

ABC compendiet

Et kundemagasin fra Arne B. Corneliusen AS

UTGAVE NUMMER

1-10



**Alt om
IFFA 2010**

side 2-9

Ny marinadeserie fra Gewürzmüller:

Mat for gutta til fotball-VM

side 10-11

Frankfurt forener fagfolket

IFFA-messen er den ledende utstillersarenaen for fremstilling, emballering og salg til kjøtt-industrien. Messen har vært det internasjonale møtestedet for toneangivende aktører innen kjøttbransjen verden over siden 1949. Takket være utstillingens faglige omfang og det store antall internasjonale utstillere og besøkende, har IFFA-messen en imponerende posisjon blant bransjefolk.

Sist messen ble arrangert, i 2007, var det 913 utstillere og nesten 62.000 besøkende fra 100 land. Nesten halvparten av de besøkende kom fra land utenfor Tyskland.

Det blir tatt opp aktuelle temaer til debatt på messen; den første dagen belyser temaet "Verdens kjøttmarkeder – en analyse av overskudds- og underskuddsregioner i disse økonomiske krisetider." Dag to handler om kjøttproduksjon og håndtering i henhold til nye regelverk innenfor EU.



Blant de aller største i verden

Dat-Schaub

Hall 4.1 stand nr. H11

Dat-Schaub startet som Schaub & Co Tarmrenseri med fire ansatte i 1893 i Esbjerg. I dag er selskapet en av verdens største tarmhandlere og en stor aktør innen kjøtt og matvarer.

Dat-Schaub har over 20 selskaper i 14 land, og har i dag verdens største produktspekter innen natur- og kunsttarm. Gjennom datterselskaper i Norge og Frankrike har gruppen også mulighet

for å lage og produsere ulike ingrediensblandinger basert på kundenes egne resepter og ønsker.

Selskapene har kontinuerlig utviklet sine produktporteføljer, også innen emballasje, og kan introdusere de beste produkter og agenturer. Gruppens omsetning nådde siste regnskapsår 337 millioner euro. I tillegg til cirka 1 800 ansatte, primært i Europa, er selskapet en aktiv partner i et felles prosjekt i Kina med rundt 2 000 ansatte.



DAT-SCHAUB



ABC til stede

Arne B. Corneliusen AS vil være på Dat-Schaubs stand i messeperioden. Gjør gjerne en avtale med din kontaktperson på forhånd slik at du er sikker på at vedkommende er på standen.

Navn	Telefon
Arne Olafsen	908 84 954
<i>lørdag 8. mai – mandag 10. mai</i>	
Birger Fagernes	915 62 951
<i>lørdag 8. mai – mandag 10. mai</i>	
Ola Stuberg	918 65 213
<i>lørdag 8. mai – torsdag 13. mai</i>	
Roger Brenna	907 38 868
<i>lørdag 8. mai – tirsdag 11. mai</i>	
Rolf Nygaard	916 04 429
<i>lørdag 8. mai – tirsdag 11. mai</i>	
Rune Øystad	913 18 405
<i>lørdag 8. mai – tirsdag 11. mai</i>	
Stig Brox	480 09 038
<i>onsdag 12. mai – torsdag 13. mai</i>	
Thor Aasum	480 32 654
<i>tirsdag 11. mai – torsdag 13. mai</i>	
Øyvind Fossnes	928 55 400
<i>tirsdag 11. mai – torsdag 13. mai</i>	

Funksjonelt for de prisbevisste

BHJ AS

Hall 4.1 stand nr. C20

BHJ AS er ABCs danske samarbeidspartnere for funksjonelle animalske proteiner til kjøttindustrien. BHJ er en internasjonal og ledende leverandør med et verdensomfattende nett og ble etablert i 1969. Selskapet er eiet av amerikanske Lauridsen Group, Inc., LGL.

BHJ består av tre forretningsområder: Protein Foods med funksjonelle animalske proteiner til kjøttindustrien; Pet Food med animalske biprodukter, kjøtt-råvarer og ingredienser til dyremat, farmasi og fôrindustrien; samt Food, som består av kjøtt- og fjærkreprodukter til den internasjonale kjøttindustrien. Fra Protein Foods og Pet Food går over 90 prosent av omsetningen til eksportmarkeder.

Produksjonen av funksjonelle animalske proteiner foregår primært i Danmark, England og Sverige.

På standen vil BHJ presentere sine SCANPRO™-konsepter, "Advanced, Natural og Intelligent solutions". Du vil kunne finne prøver av et utvalg produkter ved "Tasters Corners". Det vil også



bli presentert sluttprodukter og forslag til resepter med SCANPRO 1015, som er en kostnadsbesparende ingrediens for kjøttindustrien. SCANPRO 1015 er et funksjonelt, animalsk protein fra svinestov som kan binde 3-8 ganger sin egen vekt. Proteinene har en svak smak av stekt flekk og er dermed et naturlig valg for kjøttprodukter. Videre vil BHJ presentere nyheten SCANPRO TF 70 som er fremstilt primært for injeksjon. SCANPRO TF 70 gir forbedret tekstur og er nøytral i farge og smak. Det kan anvendes med, eller som et substitutt til,

andre funksjonelle produkter.

Ved bruk av SCANPRO™-produkter oppnår du kostnadsbesparelse, forbedret struktur og skjæreevne, redusert stekesvinn, en unik vannbinding og økt utbytte.

Hvis du bruker SCANPRO™ i dine resepter, vil du kunne spare opptil 30 prosent av kostnadene. Kom innom for å se på BHJs kostnadskalkulator og finn ut hvor mye du kan spare gjennom et år!



Protein Foods

Antall ansatte:	370
Fabrikker:	4
Salgskontorer:	Over 60 land
Forretningsområde:	Funksjonelle animalske proteiner til kjøttindustrien

Fleksibelt med Flexopack

Flexopack SA Plastics Industry

Hall 4.1 stand nr. F30

Flexopack er en betydelig emballasjeaktør i Europa. Virksomheten har utviklet svært konkurransedyktige kvaliteter – med hovedvekt på krympbare materialer. Det harmonerer godt med ABCs ambisjoner på forretningsområdet.

ABC har inngått avtale med greske Flexopack om levering av plastemballasje til det norske markedet. Dette er en viktig milepæl og et stort skritt for å nå målet om betydelig markedsposisjon også innen emballasje.

Produksjon, R&D-senter, logistikk og administrasjon hos Flexopack dekker 15.000 m² fordelt på to fabrikkbygninger i Hellas. Selskapet har også bygd en fabrikk i Gdansk i Polen, som nettopp er satt i drift.

Ved fabrikken i Hellas gjør ekstruderingsutstyr på 3, 5, 7 og 9 lag det mulig å produsere barriere, høybarriere og ikke-barriere flerlags strukturer for mat og non-food bruksområder.

Konverteringsmaskineriet omfatter to flexo trykkmaskiner med henholdsvis seks og åtte farger, flere maskiner for pro-



duksjon av vakuum- og krympeposer, skjæreverk, spolemaskiner og annet spesialutstyr.

Flexopacks produktutvalg, som omfatter et utvalg av koekstruderte strukturer helt opp til ni-lags film, tilfredsstiller kravene til de mest krevende forpakkingsløsninger.

