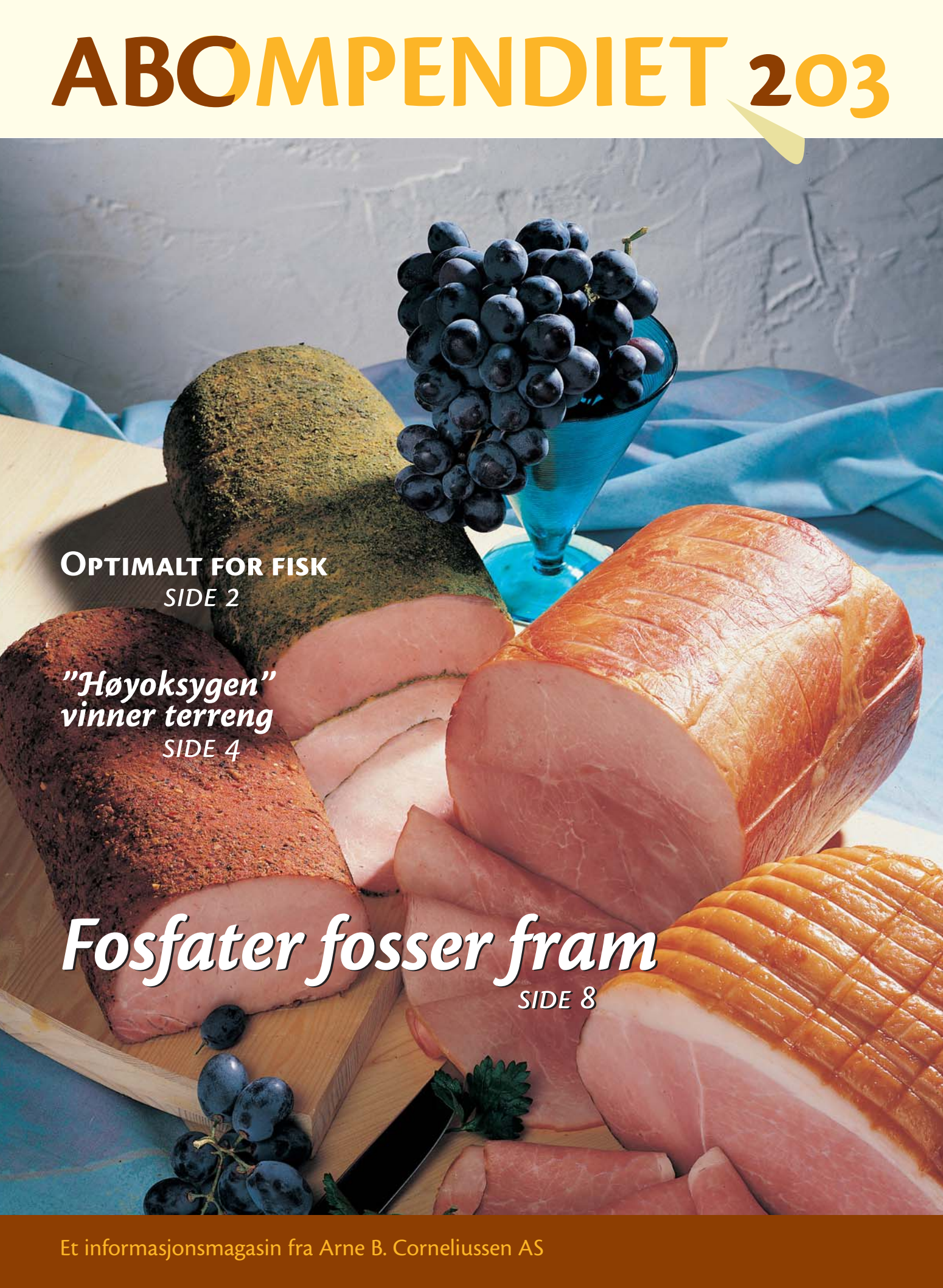


ABOMPENDIET 203



OPTIMALT FOR FISK
SIDE 2

"Høyoksygen"
vinner terreng
SIDE 4

Fosfater fosser fram
SIDE 8

ENKLE GREP MED STOR EFFEKT

Bedre produkter, bedre økonomi og mer forutsigbar kvalitet. Det høres ut som en uoppnåelig suksessoppskrift. Larssen AS er dette de umiddelbare konsekvensene av at reseptene er systematisk optimalisert.



