, og stekeegenskapene blir heller ikke optimale.

Ny teknologi

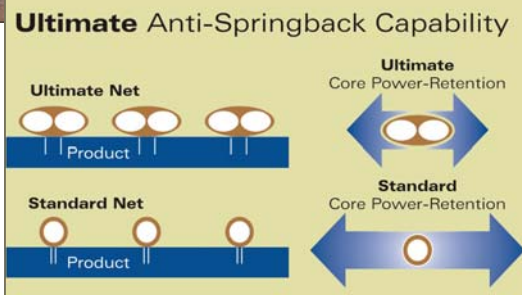
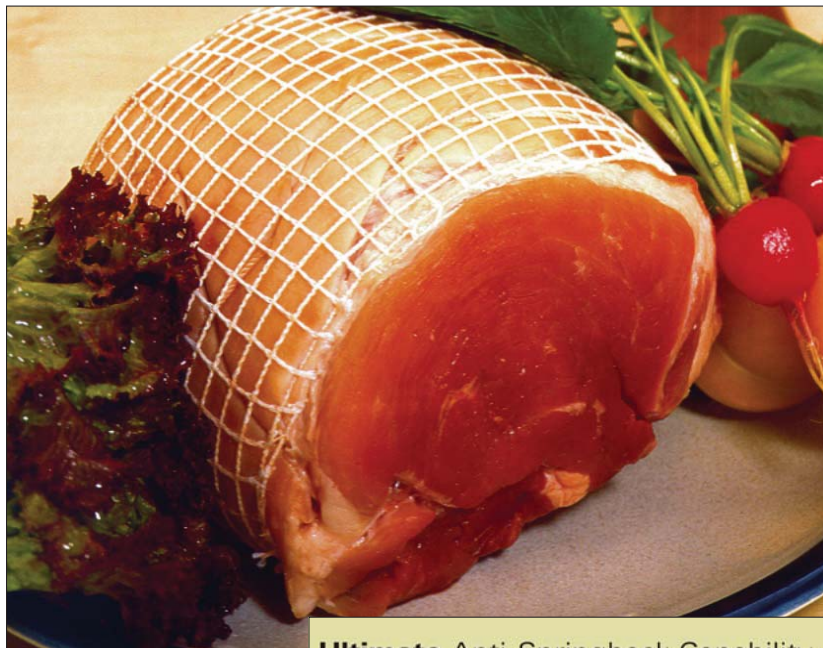
Trunature har tatt i bruk ny teknologi og modifisert den tildekkede latekskjernen i nettet, noe som har gitt nettet økt overflatekontakt med kjøttet. Ikke bare reduseres "strikk-effekten" på nettet, men nettet går heller ikke inn i kjøttet under steking. På den måten gjør "Ultimate"-nett skrellingen mye enklere.

Ledende i Norge

Trunet-gruppen er verdens ledende leverandør av elastiske nett og hjelpeutstyr. Utviklingsdirektør i Trunature, Bill Fraser, sier at Trunature lenge har vært den ledende nettleverandøren i Norge. For å styrke sin markedsposisjon har Trunet-gruppen nettopp åpnet en ny fabrikk i Vietnam. Den har oppnådd den prestisjetunge BRC/IOP kvalitetsgodkjennelsen som har åpnet døren til et tett samarbeid med ledende gummi-leverandører i det fjerne Østen.

– Dette betyr at ikke bare bruker vi topp råmaterialer, men vi leder utviklingen av nye gummityper, sier Bill Fraser.

"Ultimate" er det første nettet i et nytt utvalg av høykvalitets nett som vil bli lansert i nærmeste fremtid. Trunets kunder vil derfor få et salgsverktøy som hever produktets verdi, mener Bill Fraser.



Mindre kostnader

Trunature arbeider også aktivt for å begrense arbeidskostnadene i kjøttforedlingsindustrien. I samarbeid med en ledende europeisk leverandør, har selskapet utviklet en maskin som kun krever bemanning av én operatør. Fast-pak Plus reduserer dermed arbeidskostnadene til det halve i forhold til tradisjonelle maskiner.