Barriereoppbyggingen inkluderer polyamid, eller polyamid i kombinasjon med EVOH.

Flexopack legger stor vekt på utviklings- og kvalitetsarbeid, og blant de 150 ansatte er det mange ingeniører og

flere med doktorgrader. Flexopack er ISO 9001-sertifisert og BRC/IOP-akkreditert.

Produktutvalget er primært rettet mot matindustrien, sekundært emballasje til hygiene og velvære, medisin og landbruk. Flexopack arbeider også aktivt med at produksjonen skal være så miljøvennlig som mulig.

På IFFA vil Flexopack presentere sitt store utvalg av krympeposer og krympofilm.

FLEXOPACK



Flexopack SA Plastics Industry

Antall ansatte:	230
Fabrikker:	2, i Hellas og Polen
Salgskontorer:	40 land
Forretningsområde:	Poser og film til matindustrien

Unike muligheter for utvikling

Gewürzmüller GmbH

Hall 4.1 stand nr. E75

Gewürzmüller GmbH har vært ABCs samarbeidspartner i rundt 60 år, og har over 110 års erfaring med å finne den ideelle kombinasjonen av ingredienser for å glede smaksløkene.

Etter at Frutarom trådte inn i selskapet i 2007, har Gewürzmüller med sitt søsterselskap Gewürzmühle Nesse GmbH blitt en partner med unike muligheter innen produktutvikling og innovasjon. Siste nytt fra Frutarom er overtagelsen av Chr. Hansens krydderighet i 2009. I dag er Frutarom-gruppen blant annet et av de ledende selskapene innenfor økologisk krydder i Europa.

Fra Gewürzmüller får ABC et bredt spekter av krydder og marinader for kjøtt- og fiskemarkedet. Gjennom søsterselskapet til Gewürzmüller, Blessing Biotech, utvikles stadig nye og forbedrede startkulturer, Bitec, til blant annet spekepølser og spekekjøtt. Nylig utviklet Gewürzmüller også økologiske startkulturer.

På IFFA har selskapet delt opp standen i tre konsepter/områder:

Kjøtt

- E-nummerfrie produkter
- Helse og velvære (salt- og fettredusert)
- Økologisk



Convenience

- Marinader
- Piccantos (sauser)
- Økologisk

Funksjonelle ingredienser

- Startkulturer
- Antioksidanter
- Restrukturering
- Aroma og ekstrakter

Gjør gjerne en avtale med en av våre produktsjefer for en nærmere presentasjon av konseptene på IFFA.

Gewürzmüller®



Frutarom

Antall ansatte:	600 (kjøtt og fisk)
Fabrikker:	6
Salgskontorer:	75 land
Forretningsområde:	Krydder, marinader og startkulturer til kjøtt og fisk

Familieeid fibersuksess

J. Rettenmaier & Söhne GmbH + Co.KG

Hall 4.1 stand nr. G03

Det familieeide selskapet Rettenmaier & Söhne ble grunnlagt i 1878 da de kjøpte et sagbruk i Holzmühle. 60 år senere begynte selskapet å fremstille tremel og senere cellulosepulver. I 1993 startet produksjonen og markedsføringen av kostfiber, i første omgang hvetefiber.

Stor satsing på forskning og utviklingsarbeid har gjort den tidligere kornmøllen og sagbruket til et verdensledende selskap, som i dag har spesialisert seg innen meget avanserte pulveriserings-, fraksjonerings- og raffineringsprosesser.

12 produksjonsanlegg med til sammen 1 100 ansatte i Tyskland, Finland og USA forsyner det internasjonale markedet med cellulose, korn- og fruktfiber i mange forskjellige former som fiber, pulver, granulater, flis og agglomerater. Kundesegmentene er mat-, farmasøytisk- og kjemisk industri og mange andre bransjer.

Vitacel kostfiber er multifunksjonelle, naturlige fiberkonsentrater som inneholder opptil 97 prosent kostfiber. I dag får du Vitacel kostfiber i hvete, havre, mais, eple, erter og potet samt økologisk havre- og eplefiber. JRS har som forretningsfilosofi at deres råvarer skal komme fra fornybare kilder.

Det er en kjent sak at det høye fettinnholdet i maten vår bidrar til overvekt og andre kostholdssykdommer. JRS har utviklet to fettestatter som kan gi opp til 70 prosent fettreduksjon, uten at det går ut over smaken i sluttproduktet. Vitacel Plus HF 0010 er en ny type fettestatter som ikke skal deklarerer med E-



nummer, og Vitacel MCG 0018.

Konseptet på standen vil være American Diner, og det vil bli servert grillpølser laget med Vitacel fettestatter og Vitacel kostfibre, og "low fat" hamburgere med kostfiber.

JRS ønsker også velkommen til et grunnkurs om fiber som vil finne sted tirsdag kveld for alle interesserte fiberkunder.



J. Rettenmaier & Söhne GmbH +Co. KG

Antall ansatte:	1 400
Fabrikker:	16 i Europa, USA, India, Mexico
Salgskontorer:	120 land
Forretningsområde:	Kostfiber

Matsikkerhet for milliarder

Purac biochem B.V.

Hall 4.1 stand nr. C21

Purac biochem B.V. i Nederland er ABCs leverandør av melkesyre og laktater gjennom mange år. Purac er et datterselskap av CSM, et verdensomspennende selskap engasjert i utvikling, produksjon, salg og distribusjon til næringsmiddelindustrien.

Puracs engasjement i melkesyre begynte i 1935 da selskapet som den gang het Schiedamse Melkzuur Fabriek, ble etablert i Nederland. Den første industrielle fremstilling av melkesyre startet imidlertid i Amerika i 1881 omtrent 100 år etter at den svenske kjemikeren C.W. Scheele hadde gjort oppdagelsen. Melkesyre og laktater er viktige tilsetningsstoffer for å forlenge holdbarheten på de fleste ferskvarerprodukter. Gjennom oppkjøp og fusjoner er Purac i dag verdens største og mest erfarne produsent av naturlig melkesyre og laktat og en



ledende leverandør av glykonat.

Kjøtt- og fjørfefabrikken arbeider i et krevende marked og må forholde seg til en rekke krav fra forbrukere, detaljister, grossister og det offentlige. Prispresset er konstant, detaljistene ønsker fleksibel logistikk og krever lenger holdbarhet på produktene.

Fremfor alt er matsikkerhet et tema som angår alle. Med Puracs produkter forbedres matsikkerheten og holdbarheten forlenges. Produktene møter dagens krav om redusert saltinntak og deklarasjonen er forbrukervennlig.

Det er en vanskelig og utfordrende prosess å redusere saltinnholdet i

kjøttprodukter uten at det går ut over smak, tekstur og mikrobiologisk stabilitet. Purac gir deg nå løsningen på problemet – PuraQ Arome NA4.

PuraQ Arome NA4 er en naturlig smakstilsetning som er utviklet gjennom nyutviklet fermenteringsteknologi. Kjøttets naturlige saltsmak blir forsterket uten tilsetning av natrium. Du kan redusere saltmengden opptil 40 % og allikevel beholde produktets vannbindingsevne og mikrobiologisk stabilitet. Med Puracs vannaktivitetskalkulator kan du beregne doseringen av PuraQ Arome NA4 slik at du beholder ønsket smaksprofil.


purac
pure by nature



Purac biochem b.v.