DET ER BLITT ENKLERE OG RIMELIGERE Å PRODUSERE GODE FISKEKAKER ETTER AT FISKEMATPRODUKSJONEN BLE OPTIMALISERT, SIER STIAN HORTEN (T.H.).

Hurtighakkeren gir fra seg et brøl, og elter ingrediensene til 80 kg fiskemat. De velkjente fiskekakene ruller fristende på samlebandet, og de populære fiskebollene blir pakket med kurs for middagsbord i Trøndelagsregionen. Siden 1936 har firmaet Haarberg & Larssen AS betjent markedet med fiske- og kjøttprodukter av ypperste kvalitet. Takket være en enkel omlegging er fiskematen blitt enda bedre.

Økt effektivitet

– Det forekommer rett og slett ikke avvik. Nettopp det er uten tvil den viktigste effekten. Samtidig har omleggingen gjort at vi sparer et ledd i produksjonen, og dermed øker effektiviteten. Selv om vi ikke har regnet på det isolert, har vi uten tvil opplevd en salgsøkning og hatt en positiv utvikling av fiskemat. Det er kvalitetsleder Stian Horten som slik beskriver hvordan samarbeidet med Bård Monsen fra Ørako AS/Arne B. Corneliusen AS har hatt positiv effekt for Trondheimsbedriften. Produksjonsrutinene for fiskemat ble lagt om ved årsskiftet. Det kan høres kom-

plisert ut, men i realiteten handler det om forholdsvis få endringer i allerede godt innarbeidede arbeidsrutiner.

Tidligere ble ingrediensene blandet for hånd. Det forekom alltid ørsmå avvik – både fordi ulike medarbeidere gjør arbeidsprosessen litt forskjellig, og fordi ingrediensene ikke alltid ble målt opp og blandet på én måte. Det var ikke til å unngå at det ble små kvalitetsforskjeller. Nå er alle ingrediensene til en batch – eller 80 kg – pakket ferdig på forhånd. En nøyaktig arbeidsbeskrivelse gjør at produksjonen skjer på eksakt samme måte fra gang til gang. Dette gir mindre svinn, og en enklere hverdag for den enkelte.

– I tillegg er det betydningsfullt at flere nå kan gå inn å lage farsen – all den tid mulighetene for å gjøre feil er betraktelig redusert, forteller Stian Horten.

Test mot nyttår

Samarbeidet med Ørako/ABC ble innledet på høsten i fjor. Etter en periode med prosessbeskrivelser, startet en to måneder lang testperiode. Selv om førjulstiden alltid er meget

hektisk for røykelaksekspertene i trønderhovedstaden, valgte de å gjennomføre testen fram mot nyttår.

– På den måten kunne vi begynne 2003 med optimal produksjon, og får dermed med oss effekten over et helt år. Det er betydningsfullt, ikke minst i forhold til å måle økonomien i omleggingen, forteller Stian Horten.

Enklere = flere

Haarberg & Larssen er en gründerbedrift og sysselsetter 50 personer, hvorav 30 i produksjonen. De ansatte har alle vært positive til optimaliseringen – fra idé til implementering. At omleggingen også medfører færre arbeidsuhell, er en av årsakene til dette. Det er ti grunnrecepter som omfattes av omleggingen, men Horten forteller at det fort kan bli flere.