Nett med "håndtak" ▶

Trunature har også tenkt på forbrukeren, og lanserer et forbrukervennlig nett med «håndtak», kalt HDL-nett. Man løfter opp det innsydde «håndtaket» etter at kjøttet er stekt og fjerner nettet på en enkel måte.



KJØTTSUKSESS I NORD

Det bor i overkant av 62.500 personer i Tromsø, og i denne lille storbyen i nord har kjøttbransjen suksess. De lokale kjøttbedriftene H. Mydland, Aron Mat og Ingebrigtsen Kjøtt omsetter for over 100 millioner kroner i året.

H. Mydland er den eldste av bedriftene, etablert i 1920. I dag fører den 1300-1400 produkter, med Mydlands-pølsene som det største enkeltproduktet.

– Det er mange grunner til at vi har klart å overleve i bransjen, men butikken vår i Skippergata er overordnet viktig for H. Mydland, sier daglig leder Kurt H. Mydland.

Han syns det er mer unikt at nisjebutikken har overlevd i 85 år, enn at bedriften i seg selv fortsatt er i markedet.

– Gjennom butikken får folk flest kjennskap til oss på en unik måte. De som besøker den, opplever god service og kan få kjøpt hva det skulle være av kjøttprodukter. Som grossist for O. Lorentzen og salgsdistributør for en rekke mindre, lokale nisjeprodusenter, tilbyr vi stadig nye og spennende produkter i tillegg til våre egne. Tromsøfolk er kvalitetsbevisste, og restaurantmarkedet likeså, sier Mydland.

I 1920 hadde H. Mydland tre utvalg, men i dag er det kun ett igjen. Butikken i Skippergata vant i 1984 tittelen Årets handels- og servicebedrift i Tromsø. Butikken har også vært nominert i senere tid.

Trusler utenfra

H. Mydland er den av de tre kjøttbedriftene i Tromsø som omsetter for flest millioner kroner i året. I hovedsak leverer den varer til storhusholdning og varehandel.

– 60 prosent av omsetningen vår er fra storhusholdningen, sier Mydland.

Bedriften har flest kunder i Nord-Norge, men Mydland har tro på at han kunne fått en andel i markedet sørpå dersom bedriften hadde hatt større kapasitet. I dag selges det meste av produktene lokalt.

– Vi har en bra posisjon i kjøttmarkedet, men lever stadig med trusler utenfra. Mye kommer an på hva som skjer med WTO-forhandlingene. Dersom det åpnes for kutt i tollavgiftene, som igjen vil føre billigere råvarer, betyr det at vi må produsere og selge mer for å ha samme inntjening som i dag, sier Mydland. Denne utfordringen gjelder ikke bare for H. Mydland.

Optimister

– Vi er spent på hva som skjer med grensehandelen, men ser uansett optimistisk på fremtiden, sier daglig leder i Ingebrigtsen



DEN 85 ÅR GAMLE NISJEBUTIKKEN I SKIPPERGATA ER EN AV HOVEDGRUNNENE TIL AT DET HAR GÅTT SÅ BRA FOR H. MYDLAND. DAGLIG LEDER KURT H. MYDLAND SIER AT BEDRIFTEN FØRER MELLOM 1300 OG 1400 PRODUKTER.



DAGLIG LEDER IVAR SØRENSEN I INGEBRIGTSEN KJØTT ER FORNØYD MED LOGISTIKKEN ETTER AT BEDRIFTEN TOK I BRUK NYE LOKALER. NÅ ER DEN RUSTET FOR Å MØTE FREMTIDEN.

kjøtt, Ivar Sørensen.

Han og kollegene har nylig tatt i bruk nye lokaler etter utvidelse av bedriften. Nybygget gjør at bedriften kan møte det stadig tøffere markedet enda bedre.

– Nå har vi en mye bedre logistikk internt, og det betyr mye for oss, sier Ivar Sørensen.

Ingebrigtsen Kjøtt leverer i hovedsak til helsevesenet, kommuner, hoteller og restauranter. I tillegg fungerer firmaet som grossist.

Både Sørensen og Mydland har tro på at nærheten til markedet og lojalitet overfor kundene er faktorer for suksessen de tre kjøttbedriftene i Tromsø opplever. Men ingen av dem legger skjul på at det både har vært, og trolig kan bli, tøffe tider i bransjen.