Antall ansatte:	Cirka 1 000
Fabrikker:	5 prod.steder – Brasil, Nederland, Thailand, Spania, USA
Salgskontorer:	Verden over
Forretningsområde:	Mat, farmasi, medisin, kosmetikk, dyremat og kjemisk/ teknisk industri

Nyskapende verdensleder

Viscofan S.A.

Hall 4.1 stand nr. H10

Den Pamplona-baserte Viscofan-gruppen er med sine 13 datterselskaper i sju land en av de viktigste produsentene av kunsttarmer i verden.

Selskapene i Viscofan-gruppen danner et omfattende nettverk og har en ledende rolle innen utvikling og implementering av løsninger innenfor sitt område. Til sammen har de en markedsandel på cirka 40 prosent av verdensmarkedet. Selskapene i Viscofan-gruppen er offensive, fleksible og innovative for å kunne møte endringene i et stadig skiftende marked, noe som tydelig fremgår av produktspekteret.

Produktene er inndelt i cellulose-tarmer, collagentarmer (store og små kalibre), collagenfilm, fibertarmer og plasttarmer. Selv om produksjonsstedene befinner seg i flere land i Europa, Asia og Amerika, vil kundene verden over kunne få et skreddersydd produkt til sitt spesielle bruksområde.

På årets IFFA vil Viscofan presentere en ny maskinsektor og spesielt Coffi



Piston Applicator som vil gjøre bruken av CoffiNet helt automatisk. Det vil bli holdt daglige demonstrasjoner på standen som vil vise hvordan man kan effektivisere produksjonen av skinkeprodukter. Viscofan ønsker med dette å presentere seg ikke bare som markedsleder innen kunsttarmer, men også som global utvikler av nyskapende løsninger.

På messen vil Viscofan også presentere nye trykk på sine kunsttarmer med VM i fotball som tema. (Se bildet til høyre.) Uten Viscofan-logo får du leopardmønstret tarm for F2 kaliber 60 og dyretrykk for Betan, Optan og F2 i kaliber 60.

Med Viscofan-logo får du blant annet



diverse trykk med fotballmønstre for Betan, Optan og F2 i flere kalibre. Det er også mulig å få laget et spesialtilpasset design uten Viscofan-logo.



Viscofan

Viscofan S.A.

Antall ansatte:	3 552
Fabrikker:	11, i 7 land
Salgskontorer:	14 over hele verden, representert i 100 land
Forretningsområde:	Kunsttarmer til kjøttindustrien samt grønnsakshermetikk og ferdigretter basert på grønnsaker (Spania)

Fibertarmgigant fra Finland

ViskoTeepak

Hall 4.1 stand nr. E31

ViskoTeepak er en av verdens ledende produsenter av kunsttarmer til matindustrien. Det finske investerings-selskapet, Eriksson Capital Group som eide fibertarmprodusenten Oy Visko AB i mer enn 20 år, kjøpte i 2007 Teepak Europe. Det tidligere Visko har produsert fibertarmer siden 1952 og har vært ABC-leverandør i en årrekke.

Det fusjonerte selskapet ViskoTeepak er verdens ledende produsent av fibertarmer og blant de tre største produsentene av cellulosetarmer. Selskapet kan tilby sine kunder avanserte løsninger basert på aktiv utvikling og satsing på nyskapning.

I Norge samarbeider ViskoTeepak med ABC på fibertarmmarkedet. Hovedingrediensen i fibertarmer er cellulose og et spesielt langfibret papir,



ViskoTeepak ønsker også å sette søkelyset på Visko Smoke tarm som er perfekt for røkte produkter. Tarmen er klar til bruk, så du får kortere produksjonstid og økt produksjonskapasitet.

tilsvarende papiret som blir brukt i teposer. Pølseprodukter som kokt, røkt, skinnfri, speket, tørket og halvtørket så vel

Hvis du blir inspirert av tyske slaktertradisjoner, kan du også gi dine produkter et rustikt preg ved hjelp av Visko Net. Det er en åpen fibertarm med nett som tåler hard stopping og har utmerket kaliberstabilitet.

som skinke, trenger tarmer utviklet for sitt produkt.

På IFFA-messen vil ViskoTeepak presentere en ny fibertarm med større kaliber slik at kunden kan bruke et større stopperør i produksjonen. Ny verdensrekord i antall meter raffet tarm på ett sticks vil gi kundene en effektiv og kostnadsbesparende produksjon.



ViskoTeepak

Antall ansatte:	Cirka 800
Fabrikker:	4 produksjonssteder – Belgia, Tsjekkia, Finland, Nederland
Salgskontorer:	Verden over
Forretningsområde:	Kunsttarmer til pølse- og kjøtt- produsenter samt meieriprodusenter

Afrikanske smaksopplevelser



Nedtellingen til sommerens store opplevelse (spesielt for oss gutta) er i full gang. Fotball-VM i Sør-Afrika nærmer seg med raske skritt. Selv om hovedattraksjonen er fotball, er god og smakfull mat også viktige ingredienser for en vellykket, stemningsfull aften. For å komme i riktig stemning har Gewürzmüller utviklet en serie produkter som skal gi deg, og dine kunder, denne opplevelsen.

African Summer-serien er inspirert av det afrikanske kjøkken og består av fire smaksretninger: Peri Peri, Sotho, Chakalaka og Jabula. I serien inngår nye oljemarkinader, smakfulle ketchuper og krydderblandinger, samt ferdige sauser i Piccantos-serien.

Saftig og aromatisk

Ved hjelp av disse produktene kan du lage gode kjøttboller, saftige pølser til grilling og steking, marinert kjøtt til grillen, gryter og ragu'er samt lekker fingermat. Kontakt oss for oppskrift på Bratwurst Jabula (en saftig og aromatisk pølse for grill eller steking), Lammeboller Sotho (ideell til snadderemat, serveres

varm eller kald) eller Snackspølser Peri Peri (små nette og saftige pølser som snacks for "guttekvelden").



Argentinas Lionel Messi.

Smaksretninger

Peri Peri: Kruttsterk, basert på chili, koriander og ingefær. Tilgjengelig som Piccantos-saus, ketchup og krydderblanding.

Chakalaka: Eksotisk smak som kombinerer forskjellige typer typiske krydder fra det afrikanske kjøkken: ingefær, kanel, chili, gurkemeie og nellik. Eignet både til hvitt og rødt kjøtt. Finnes som Piccantos-saus, ketchup og oljemarkinade.

Jabula: Med smak av fenikkel, koriander og sitron oppleves Jabula som fruktig og mild. Maten får også et dekorativt utseende. Dette er en kombinasjon som er velegnet til svin, kalv, lam og kje, og selvsagt kylling og kalkun. Smaken finnes som oljemarkinade og dekorkrydder.

Sotho: En fruktig og hot smaksretning med basis i paprika, merian, rosmarin, hvitløk og en "touch" av mint. En "højdare" i afrikansk smak som er super til lam, kje og kalv. Fås som oljemarkinade og krydderblanding.

Alle variantene er MSG-frie.