– Målet er hele tiden å få fram nye produkter som markedet vil ha. Omleggingen av arbeidsprosessene bidrar til å gjøre produktutviklingen enklere. Det er også en stor fordel for oss å kunne gjøre nytte av den kompetansen som finnes hos Ørako/ABC. Det gir en ekstra dimensjon til samarbeidet som selvfølgelig er

opskrift for enhver næringsmiddelaktør. Men ifølge kvalitetslederen hos fiskematprodusenten Haarberg &



80 KG FISKEMAT BLANDES MED NØYAKTIG OPPVEIDE MENGDER, OG DET FOREKOMMER NESTEN IKKE AVVIK ETTER AT EN ENKEL OMLEGGING BLE GJENNOMFØRT.

svært viktig for oss, forteller Horten.

– Men hvorfor har det tatt så lang tid å gjennomføre en optimalisering som vi hyppig finner i kjøttbransjen?

– Det er en konservativ bransje. Videre er det en langt sterkere fokusering på kvalitet og økonomi i dag enn for bare ti år siden blant fiskemataktører. Vi skal heller ikke glemme at

vi har andre logistikkutfordringer enn kjøttbransjen når det gjelder råstoffet, sier Horten. Haarberg & Larssen leverer produkter fra Mo i Rana i nord til Oslo i sør, samt at bedriften leverer mye på nordvestlandet. Selskapet høster mye honnør for produktene sine, og ble kåret til beste produsent av røykelaks både i 1996, 1998 og 2002. I tillegg kan firmaet skilte med

en rekke andre plasser. Haarberg & Larssen er en solid bedrift, tuftet på gamle håndverks-tradisjoner. Når dette kombineres med moderne produksjonsprinsipper, oppstår vinneroppskriften.

Av Eirik Arnesen



PAKKET OG KLART

I dag pakkes om lag 30.000 tonn kjøtt med pakkegass som blant annet inneholder CO. Gasspakking, også kalt pakking i modifisert atmosfære, blir benyttet ved omsetning av lett bederverlige næringsmidler. EU har varslet et forbud mot pakking med CO allerede til sommeren, og bruk av "høyoksygengass" vil da være det mest nærliggende alternativet.

Ferskt kjøtt pakkes da i en gassblanding med cirka 70 prosent oksygen og 30 prosent CO₂, såkalt høyoksygen. Det vil påvirke farge- og fargestabilitet på rått kjøtt, farge på kuttflater av bein, harskning, mikrobiologisk lagringsevne og bedervingsbakterier og sykdomsframkallende bakterier, samt risiko ved håndtering av eksplosiv gass.



PAKKING MED CO I GASSBLANDINGEN ER ET SÆRNORSK FENOMEN SOM HAR GITT OSS BETYDELIGE FORDELER MED HENSYN TIL KVALITETEN PÅ PRODUKTENE SOM TILBYS FORBRUKERNE.

Fagsenteret for Kjøtt og Matforsk er landets to mest betydningsfulle kunnskapsleverandører til kjøttbransjen. De arrangerer i fellesskap Kjøttfagdagen, som i år ble avholdt på Hotel Opera, hvor 150 personer fra bransjen deltok. Oddvin Sørheim fra Matforsk holdt et viktig foredrag om følgene av et sannsynlig forbud mot pakking med CO-gass fra juli 2004.

Behov for antioksidanter

Pakking med CO i gassblanding er et særnorsk fenomen som har gitt oss betydelige fordeler med hensyn til kvaliteten på produktene som tilbys forbrukerne. Fra neste år må vi antagelig innrette oss etter resten av EØS-området og bytte ut CO-gassen. Det mest sannsynlige alternativet er å benytte en gass-

blanding med høy andel oksygen. Kjøtt pakket i høyoksygen har dårligere holdbarhet, det vil få endret farge og fargestabilitet. Spesielt utsatt er kuttflatene på bein.

Misfargingen av kjøttet skyldes oksidasjon (på grunn av oksygen). Oksidasjon er det samme som harskning. Dette gir ikke bare fargefeil, men vil også kunne gi fettharskning. Sørheim mener vi må være forberedt på å bruke antioksidanter også på ferskt kjøtt for å unngå disse problemene.

Undertegnede ser her en mulighet for at såkalte naturlige antioksidanter kan få større utbredelse. Produkter av og med rosmarin-ekstrakt er et godt alternativ. ABC forhandler et produkt fra Gewürzmüller som heter Anti-oxidat Salz-mischung 490/40 (Antioksidativ saltblanding), og vi vet at dette fungerer godt.