– Vi ser lyst på fremtiden, men må nok hele tiden tilpasse oss markedet, sier Mydland.

Personlig tror han tilgjengelighet, nordnorske råvarer, tradisjoner, gode fagarbeidere, butikken og erfaring har mye å si for at Mydland er der de er i dag.

De daglige lederne ved de tre bedriftene har tro på at alle kan overleve i markedet fordi ►



ARON MAT: TERJE EDVARSEN (TIL VENSTRE) OG MADS LARSEN BRUKER SKARPE KNIVER, TEKNIKK OG MUSKELKRAFT NÅR DE GJØR OM HELE LAM TIL PINNEKJØTT.

- de driver litt ulikt. Selv om både Aron Mat, H. Mydland og Ingebrigtsen kjøtt er konkurrenter, har de også sine spesialiteter.

På «gamlemåten»

I 15 år har Tromsøbedriften Aron Mat, den yngste av de tre, laget tradisjonsrike kjøttprodukter på «gamlemåten». Bedriften kunne lett ha doblet omsetningen ved å rasjonalisere, men velger kvalitet og tradisjon fremfor kvantitet. Aron Mat lager i all hovedsak julemat som fenalår, pinnekjøtt og håndsydd lammerull, og er mest kjent for sistnevnte. I år lages det 90.000 håndsydde Tromsøruller som både nordlendinger og søringer får glede av. I produksjonslokalet i Blåmannsvik utenfor Tromsø ser vi tydelig at produksjonen foregår på «gamlemåten», med mye håndarbeid i prosessen. Pinnekjøttet og fenalåret sendes til bygda Grøtford der det tørkes i en gammel ombygd stall – kun ved hjelp av havlufta og noen vifter som lager gjenomtrekk. Det tar omtrent halvannen måned før kjøttet er tørt.

– Kjøttet tørkes i vinden fra havgapet. Variasjoner i klimaet tilfører spennende nyanseforskjeller i smaken, forklarer daglig leder Espen Aronsen.

Han sier at i et klimarom kan kjøttet henges til tørk og prosessen styres slik at man raskest mulig får et ferdig produkt, men at man da kanskje mister noe av særpreget som utvikles over tid.

Da Aron Mat ble stiftet i 1990 av far og sønn Aronsen, skulle den drive sesongproduksjon av pinnekjøtt og fenalår fordi gründerne var lei av fjorårskvaliteten de kunne kjøpe sørfra. – Vi kjøpte hele lam, og oppdaget fort at det ble kjøtt til overs. Derfor engasjerte vi stedets damer til å sy lammerull slik de gjorde det hjemme. Når sesongen var over,

drev vi på med produktutvikling, kvalitets-sikring, ombygging og utbygging, sier Espen Aronsen.

I dag er det helårsdrift hos produsenten, så nå sys lammeruller til både tromsøfolk og søringer hele året. Av de 90.000 lammerullene som sys i år, havner rundt 30 prosent i Tromsø.

Av Hilde Sander
Meling/Krysspress AS
Alle foto: Rune Stoltz
Bertinussen/Krysspress AS



Kjøttbyen Tromsø

H. Mydland:

- H. Mydland ble etablert i 1920 av Henrik Mydland. I dag er det 3. og 4. generasjon pølsemakere som bringer tradisjonen videre.
- Har 30 ansatte i produksjon og butikk.
- Omsatte for 62 millioner kroner i 2004.

Aron Mat:

- Aron Mat ble stiftet i 1990 av far og sønn Aronsen.
- Har 20 årsverk.
- Omsatte for 20 millioner kroner i 2004.

Ingebrigtsen Kjøtt:

- Ble etablert i 1950.
- Har 20 ansatte i produksjonen.
- Omsatte for cirka 25 millioner kroner i 2004.

DELIKAT «HEMMELIGHET» PÅ BYGDA I TRØNDELAG

Er du på kjøretur på flatbygda i Trøndelag, er det mulig at du passerer gården Lynum uten å vite hvilken kulinarisk heisatur du går glipp av. Har du derimot snappet opp ryktene, kommer du garantert tilbake. På Lynum vil gourmeten i deg få en delikat opplevelse.