Av Ola Stuberg, produksjef Krydder

26 ting å vite om VM og Sør-Afrika



Messi og Rooney vil gjøre sommerens VM-sluttspill til et spektakulært sommerlig høydepunkt for alle som vet at en ball er rund. Mediene vil sende flodbølger av mer eller mindre relevant VM-stoff – men her er alt du egentlig må vite om fotballfesten. Så gjenstår bare å "sveive" sammen en eksotisk rett og gripe fjernkontrollen.

VM-historien

- Første gang arrangert i 1930 i Uruguay (Uruguay-Argentina 4-2 i finalen)
- VM 2006 ble vunnet av Italia (slo Frankrike 5-4 på straffer)
- Brasil er historiens mestvinnende lag: fem seire.
- Sverige er Skandinavias klart beste land i VM: 11 sluttspill
- Ronaldo (Brasil) er tidenes mestscorende i VM: 15 mål
- Oleg Salenko (Russland) er den som har scoret mest i en kamp: 5 mål mot Kamerun i 1994
- Flest tilskuere i snitt pr. kamp: USA 1994, 69 000



African Summer-serien fra Gewürzmüller er inspirert av det afrikanske kjøkken og består av fire smaksretninger: Peri Peri, Sotho, Chakalaka og Jabula. FOTO: GEWÜRZMÜLLER GMBH

VM 2010

- Sluttspillet arrangeres for 19. gang – første gang i Afrika
- Sør-Afrika møter Mexico i første kamp
- Finalen spilles 11. juli
- 32 lag spiller i åtte grupper
- De to beste i hver gruppe går videre
- Kampene spilles på ti arenaer i ni byer
- Finalen spilles på Soccer City Stadium i Johannesburg (kapasitet 94 000)
- Norge er nr. 39 på VM-statistikken med tre sluttspill
- VM på TV deles mellom Viasat og TV2



Lagene VM 2010

Gruppe A:

Sør-Afrika, Frankrike, Uruguay, Mexico

Gruppe B:

Argentina, Sør-Korea, Nigeria, Hellas

Gruppe C:

England, USA, Algerie, Slovenia

Gruppe D:

Tyskland, Australia, Ghana, Serbia

Gruppe E:

Nederland, Japan, Kamerun, Danmark

Gruppe F:

Italia, New Zealand, Paraguay, Slovakia

Gruppe G:

Brasil, Nord-Korea, Elfenbenskysten, Portugal

Gruppe H:

Spania, Honduras, Chile, Sveits

Sør-Afrika

- Areal: drøyt 1,2 millioner km²
- 48,7 millioner innbyggere (2008)
- Viktige næringsveier: gruvedrift, landbruk, transport, energi, varehandel og turisme
- 11 offisielle språk
- Større byer: Johannesburg, Cape Town og Durban
- Inndelt i åtte provinser
- Har vært kolonisert av Nederland og Storbritannia
- Apartheid ble innført etter andre verdenskrig. Det var et omfattende, undertrykkende system
- Landets første demokratiske valg ble holdt i 1994

Nytt europeisk økologisk merke



Fra 1. juli 2010 blir alle ferdigpakkede økologiske produkter i EU og EØS-området merket med nytt økologisk merke, og EU-kommisjonen har nå avgjort hvilken logo som skal være obligatorisk.

Fra 2012 vil merket være obligatorisk også på alle ferdigpakkede økologiske produkter i Norge. Det blir en overgangsperiode fram til 1. januar 2012, men etter denne datoen skal merket være en obligatorisk del av alle ferdigpakkede økologiske produkter i EU-/EØS-området, også i Norge. Endringen vil ikke få innvirkning på nasjonale merker, og her i landet vil det nye EU-merket kunne brukes i kombinasjon med Debios velkjente Ø-merke.

Standard for lettåpnet emballasje

Undersøkelser har vist at svært mange forbrukere har problemer med å åpne matvareemballasje og unnlater derfor å kjøpe produktet. Etter påtrykk fra de nordiske revmatikerforbundene er man nå i gang med å lage en standard om "Easy to open"-emballasje. Et nordisk nettverk av representanter fra ulike forbrukerorganisasjoner, bransjeforeninger, statlige organer og myndigheter samt forsknings- og utviklingsinstitusjoner arbeider med å utvikle en europeisk standard for emballasjeløsninger som skal gjøre emballasjen mer brukervennlig. Gjennom ABCs emballasjелеverandør Lietpak kan vi tilby poser og film med førsteklasses zip lock-løsning. Åpne/lukke-mekanismen er meget enkel å bruke og egner seg godt til poser med skivet innhold, både kjøtt, fisk og ost. Kontakt våre emballasjespesialister Thor Aasum og Øyvind Fossnes for å få vite mer om hvordan brukervennlig emballasje kan øke salget av dine produkter.



Glassklar emballasje

Lietpak, en av ABCs leverandører av plastemballasje, investerer kontinuerlig i topp moderne maskiner for å møte kravene fra markedet. Gjennomsliktig matvareemballasje blir stadig mer etterspurt over hele Europa, og Lietpak har derfor investert i en ny ekstruder for produksjon av fleksible koekstruderte filmer med meget høy glans. Du får et forbedret produkt til samme pris som tidligere.

Filmen egner seg meget godt til vakuumpakking. Den glassklare filmen gir meget god eksponering av produktene dine. Filmen fås i alle tykkelser fra 60-300 my, og i ønsket bredde.



Ny effektiv kaliumlaktat

Purac biochem B.V. har utviklet helt nye typer kaliumlaktater med en konsentrasjon på hele 78 %.

- Purasal HiPure P Plus (Laktat 78 % konsentrasjon)
- Purasal Opti.Form PD Plus (Laktat 78 % kons. med diacetat)
- Purasal Opti.Form PPA Plus (Laktat 78 % med acetat)

Dette gir en rekke fordeler i forhold til bruk av dagens laktat med 60 % konsentrasjon. Smaken blir rundere fordi smaks Komponentene fordampes i prosessen mot en ytterligere konsentrering. Den runde smaken gjør at man kan dosere høyere uten å få bismak på produktet. Den største gevinsten er imidlertid at man kan dosere hele 30 % mindre i forhold til vanlig laktat og oppnå nøyaktig samme effekt!

Vitacel fetterstatter – det sunne alternativet

Et kosthold med høyt fettinnhold kan virke sløvende og gjøre det vanskeligere å trene, viser en ny amerikansk vitenskapelig studie. Samtidig viser en engelsk studie at de som spiser sunt, også er sunnere til sinns. Vitacel fetterstatter fra J. Rettenmaier & Söhne, verdens største leverandør av kostfiber, kan være løsningen for de som ønsker et sunnere kosthold med mindre fett. Vitacel fetterstatter gir en kremet munnfølelse, er temperaturstabil, har høy vannbindingsevne og setter ingen smak i sluttproduktet. Vitacel MCG 0018 er et sunt alternativ i kokte, røkte og stekte pølser, kjøttprodukter, meieri- og konditorprodukter. Vitacel Havrefiber HF Pluss 0010 er en ny type fetterstatter som ikke deklarerer med E-nummer. anbefalte bruksområder er kjøtt- og pølseprodukter og smørbart pålegg som for eksempel leverpostei, samt konditorprodukter. Produktsjefene våre hjelper deg med å finne riktig Vitacel fetterstatter for ditt produkt.