Det aller beste vil være, ifølge Sørheim, å finne alternativer til pakking i gass. Han slår et slag for å begynne å pakke kjøttdeig i snabb igjen. Da er deigen i prinsippet pakket i vakuum, og minimalt med oksygen er til stede. Dette vil gi bedre holdbarhet og færre problemer enn om kjøttdeigen pakkes i såkalt atmosfäppakke.

Tarm til topps?

ABC har nå lansert en Betan-tarm med rødt nett-trykk for pakking av kjøttdeig. Betan er en polyamidarm som er langt tettere enn de tradisjonelle "kjøttdeigtarmene" som er laget av polyetylene. I tillegg til å ha lavere oksygen- og vandampgjennomgang har den også andre fordeler: større mekanisk styrke, mer klipsefast, mindre problemer med deformering av tarmen osv. Betan er en tarm som er ►



ODDVIN SØRHEIM FRA MATFORSK HOLDT ET VIKTIG FOREDRAG OM FØLGENE AV ET SANNSYNLIG FORBUD MOT PAKKING MED CO-GASS FRA JULI 2004.

- godt kjent i bransjen. Når vi har lansert den til kjøttdeig, er det fordi vi vet den vil overgå konkurrentenes løsninger. Prisen vil også overraske deg.

Bedre egenskaper

Forslaget om å tilsette antioksidanter til ferske stykningsdeler får sikkert mange fagfolk med kunnskap om "Positivlisten" om tilsetningsstoffer til å reagere. Dette er forbudt, men det er da innlegget til professor Bjørg Egelanddal fra Landbrukshøgskolen blir aktuelt. Hun snakket på Kjøttfagdagen om en ny produktgruppe som utvikles i USA: Enhanced Meat. "Enhanced" betyr forsterket eller forbedret. Kort sagt; kjøtt med forbedrede egenskaper. Dette er produkter som er tillagt forsterkede egenskaper for holdbarhet, smak, konsistens, spisbarhet osv. Stykningsdeler tilsatt antioksidanter og pakket i høyoksygengass vil kunne være et produkt i en slik produktgruppe. Videre snakket Egelanddal om produkter som var marinert i marinader tilsatt aktive komponenter. Hun trakk blant annet fram de positive egenskapene til laktater.

De fleste aktører i bransjen kjenner nok til ønsket om å sikre holdbarheten på marinert ferskt kjøtt. ABC har siden forrige IFFA-messe (i 2001) forsøkt å få flere kunder til å tilsette

PURASAL P/HP 60 eller PURASAL P OPTIFORM til kjøttprodukter med denne begrunnelsen.



Ola Stuberg, produksjef

EN ANNEN VERDEN I NYE LOKALER

Etter 20 års tilhold i Østensjøveien 44, flyttet ABC til Økern Næringspark 1. desember i fjor. Her disponerer vi totalt 6000 m² moderne kontor-, lager- og produksjonslokaler. Med cirka ett års erfaring bak oss, er det bare å si at vi har kommet til en annen verden. Så godt som alt har fungert fra første dag, og spesielt for lager og produksjon har overgangen vært overveldende positiv.

Hyggelig er det også å ha fått gode tilbakemeldinger fra kunder og leverandører. Vi regner med at vi nå har lokaler som tilfredsstillende de neste 20 års krav. Siden vi har lagt opp til en vekst framover, har vi noe ledig kapasitet.

Derfor vil vi i fremtiden øke satsingen på emballasje. Vi har hittil hatt en god omsetning av poser i forskjellige kvaliteter. I tillegg satser vi på å selge blant annet dypttrekkingsfilm, og vi har inngått en avtale med EDV i

Spania om representasjon i Norge (se side 17). Til å bygge opp dette markedet for oss har vi ansatt Thor Aasum, som etter mange år i bransjen er et kjent navn.