Hos Lynum Gårdsmat blir du tatt imot av sjefen sjøl, Randi Marie Lynum. Hun hilser alle velkommen med et godt smil. Når du reiser derfra, er det du som smiler; du har den gode følelsen av å ha gjort en god handel. Du stikker neppe innom Lynum på vei mellom dagligvareinnkjøpene. Det er nesten ulogisk å handle her. Om du derimot er henfallen til tradisjonsrik mat av ypperste kvalitet, stiller det seg annerledes. Lynum gård i Levanger er et eventyr. ABC og undertegnede har samarbeidet med Randi Marie og hennes medhjelpere gjennom planlegging og oppstart. Dette har ført til at ABC i dag leverer alt av ingredienser, krydder, tarmer og emballasje til gårdens produksjon. Lynum er en kunde det er verdt å bruke tid på. Både fordi ABC tar godt vare på kundene, men også fordi det er så hyggelig å komme på besøk.

Mer saftig smak

Ektemannen Frode Lynum er gårdsarbeider, og han har klare tanker om hvordan godt kjøtt skal fremstilles. Kjøttet får bedre kvalitet om dyret ikke vokser for fort. Fôret er avgjørende, og på gården brukes mer tørr- og surfôr enn hva som er vanlig. Svinekjøttet blir

mer smakfullt og saftig. Også storfekjøttet blir tilført betydelig mer smak og er nydelig marmorert. Kanskje er det ikke samme tankegang som brukes om du skal levere "bulkware" til slakteriet, men desto mer viktig når du skal møte kunden ansikt til ansikt. Gårdens totalproduksjon årlig er på cirka 1200 slaktegris og 450 000 liter melk. På trøndergården finner vi 60 melkekyr og 70 ammekyr. Alt avkomme av besetningen blir føret opp. Storparten av kjøttet blir solgt gjennom ordinære kanaler, i dette tilfelle Midt-Norge Slakteri. Gårdsmaten foredler cirka 400 gris og 50 storfe i året.



GOTTFRIED SCHUBERTH FRA GEWÜRZMÜLLER HAR BESØKT LYNUM GÅRD, HER I FULL GANG MED Å LAGE FLEISCHKÄSE.

Kvalitet gjennom glugga

Vi kan saktens spørre: Hvorfor tar travle forbrukere seg tid til å besøke Lynum for å kjøpe inn kjøttvarer? Randi har en klar strategi: Kunden skal ha best mulig kvalitet, maten skal være tradisjonell og kortreist. Pris er ikke nødvendigvis så viktig. Nordmenn har etter hvert lært seg å betale hva det koster, så fremt kvaliteten er til å stole på. En kunde i kjøttkø på Lynum får også opplevelser. Fra forretningen er det fullt innsyn til pølsemakeriet. Mange av kundene forteller at det er trygt og interessant å se at arbeidet utføres av stolte fagfolk. Blant de ansatte finner vi blant andre to stolte menn med papirene i pølsemakerfaget i skjønneste orden.

Et mangfold

– Det går for det meste i tradisjonelle norske produkter, forteller Randi Marie, på spørsmål om hva kundene kjøper. God, gammeldags kokt og røkt skinke, sylte, leverpostei, fleskepølse, kjøttpølse, sprengt oksebryst.

– Vi selger også en hel del av stykingsdeler. Og vi må ikke glemme skikkelig lettsaltet flekk til steiking, forteller gårdfrua.

Undertegnede lærte den gang jeg gikk i lære at dette er Karbonadeflekk. Gjerne fem cm tykt og med en passe andel kjøtt; det beste tilbehøret til for eksempel pannekaker og lettsaltet torsk. Det lages også spekekjøtt av en del av grisen; spekeskinker med og uten bein, speket svinenakke (ikke ulik italiensk Coppa) og spekeflesk av fleskesiden (som i Italia heter Pancetta). Tradisjonell morrpølse lages også, her under navnet Lynmorr.