Laugsmøte i ABC:

Smakfull kunnskapsdeling

Om lag 25 deltakere fikk faglig og kulinarisk påfyll da ABC i mars var vertskap for laugsmøtet til Oslo og Akershus kjøttbransje.

Innledningsvis fikk deltakerne en presentasjon av ABC og deres samarbeidspartnere av markedssjef Birger Fagernes. Det ble også informert om ABCs nye samarbeidspartner, Flexopack, og den nye satsingen på emballasje. ABCs produksjefer innen emballasje, Øyvind Fossnes og Thor Aasum, har til sammen mer enn 60 års bransjeerfaring.

Etter en enkel middag viste driftssjef Henry Bakkejord fram ABCs nye fylle-/blandestasjon. ABC har med sin investering valgt å være "kjerringa mot strømmen" og satse på fremtiden under finanskrisen. Med økt kapasitet og høyere presisjonsnivå vil investeringen være til glede både for ansatte og kunder. Deltakerne bemerket at ABC ved sin investering også har tatt vare på sin fleksibilitet til å stå for mindre produksjoner, og kan derfor betjene bedrifter med ønske om mindre batcher.

Roger Brenna og Rune Øystad informerte forsamlingen om ABCs muligheter for å utvikle produkter tilpas-



Rune Øystad (t.v.) og Roger Brenna presenterte en Thüringer roastbratwurst med over 30 prosent redusert salt ved hjelp av Purasal OptiForm og Lactosalt Optitaste fra Purac og Armor proteine.

set nye markedskrav og ønsker fra forbrukerne. Det har den senere tiden vært sterkt mediesøkelys på saltinnhold. Myndighetene i flere land ser på hvordan de kan bidra til redusert saltforbruk hos konsumentene.

Roger og Rune presenterte en Thüringer roastbratwurst med over 30 prosent redusert saltinnhold ved hjelp av Purasal OptiForm fra Purac og Lactosalt Optitaste fra Armor Protéines. Videre ble det presentert et konsept med "E-Zero Products" fra ABCs samarbeidspartner Gewürzmüller, en helt E-nummerfri

salami og peppersnacks. Oppmerksomheten om E-nummer er stadig tilbakevendende, og flere og flere forbrukere er opptatt av dette.

Avslutningsvis ble det ved hjelp av BHJs "kalkulator" presentert en mulighet til å redusere kostnader ved hjelp av svineproteinet SCANPRO 1015/F fra BHJ. Det ble i dette tilfellet presentert hamburger med og uten SCANPRO 1015/F, og man oppnådde en besparelse på mer enn 25 prosent. Kvelden ble avsluttet med generalforsamling for laug.



Kvalitetsleder Anja Heradstveit.

ABC er ISO 22000-sertifisert

Det Norske Veritas gjennomførte sertifiseringen og utstedte sertifikatet 10. februar i år.

ISO 22000 er en internasjonal standard for matsikkerhet som omfatter hele verdikjeden. Dette er en felles internasjonal standard som kan anvendes på tvers av bransjer og landegrenser. Formålet med standarden har vært å harmonisere flere ulike internasjonale standarder og fungere som verktøy for arbeidet med å forbedre matvaresikkerheten i alle ledd. Standarden har et sterkt søkelys på styring og kommunikasjon gjennom hele verdikjeden for å sikre forbrukerne matvarer som ikke er helseskadelige.

Det begynner med en smak

Vanlige forbrukere tenker sjelden over hvorfor spare ribs eller krydder-pølser gir en rik og annerledes smaksopplevelse. Rune Øystad og Roger Brenna i ABC tenker nesten ikke på annet.



– Står vi fast, hjelper vi hverandre. Det er noe av vår styrke, sier Rune Øystad (t.v.), som sammen med Roger Brenna bruker stadig mer tid på jakt etter den "perfekte" smaken. FOTO: BENTE BJERCKE

– Ofte er det bare små justeringer som skal til, men det er enkelte ganger det mest krevende, sier Rune Øystad.

Han er ABCs produktsjef for hjelpe- og tilsetningsstoffer, og sammen med Roger Brenna – produktsjef for tarmer – bruker han timer og dager i et moderne prøvekjøkken på jakt etter en definert smak eller konsistens som egner seg for utvikling og produksjon. I artikkelserien om ”ABC-kretsløpet” er vi kommet til produktutprøving og – testing.

Stadig viktigere

– At vi kan tilby faglig solid produktprøving og testing blir stadig viktigere.

”

Ofte er bare det små justeringer som skal til, men det er enkelte ganger det mest krevende.

Rune Øystad, ABC

Behovet for endringer og innovasjon skjer med økende fart. Mange nordmenn reiser mye og tar med seg smaksopplevelser hjem. Kokebøker – ofte med eksotisk tema – finnes i et enormt utvalg. For at vi skal vedlikeholde vår posisjon som en ledende leverandør av både solide produkter og tung kompetanse, er produktprøving og testing sentralt, forteller Øystad.

Lagarbeid for bedre smak

ABC etablerte prøvekjøkkenet i 2004, og satsingen ble umiddelbart en suksess. I dag testes både produkter og resepter på løpende bånd. Enkelte ganger ønsker kunden å ta del i hele prosessen, men som oftest går ABC-temaet til verket med et klart definert ønske fra kunden.

–Vi er flere her hos oss med lang erfaring. Det bruker vi helt bevisst i arbeidet med å komme fram til en definert smak. Opplevelsen av eksempelvis et sterkt krydder kan variere mye fra person til person. Da er det veldig viktig med et kompetent team som kan finne en korrekt middelvei. Målet er selvfølgelig alltid å finne fram til et produkt eller en løsning som sluttbruker velger fordi det gir en overraskende, smaksrik og solid matopplevelse, sier Øystad.

Ikke mulig, men nesten

Øystad mener det har skjedd en liten revolusjon i den norske fersk- og frysedisken. Vel og merke vil du fortsatt finne et stort utvalg ordinære, eller litt kjedelige, kjøttprodukter rettet mot en stor kundegruppe som er mer opptatt av pris enn smaksopplevelse. Utfordringen ABC blir møtt med fra kundene er oftere og oftere at produktene skal ha minst mulig hjelpestoffer, være mest mulig naturlige og ha maksimal kjøttandel.

Tett på ambisjonen

– Mange har en helt klar oppfatning av hvilken smak eller konsistens de er på jakt etter. Enkelte ganger kan ambisjonen strekke seg lenger enn hva som er mulig – rent produksjonsteknisk. Da er det vår oppgave å finne løsninger som ligger tett opp til ambisjonen, men samtidig er kommersielt mulig å gjennomføre, forklarer Øystad.

Aldri en kopi

Etter at ABC har testet seg fram til en løsning, blir den vurdert i samråd med kunden. Velger en å gå videre, blir det bestilt en prøveordre før det endelige produktet kan leveres for produksjon. Prosessen kan ta noen dager, eller noen uker. Rune Øystad er nøye med å påpeke at ABC aldri vil kopiere et produkt eller en resept som andre allerede har kommersialisert.

Smak er subjektivt

– Det ville være å trekke teppet vekk under føttene våre. Når vi en sjelden gang får en forespørsel med referanse til et eksisterende produkt, vil vi søke å videreutvikle smaken og finne en løsning i samme retning uten å bli kopier. Smak er som kjent en meget subjektiv affære, sier Øystad.