Vi har også avsluttet vårt regnskap i utgangen av september med resultater vi er godt fornøyd med. Omsetningen økte med cirka 12 prosent, og endte på 140 millioner kroner. Vi erfarte at det koster å flytte, og mange av kostnadene ble direkte belastet, slik at resultatet før skatt endte på 5,5 millioner kroner. Vi gleder oss til fortsettelsen, og vil vise at vi skal bli en enda bedre samarbeidspartner for våre forbindelser i fremtiden.

P.S. Vi er godt dekket med møtelokaler i Oslo som vi gjerne låner ut til kunder. Vi skal til og med spandere lunsj!

Arne Olafsen, administrerende direktør



FEM FLATER ER BLITT BYTTET UT MED ÉN, OG VAREFLYTEN I NYE LOKALER ER MYE MER EFFEKTIV.

KRYDDER ER NØKKELEN TIL SUNNHET

Innholdet av antioksidanter i de beste krydderplantene er svært høyt. Hos nordmenn med normalt kosthold kan totalinntaket av antioksidanter i krydder bety mer enn de fleste får i seg gjennom andre planter i kostholdet. Dette viser en norsk-japansk undersøkelse ved Universitetet i Oslo. Før de første syntetiske medikamentene ble utviklet på 1800-tallet, brukte man nesten bare krydder som medisin, og det kan jo være at innholdet av antioksidanter kan forklare den positive effekten.

Vi vet i hvert fall at vår Antioxydat Salzmischung 490/40 fra Gewürzmüller GmbH & Co, motvirker harskning i pølse- og farseprodukter. Antioksidant i produktet er Rosmarin-ekstrakt. Dette er et naturkrydder, og det krever derfor ikke E-deklarasjon.



TARMER FOR MODERNE FORBRUKERE

Det siste tiåret har endret næringsmiddelindustriens syn på pølsetarmer av collagenproteiner. Forbrukernes økende bevissthet og nyskapende teknologi har bidratt til denne trenden.

ABCs collagentarmer og film blir produsert hos Naturin i Tyskland av høykvalitets collagen. Råmaterialet er underhuden av storfehud. Collagentarm kan brukes til røkte og kokte farseprodukter av kjøtt og fjørfe, som røkte kjøttpølser, meterpølse og wiener/frankfurter-typer, samt stekte spesialpølser. R2-serien av collagentarm anvendes til spekepølseproduksjon. Collagenfolie brukes til skinke- og spekeprodukter med nett.

75 års erfaring

Det tyske firmaet Naturin GmbH & Co, en av Europas ledende produsenter av collagentarmer, har stått i spissen for denne teknologien. Firmaets første collagentarm ble produsert allerede i 1925, og var et gjennombrudd for automatisering i pølseproduksjonen. Produktene var kaliberstabile, og farge og røking ble ensartet.

Naturin har i dag mer enn 75 års erfaring med produksjon av collagentarmer. Kombinasjonen av markedstilpassede produkter og strenge krav til kvalitet har sikret selskapet en sterk posisjon i markedet.

Sammensatt prosess

Produksjonen av tarmer er en sammensatt prosess. Etter veterinærgodkjenning sorteres og vaskes råmaterialet. Det vi omtaler som råmaterialet, er underhuden av storfehud. Råmaterialet behandles i flere bad og findeles deretter til en seig collagenmasse. Collagenmassen blir videre ekstrudert som et rør uten sømmer. Ønsket tarmdiameter oppnås ved å bruke et passende ekstrudermunnstykke og et konstant trykk. Etter spoling stabiliseres produktet gjennom en varme prosess for den videre produksjonsprosessen, som er konfeksjonering.

Naturin produserer og eksporterer fire hovedproduktgrupper; plast-tarm, collagenfilm og smal- og vidkaliber spisbare collagentarmer, samt ikke-spisbare collagentarmer. De har verdens største utvalg av buete tarmer! Tarmene kan også trykkes med høykvalitetstrykk godkjent for næringsmidler.



NATURIN HAR I DAG MER ENN 75 ÅRS ERFARING MED PRODUKSJON AV COLLAGENTARMER.