Nye ideer og mer salg

I løpet av det siste året har varespekteret blitt utvidet en del ved hjelp fra ABC. Gottfried Schubert fra Gewürzmüller har vært på besøk. Så langt har det resultert i en del nye pølser som ble laget spesielt til grillsesongen. I ettertid har det også kommet en del nye ▶

Purasal Opti.Form™ gjør maten tryggere

Fra 2006 gjelder nye grenser for hvor mye bakterier som kan finnes i næringsmidler. Mattilsynet har gitt retningslinjer som sier at *Listeria* ikke skal finnes i spiseferdig mat som er holdbar i mer enn 15 dager og som samtidig har gode vekstvilkår for *Listeria monocytogenes*-bakterien. Purac biochem B.V., ABCs nederlandske leverandør av melkesyrer og laktater, har utviklet Purasal Opti.Form™, en blanding av kaliumsalt av naturlig melkesyre og natrium di-acetat som øker matsikkerheten. Purasal Opti.Form™ hemmer veksten av patogener, og spesielt blir *Listeria*-bakterien kontrollert. Produktet øker holdbarheten på kjøtt- og fjørfeprodukter og hindrer væskeslipp i pakningen. Purasal hindrer også veksten av andre patogener, som *Salmonella enteritidis*.



KUNDEN SKAL HA BEST MULIG KVALITET, MATEN SKAL VÆRE TRADISJONELL OG KORTREIST, MENER EKTEPARET FRODE OG RANDI MARIE LYNUM. BEGGE FOTO: OLA STUBERG

► spekepølser i kjøledisken. Produktene er laget med det formål å bruke opp kjøttet som blir til overs i den vanlige produksjonen. Ideene til disse produktene har ABC hentet fra europeiske land: Chorizo fra Spania, Pur Porc fra Frankrike, Italiensk salami (à la Salame de Felino) og Pepperoni. ABC har også laget en salami smakssatt med karve, produsert i Trøndelag. Selv om det er tradisjonsproduktene som "drar lasset", er de nye produktene et viktig supplement.

En god miks

Levanger kommune er med i den internasjonale Slow City-/Citta Slow-bevegelsen. Denne handler om redusert tempo, god mat og godt drikke, tid til omtanke for hverandre;

kort sagt "det gode liv". Lylum Gårdsmat er en av ingrediensene som gjør at Levanger ser ut til å lykkes med denne satsingen.

– Hva med fremtiden?

– I Norge skal det produseres mat. Jeg er ikke redd for WTO eller andre skremser i tiden. På Lylum har vi en god miks av effektiv svineproduksjon, høykvalitets kjøttfe, videreforedling av eget kjøtt og brukbar melkekvote. Jeg er klar for minst å firedoble melkeproduksjonen. Da kan det bli vanskelig for utenlandske aktører å konkurrere med oss, sier Frode Lylum. Han tror mange ser verdien i lokale nisjeprodukter – i et bredt perspektiv.

Av produksjef krydder
Ola Stuberg



Lylum Gårdsmat AS

- Lylum Nordre, Skogn i Levanger kommune 6,5 km fra E6, 16 km fra Levanger sentrum
- 2,5 årsverk, cirka 3 mill. kr i omsetning
- Foredling av egenprodusert gris og Simmental storfe, ellers melk og kornproduksjon
- Pølsemakeri, kjøttforretning og selskapslokale med ca. 50 plasser
- Eiere er Randi Marie og Frode Lylum og døtrene Kirsten Marie og Rannfrid
- Familien overtok gården i 1981, startet med gårdsmat i 2001.

ABC inngår allianse med LCH

Arne B. Corneliussen AS har inngått en samarbeidsavtale med det danske firmaet LCH AS om hjelpe- og tilsetningsstoffer til utvalgte bakerikunder i Norge. Dette er første gang ABC har inngått en strategisk allianse med en ekstern samarbeidspartner. ABC erkjenner at bakerisektoren krever en ekspertise selskapet ikke har, og LCH vil bistå i salgsarbeidet overfor norsk bakeriindustri. Samtidig vil LCH arbeide for å selge ABCs produkter på andre markeder.