Ikke pris alene

Mer oppmerksomhet mot såkalt ”clean label”, mindre salt, mindre fett og mer orientering mot økologiske produkter; det tror Rune Øystad er tendenser som vil prege utviklingen av kjøtt, fisk og kyllingprodukter fremover.

–Vi er inne i en utrolig spennende tid med stadig nye produkter og løsninger. Mat handler heldigvis ikke bare lenger om pris for norske forbrukere, sier produktsjef Rune Øystad.

ABC-kjøkkenet vil bli enda flittigere i bruk i tiden som kommer. Det begynner tross alt med en smak.

Av Eirik Arnesen

Konsolidering

Etter fjorårets jubileumsresultat med nesten 215 millioner i omsetning, tror ABC-sjefen på mindre vekst i 2009/2010.

– Det ville være dumdristig av oss å strekke oss mot nye 15 prosent økning også i denne regnskapsperioden. Vekst er krevende. Selv om vi hadde det veldig morsomt i

fjor, tror jeg det vil være fornuftig å konsentrere innsatsen om å bli enda bedre i de daglige prosessene. 2010 skal handle om konsolidering, sier Arne Olafsen (bildet), omtrent midtveis i regnskapsperioden.

Men ABC-laget er ikke uten ambisjoner, og lagoppstillingen er styrket. Det jobbes etter en offensiv taktikk, og målet er å ta et fastere grep om emballasje.

Nye produkter

– Vi venter en økning på rundt 20 prosent på dette området i 2010. Emballasje vil dermed være det segmentet med sterkest vekst. Vi har vært heldig og knyttet til oss kompetente personer, samtidig som vi nå lanserer nye og bedre emballasjeprodukter. Vi tror segmentet vil vokse betraktelig også de neste tre til fem årene. Det er vanskelig å spå hvor mye, men nyskapende emballaseløsninger som sikrer en maksimal eksponering av kundens produkt, vil bli enda viktigere, sier Olafsen.

ABC merker godt effekten av de siste to årenes investeringer i produksjonen, blant annet en økning i omsetningen av blandinger.

– Mange av våre viktigste kunder har gjennomført til dels omfattende omstillinger. Det påvirker også oss. Ikke minst positivt, ved at vi som totalleverandør, sammen med kunden, blir utfordret til å finne fram til nye løsninger. Det er stimulerende, sier Arne Olafsen.



FOTO: BENTE BJERCKE



Kundeprofil: Toma Mat AS

Ingen snarvei til suksess

Rolf Magne Strømme er tredje generasjon i kjøttbransjen og vet nøyaktig hvordan han vil ha det. Enten det gjelder emballasje, færetarmer eller krydder.

I korridoren gikk vi forbi diplomer og medaljer for pinnekjøtt og skinke. Vel inne på sjefens kontor henger kursbevisene som perler på en snor. Alt fra deltakelse i bearbeidelse av kjøttprodukter til nettverk for produktutvikling i kjøttbransjen. Bak oss er både svennebrevet i pølsemakerfaget fra 1993 og mesterbrevet behørig innrammet. Ingen skal tvile på at daglig leder Rolf Magne Strømme i Toma Mat vet hva han snakker om.

Ingen snarvei

– Vi har aldri tatt snarveier, og for min del tror jeg at det vil være kvalitet som vil gjelde i fremtiden. Våre kunder skal iallfall få det ypperste. Vi godtar ikke annen-sortering, uansett om det er emballasje, krydder eller tarmer, sier Strømme.

ABC har stiftet erfaring med hans ønsker flere ganger.

– Vi har fått svinetarmer og krydder fra ABC siden starten i 1989. Færetarmer

fikk vi levering av for et år tids siden, da kvaliteten også der var blitt veldig bra. Før var sorteringen varierende, og jeg sa fra om det. Nå er varene bra, roser Strømme.

Når Rolf Magne Strømme skryter, lytter vi. For Strømme-navnet betyr kunnskap. Han er tredje generasjon pølsemaker. Bestefar Magne Strømme var med å starte Toma Kjøttindustri i 1962, sammen med Torvald Kyvik, som var gift med søsteren til bestefaren hans. Navnet Toma er satt sammen av forbokstavene til stifterne.

– Etter konkursen i 1988 tok blant annet faren min over. Jeg begynte året

42 prosent av omsetningen. Men vi skaffet oss blant annet sykehus og transitt-handel som nye kunder. Det året økte omsetningen med to millioner kroner. Nye butikkunder kom også til. Resten kan du fortelle, sier Rolf Martin Strømme, tar med seg kaffekoppen og går smilende ut døra. Styreformannen har sagt sitt.

Nestlé krevde ISO-sertifisering

Året etter ble også en opptur, med napp hos oljebransjen. Fortsatt samarbeider de med forpleiningsfirmaet ESS og Statoil. Det utgjør 40 prosent av salget.

– Vi har hatt en jevn vekst og aldri



Pølser er populært. Her er Morten Frette (t.v.), Britt Sandhåland og Kenneth Nordnes i sving. FOTO: ALF OVE HANSEN

etter. Starten var tung. Men du, det er best vi får inn far, sier Rolf Magne Strømme og henter raskt inn Rolf Martin Strømme.

Veien tilbake

En sprek senior setter seg og kan selvsagt historien til familiebedriften inntil beinet.

– Vi trodde alle gamle butikkunder ville følge oss videre. Slik gikk det ikke. Da Nema valgte å hoppe av i 1992, vurderte vi å kaste inn håndkleet. De sto for

inngått kompromisser om kvaliteten. I 2003 ble jeg daglig leder. Det var ingen store endringer den første tiden, men vi fikk en god kontrakt med Nestlé, sier Strømme.

Nestlé skulle føre med seg både gode og dårlige nyheter. Den gode var at alle leverandører skulle være ISO 22000-godkjent.

– For oss var det positivt, for oljebransjen har etterspurt dette en stund. På den tiden utvidet vi også fabrikk, så vi både tilpasset og bygget om. For eksempel skar

Vi godtar ikke annen-sortering, uansett om det er emballasje, krydder eller tarmer.

Daglig leder Rolf Magne Strømme, Toma Mat AS



Daglig leder Rolf Magne Strømme er stolt av Toma Mat, som snart er ISO 22000-sertifisert. FOTO: ALF OVE HANSEN

vi før ferskt pålegg i en avdeling der det gikk folk forbi. Nå ble dette en isolert sone. Vi startet arbeidet tidlig i 2008, opplyser Strømme.

Den dårlige nyheten var at Nestlé samme året sa opp kontrakten og flyttet produksjonen til Finland. I løpet av forsommeren kommer uansett hovedrevisjonen. Toma vil være en av få kjøttmatprodusenter i Norge som oppfyller de strenge kravene til matsikkerhet.

– ABC er jo også en ISO-bedrift. Seriositeten er også en av årsakene til at vi har samarbeidet med dem i alle år. De er også flinke til å følge opp, ikke minst innen utvikling, sier Rolf Magne Strømme og nevner den nye skinken i Jacobs utvalgte-serien som ett eksempel.