Naturin har et bredt utvalg av tarmer med vide kalibre til stekte og kokte pølser og til spekepølser. Naturin Klassik og den buede varianten, Naturin Kranzdarm, er begge laget for produksjon av røkte og urøkte kokte pølser. Tarmen har god styrke ved fylling og klipping, og det ferdige produkt blir fast og appetittvekkende. "Ready to stuff"-tarmer, som gir økt effektivitet, er også et alternativ. "Ready to stuff"-tarmer er også tilgjengelig i vår R2-tarmutvalg som oppfyller enhver kundes krav til spekepølsetarmer, enten den skal være liten eller stor, rett eller buet. Tarmen hindrer ikke den naturlige bakterieveksten under modningsprosessen og er garantert problemfri ved kjøring. Den absorberer god smak og farge ved røyking, og gir et delikat, naturlig sluttprodukt.

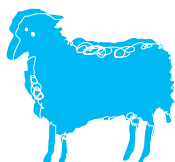
Oppfyller alle krav

Spisbare collagentarmer i smale kalibre leveres både rett og buet og oppfyller alle krav til kokte og stekte pølser, samt spekepølser, og gir det ferdige produktet et godt bitt. Spisbare NDC-collagentarmer er populære verden over og er favoritt-tarmen til wiener- eller frankfurter-pølser, mens til Bratwürst-typer anbefales NDC-D.

Colfan B er en spisbar tarm til rå pølser og brukes i stor grad til frokostpølser. Den egner seg også godt til frosne pølser. TWL er valget for små spekepølser. Den går uten problemer i produksjonen, og er spesielt godt egnet til minisalami. Den er også en velegnet tarm til stekte pølser som et alternativ til Colfan B. ESC er en rett tarm beregnet for spekepølser og kjøttpølser. Tarmen er gjennomtrengelig for røk og vanndamp og kan benyttes ved pasteurisering og sterilisering. Det ferdige produktet har meget gode steke- og kokeegenskaper, og har et godt bitt og god spisbarhet. ESC-tarmene nyter stor popularitet hos kravstore pølseprodusenter verden over.

Også i buet form

NCC fra Naturin er en spisbar, vidkalibret, buet tarm som har gode steke- og kokeegenskaper og er gjennomtrengelig for røk og vanndamp. I tillegg egner den seg godt til spekepølser. SCC er en smal, spisbar, buet tarm til wiener- og frankfurter-pølser. Denne tarmen var den første som gjorde det mulig å kjøre effektivt i standard fyllemaskiner.



Naturins store produktspekter vil alltid ha en tarm som kan dekke ditt behov!

Sett ditt eget preg på pølsa!

Viscofans celluløsetarmer med et trykt motiv eller din logo hjelper deg til å gi pølsene dine et særpreg og ditt firma god markedsføring! Viscofan tilbyr høykvalitets trykk med et fargevalg på 36 forskjellige farger som er godkjent for næringsmidler. I tillegg kan du også få tarmer trykket med et spesielt skygge (shadow) trykk. Dette trykket forblir på pølsa selv etter at tarmen er fjernet – ja, helt til den blir spist opp! Du får dermed en enestående mulighet til å promotere produktene dine ved spesielle anledninger eller til spesielle kundegrupper. Trykk noe spesielt, som et barnemotiv – det vil ungene synes er stas å se på mens de spiser pølsa. Hvordan er nå denne teknikken mulig, spør du kanskje. Jo, trykkområdet er ugjennomtrengelig for røyk, og etter at du har røkt og skrellet pølsa, står ditt personlige motiv igjen på overflaten. Viscofan kan trykke din egen logo eller du kan finne et motiv som passer deg i et stort utvalg av prototyper og prøver.



Leiv Vidar lanserer i disse dager en serie produkter med Shadow Print hos Select – først ute er BBQ-pølsa.