DIREKTØR GERT
SCHNOOR I LCH
(T.H.) OG ADM. DIR.
ARNE OLAFSEN I
ABC BESEGLER
AVTALEN.



notiser



Nytt prøvekjøkken hos BHJ

Vår danske leverandør av høyfunksjonelle proteiner, BHJ, har investert mer enn to millioner kroner i et nyåpnet FoU-senter ved fabrikken i Graasten. Det nye prøvekjøkkenet utgjør mer enn 500 m², og er en miniutgave av en fullskala produksjon. Anlegget er utstyrt med alt som skal til for å bearbeide kjøtt, bl.a. en komplett linje til injisering av kjøttprodukter med lagesprøyte, kniv- og valsetenderizer samt vaku-umtrommel. Utstyr til produksjon av både røkte og kokte pølser og utstyr til fremstilling av hermetikk er også en del av forsøksanlegget. Fasilitetene er klar til bruk for grupper på opptil 20 personer, og de første seminarer er allerede arrangert. Det nye prøvekjøkkenet er fullbooket ut året, men BHJ inviterer leverandører og kunder til å benytte det flotte forsøksanlegget.

Etiketter for bedre helse

Informasjon gitt ved matvaremerking er ikke bare nødvendig for at forbrukeren skal være i stand til å gjøre informerte valg og sikre at de ikke blir villedet, men merkingen har også blitt et verktøy for å sikre helse for visse konsumgrupper, for eksempel allergikere. Nærmere to av tre nordmenn leser ofte eller av og til merkingen på pakningene til matvarer, viser en undersøkelse MMI har utført for Mattilsynet. Av dem som leser merkingen oppgir 28 prosent at de har mest nytte av å vite mer om hvilke råvarer/ingredienser varen er laget av.

Rå smaksopplevelse fra Roschi

Gewürzmüller GmbH har en serie krydder- og smakstilsetninger til spekeskinke med navnet Roschi. I en rekke land er problemet med spekeskinkeproduksjon at råstoffet – grisen – ikke er smakfull nok. Og når det i tillegg ikke er økonomisk forsvarlig med en lang modningstid som gir god smak og aroma, er det behov for ekstra smakstilsetning. ABC tilbyr derfor denne serien som helt klart gir en større smaksopplevelse enn spekemat bare med salt. Serien er egnet til å gjøre spekekjøttet mer variert.

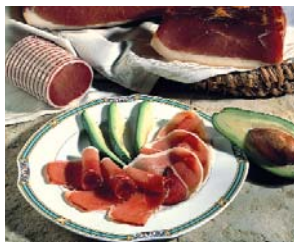


FOTO: GEWÜRZMÜLLER GMBH

Ny innkjøper i ABC

Gina Størseth (37) er ansatt som ny innkjøper i ABC. Hun kommer fra stillingen som produksjef i Wittussen og Jensen AS, der hun har hatt ansvar for profilvarer. Gina har også litt av æren for at Flytoget kom på skinnene til rett tid, gjennom sin tidligere jobb som innkjøper i ADtranz. Vår tidligere innkjøper Christian Nydal har overtatt stillingen som drifts-/kvalitetssjef i ABC.



"Tarmer for resten"

ABC har fortsatt en liten andel kontantkunder, ikke minst fra ikke-norske kulturer. Da det tar tid å finne fram varer midt oppe i annen ordreekspedering, ber vi om at disse kundene ringer først og gir oss tid til dagen etter for å hente varene. Men fortsatt kommer uventede kunder som ønsker varer der og da, og forleden fikk vi oss en god latter da kunden tellte opp vekslepengene og skulle ha "tarmer for resten"...

Sunnere konkurranse

I Norge spises det årlig 11.500 tonn wienerpølser, men nå går pølsesalget i kiosker, på bensinstasjoner og på gatekjøkken tilbake for første gang. I fjor gikk pølsesalget i den såkalte servicehandelen ned med to prosent, for wienerpølser med hele åtte prosent. I byer og tettsteder har etnisk mat, salater og sunne sandwicher blitt et nytt satsingsområde. Men folk i Bygde-Norge er



fortsatt trofaste kjøpere av pølser og saftige burgere. Shell opplyser at folk i Buskerud ligger på pølsetoppen – der spiser hver innbygger i snitt fem pølser i året på bensinstasjonen.