Ros i retur

– I mai lanserer vi Virginia filet med sennep, koriander, pepper, løk og karvefrø. Krydderet her er utviklet i samarbeid med ABC.

ABC returnerer rosen.

– Toma driver kvalitetsarbeid. Vi får også raske tilbakemeldinger om ting de vil teste hos oss. Dessuten er det flott at møtene mellom oss ikke bare er på kontor, men at vi får snakke med ansatte i produksjonen, som har daglig erfaring med varene, sier salgskonsulent Rolf Nygaard.

Nygaard har også vært involvert i

Tomas overgang til emballasje fra ABC. Tomas ønske var å få samme gode kvalitet som de hadde fått fra sin tidligere leverandør i over 40 år.

– God kvalitet betyr blant annet en god tetthet i filmen, med gode lag som kan holde oksygen ute. Vi kjørte mange holdbarhetstester, og er nå etter ett år veldig fornøyd, sier Rolf Magne Strømme.

Vi får etter hvert en omvisning i den 4600 kvadratmeter store fabrikk. Det jobbes jevnt i hvite luer og frakker. Wienerpølser lages, hamburgerrygg skjæres, Westfalerskinke og bacon pakkes. På lagret stables eskene, og i ekspedisjonen punsjes merkelapper til rette mottakere. Det er ryddig, rent og pent overalt. Toma Mat har det slik som de forventer at leverandørene har det, enten de er fra Uruguay eller Prima Jæren.

Satser sunt

Sunn mat er nå et satsingsområde. Nylig startet Toma å lage kyllingpølser uten fett fra dyr.

– Vi bruker sunn rapsolje og kylling. I Nordsjøen etterspør de blant annet sunn mat, men de vil også at den skal smake godt. Her ligger utfordringen, så vi har samarbeidet med ABC for å gjøre varene smakfulle.

Rolf Magne Strømme ser lyst på årene som kommer.

– Vi har en ny fabrikk, som er laget for vekst. Ambisjonene våre er ikke å bli så veldig mye større, men vi kan godt ha en årsomsetning på 100 millioner kroner. Vi har ting på gang som kan gjøre at det målet vil bli nådd, sier Strømme.

Kanskje får han ideer til nye kunder og varer mens han synger.

– Jeg ser ikke mye på tv eller følger med på fotball. Derimot synger jeg i Handelsstandens sangforening. Det er en flott avveksling.

Av Ann-Mari Gregersen



Toma Mat AS

Oppstart:	1989
Antall ansatte:	35 årsverk
Kundegruppe:	Plattformer i Nordsjøen, båter i utenriksfart, storhusholdning og butikk
Eget merke:	Toma Mat Leverer også til Jacobs utvalgte
Produkter:	Kjøtt, pølser, pålegg og bacon
Mest solgt:	Pålegg
Produksjon:	Ca. 1500 tonn i 2009
Omsetning:	84 mill. kr i 200

Tilsats av Purasal OptiForm:

Holdbarheten økte vesentlig

En studie utført av forskningskonsernet Nofima viser at tilsats av Purasal OptiForm (laktat) fra Purac reduserte mikrobiologisk vekst og forlenget holdbarheten på hakket fiskemasse og fiskepudding.

Alternative forbehandlingsteknikker ved pakking av spiseferdige sjømatprodukter i modifisert atmosfære kan gi kraftig reduksjon av den mikrobiologiske floraen gjennom lagringstiden på produkter som ble tilsatt Purasal OptiForm.

Dette er konklusjonen i en forskningsrapport skrevet av Sveinung Birkeland, Bjørn Tore Rotabakk og Maria Befring Hovda ved Nofima.

Ulik lagringstid i test

I Nofimas forsøk ble det brukt fiskepudding som modellprodukt. Under lagringstiden (4 °C, 32 dager) ble det undersøkt mikrobiologisk kvalitet, sensorisk kvalitet, farge- og teksturegenskaper, pH og drypp-tap/væskeslipp. Batch A ble tilsatt 2 prosent (våttvekt) Purasal OptiForm, mens batch B ikke ble tilsatt laktat.

De pakkeproduttene ble lagret i 11, 18, 25 og 32 dager (3–4 °C) før uttak til analyse av kvalitetsegenskaper. Fiskemassen ble stappet i plasttarm med manuell pøsestapper og lukket med manuell klipsmaskin.

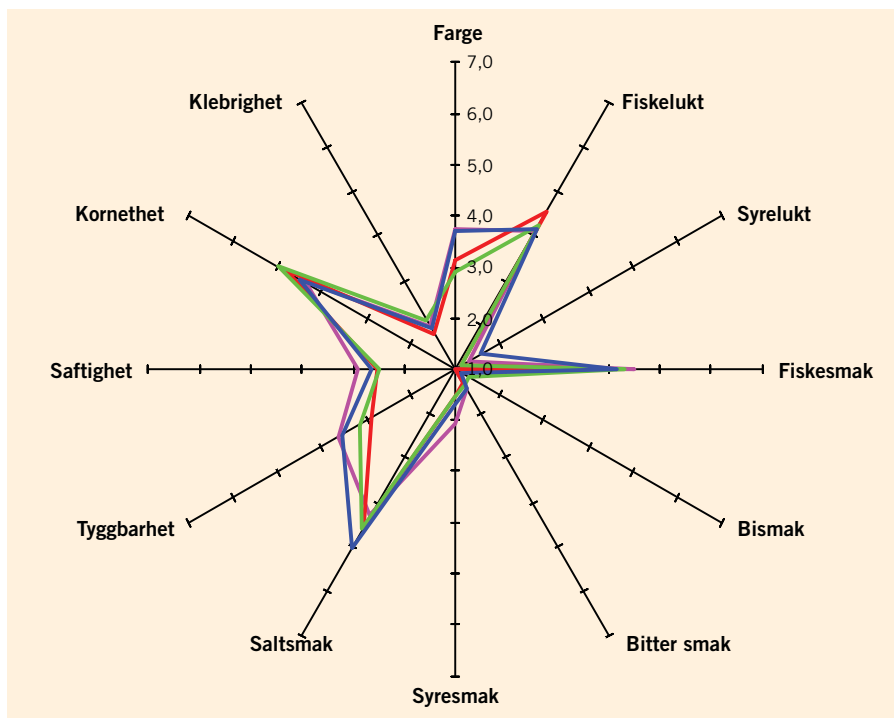
Tilsats av Purasal OptiForm førte til en kraftig reduksjon av den mikrobiologiske floraen gjennom lagringstiden sammenlignet med produktene som ikke ble tilsatt Purasal OptiForm.

Tilsats av laktat førte ikke til noen dramatisk eller negativ endring i den sensoriske profilen av de undersøkte produktene, men førte til en noe fastere instrumentelt målt tekstur.

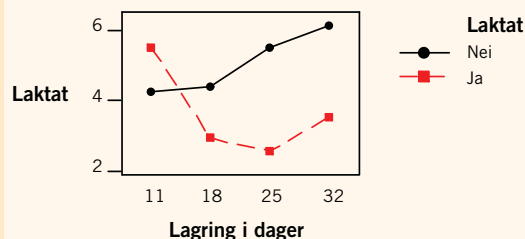
Purasal OptiForm gir med andre ord lenger holdbarhet på dine produkter uten å påvirke sensorisk kvalitet.



Forsker Sveinung Birkeland (midten) i Nofima har vist at Purasal OptiForm har gunstig innvirkning på holdbarheten av fiskemasse og fiskepudding. Det er gode nyheter for produktspesialist Stephan Dobbelsstein i Purac (t.v.) og produksjef Fisk i ABC, Stig Brox.



- Prøver med laktat eller SGS+MAP-behandling har lave TVC-verdier
- Ingen tilleggseffekt ved å kombinere laktat og SGS+MAP
- Liknende resultater for psykotropiske bakterier



notiser

Unik eplefiber

Produktet Vitacel Økologisk Eplefiber er en kostfiber laget av kontrollerte økologisk



dyrkede epler og er den eneste eplefiberen i verden med økologisk sertifisering.

Glutenfritt paneringsmel

Tidligere trodde man at cøliaki var en sjelden sykdom, men nyere forskning har vist at opptil 1 av 200 har sykdommen, kanskje til og med enda flere.

En som har cøliaki tåler ikke gluten. Gluten er et protein som finnes i kornslagene hvete, bygg og rug. Når en som har cøliaki spiser mat som inneholder gluten, skjer en reaksjon fra immunsystemet som til slutt ødelegger tarmtottene som befinner seg i tynntarmen. En glutenallergiker må derfor passe nøye på kostholdet, og det er mange matvarer som må velges bort på grunn av gluteninnhold.

Vi leverer gjennom vår leverandør Laco Crumbs i Nederland gult, glutenfritt paneringsmel i sekker à 15 kg.

Connect 11

Connect 11 er et nytt system som gir muligheter for å binde sammen mindre stykker av kjøtt, eventuelt fisk, til et mer høyverdi produkt. Se for eksempel på muligheten for å binde sammen magre kjøttsorteringer til en mer høyverdi "steak" til grillsesongen. Systemet er basert på bindereaksjonen mellom natriumalginat og kalsium og proteiner fra kjøtt eller fisk. Du kan se produktene på IFFA-messen hos Gewürzmüller GmbH, hall 4.1, nr. E75 (se side 5).



Formålet med det nye regelverket er å sikre at det indre markedet fungerer som det skal. Samtidig skal det sikres et høyt beskyttelsesnivå for folkehelse og forbrukerinteresser og bidra til redelig omsetning.

"4-pakken" – nye EU-forordninger

16. desember 2008 fastsatte Rådet og Parlamentet i EU de fire ordningene som inngår i "Food Improvement Agents Package" eller "4-pakken". Etter en overgangsperiode, fram til 1. januar 2011, skal forordningene erstatte det tidligere regelverket i EU om bruk av tilsetningsstoffer, aromaer og enzymer.

Forordningene vil gi en felles godkjenningsprosedyre med fellesbestemmelser om søknads- og godkjenningsprosedyrer som skal gjelde for godkjenning av stoffer innenfor de tre sektorforordningene om enzymer, tilsetningsstoffer og aroma. Det skal også utarbeides fellesskapslister (positivlister) over godkjente stoffer med bruksbetingelser og merkeregler. Bare de stoffene som er oppført på fellesskapslisten kan omsettes som sådan og brukes i næringsmidler i samsvar med eventuelle bruksbetingelser. Forordningene inneholder merkeregler, hvor det blant annet skilles mellom merking direkte til sluttforbruker og merking til industri/grossist.

Formålet med det nye regelverket er å

sikre at det indre markedet fungerer som det skal. Samtidig skal det sikres et høyt beskyttelsesnivå for folkehelse og forbrukerinteresser, og bidra til redelig omsetning.

I Norge har Helse- og omsorgsdepartementet sendt ut på høring et forslag til hvordan forordningene skal implementeres i norsk rett. Høringsfristen er satt til 11. mai 2010. Forordningene og høringsbrev fra Mattilsynet kan leses og lastes ned på www.mattilsynet.no.

ABC vil i tiden fram til 1. januar 2011 fortsette å jobbe tett med våre leverandører for å sikre korrekt informasjon og godkjente produkter.

Av Kristin Håven, kvalitetsleder i ABC

notiser

Avansert bakteriekultur

Modningsprosess av spekepølser er en lang og kompleks prosedyre som krever mye av teknologi og råvarer. Vår leverandør av startkulturer og krydder, Gewürzmüller GmbH, har gjennom intensiv forskning utviklet en startkultur som setter en helt ny standard.

Bitec Advance RD-1 833/10 er en meget aktiv kultur som er utviklet for oppskåret spekepølse. Bakteriekulturen får pH-verdien til å synke i løpet av 24 timer. Du kan derfor modne spekepølsen veldig raskt, og smaken vil holde seg mild.

Spekepølsearomaen er karakteristisk og fargen er meget stabil.

Bakteriekulturen sørger for at det blir et konstant antall av ønskede mikroorganismer så du er garantert en jevn kvalitet på det ferdige produktet og den best mulige produktsikkerhet.



Kvalitetsleder i vikariat

Kristin Håven er ansatt som vikar for kvalitetsleder Anja Heradstveit som gikk ut i fødselspermisjon i februar.

Kristin er 29 år gammel og kommer fra Harlem Foods AS hvor hun har vært ansatt som kvalitetsleder. Hun har også arbeidet to år som førsteinspektør i Mattilsynet.

Av utdannelse har Kristin mastergrad i Matvitenskap, retning

Matvaretrygghet, kvalitet og hygiene, og bachelorgrad i Matvitenskap – begge fra Universitetet for Miljø og Biovitenskap.



Oppatt att og oppatt att

Det høres ut som en verselinje av Alf Prøysen, men beskriver en re-closable løsning fra Lietpak, vår emballasjелеverandør av vakuumposer, sous-vide poser og under/overfilm.

Åpne/lukke-mekanismen kan åpnes og lukkes "oppatt att og oppatt att" og egner seg spesielt godt på pakninger av pålegg og skivet ost. Underbanen kan være både stiv og fleksibel, og overbanen er en spesiell kombinasjon av PET+PET+REPAK. Den spesielle foliesammensetningen gjør åpne/lukke-mekanismen svært lett å åpne og den lukker meget godt igjen, gang etter gang. Den brukervennlige åpne- og gjenlukkingsfunksjonen sikrer at produktet forblir friskt. Våre emballasjespesialister står gjerne til tjeneste med ytterligere opplysninger.



God smak med mindre salt

Det er en kjent sak at salt fremhever smaken på maten, og våre smaksceller er svært mottagelige for saltsmaken. Statens råd for ernæring og fysisk aktivitet har i en anbefaling satt en øvre grense for saltinntak på cirka 5 g pr. døgn for voksne, noe som er i tråd med anbefalinger fra europeiske og amerikanske helsemyndigheter. I dag regner myndighetene med at gjennomsnittlig inntak er cirka 10 g salt.

I dag har vi flere gode alternativer for å redusere bruken av salt i mat, blant annet salterstatteren Lactosalt Optitaste. Det er et konsentrert melkemineral som inneholder kun 10 prosent natrium og har mange av saltets egenskaper. Produktforsøk har vist at saltinnholdet kan reduseres med 25 prosent uten at det går utover binding og saltsmak, og samtidig får sluttproduktet sin vante tekstur og smak.