Purac er halal-sertifisert

Purac Biochem BV, som er vår leverandør av surhetsregulerende midler, har fått halal-sertifisering for fabrikken i Spania og for alle produkter produsert der. Kontinuerlige revisjoner skal sikre at Purac oppfyller de strenge krav som Islam stiller til mat. Halal-mat er mat som blir produsert og fortært i henhold til islamske lover. Halal er et arabisk ord og betyr "lovlig" eller "tillatt", men oversettes noen ganger som "akseptabelt" eller "ikke forbudt". Haram betyr det motsatte, "ulovlig" eller "forbudt". Halal-sertifisering omhandler følgende emner: Forbudte og tillatte dyr, slaktemetode, forbud mot blod og forbud mot rusmidler (alkohol).

Gode tilbakemeldinger fra kundene

Den nye ISO-standarden stiller økte krav til "kundetilfredshet". Det innebærer å innhente og kartlegge informasjon fra kundene. ABC gjør en løpende kartlegging av kundetilfredshet gjennom kundemøter og andre tilbakemeldinger, og resultatene kan i korte trekk oppsummeres slik:

- ABC får positiv tilbakemelding på leveringsgrad og service
- Våre produktsjefer/selgere gjør en god jobb ute
- Produktkvalitet, spesielt på naturtarm, kan variere noe over tid

Skulle noen av våre lesere ha en annen oppfatning, positiv eller negativ, eller ha andre forslag til forbedringer, så vil vi sette pris på en tilbakemelding!

EN SUBSTANS FOR BEDRE MATKVALITET

FOSFATER FOSSER FRAM

Fosfor er viktig for mennesker, dyr og planteliv. Det er en av de vanligste substanser i miljøet vårt – naturlig til stede i maten vi spiser og vannet vi drikker. Vi har fosfor i gener, i tenner og i skelettet. Selv musklene fungerer på grunn av fosfor. Og det ble oppdaget fordi en kjemiker ville lage gull.



FOSFAT ER EN NATURLIG DEL AV NESTEN ALLE TYPER MATVARER VI SPISER, OG HAR MANGE NYTTIGE FUNKSJONER SOM TILSETNINGSTOFF TIL NÆRINGSMIDLER.
Foto gjengitt med tillatelse fra Chemische Fabrik Budenheim Rudolf A. Oetker

Fosfater kan anvendes i de fleste næringsmidler, både som vannbinder og fargestabilisator. Ved nøyaktig blanding av funksjonell fosfat oppnås et optimalt resultat. Fosfater bidrar til sterkere partikkelbinding med fastere konsistens og er med på å øke pH i kjøttet. Fosfat brukes som tilsetningsstoff i hele, rene kjøttprodukter, i ruller og andre formede kjøttprodukter. Det kan også med fordel brukes til de fleste pølsevarianter, rødt og hvitt kjøtt, samt til fiskeprodukter.

Patent i 1950

Fosfor ble kuriøst nok oppdaget ved en feil i 1669 fordi en tysk kjemiker prøvde å lage gull. Det første patentet på polyfosfat til bruk i næringsmiddel ble utstedt til George O. Hall i USA (1950), Canada og Tyskland.

Ressursene av fosfor forekommer i avleiringer og størknet magmafjell, kjent som fosfatfjell, og blir i dag utvunnet i Nord-Afrika, Russland, USA, Sør-Afrika og Kina. Det meste som går til Europa kommer fra Nord-Afrika (Marokko).

Fosfatet blir omdannet til en mer brukervennlig form som fosforsyre, og blir så tilsatt mineraler som kalsium, kalium og natrium.

Fosfat er en naturlig del av nesten alle typer matvarer vi spiser, og har mange nyttige funksjoner som tilsetningsstoff til næringsmidler.

I Norge har vi vært restriktive med bruken av fosfat i en del varer. Det har vært lov å bruke fosfat i påleggsprodukter i mange tiår, men det var først i november 1999 det ble lov å

bruke fosfat i pølser som et ledd i tilpasningen av EUs retningslinjer for tilsetningsstoffer.

Flere grupper

Fosfat er klassifisert inn i flere grupper basert på antall fosfor (P) atomer. Hver av gruppene har funksjonelle egenskaper, hver til sitt produkt og formål.

I produksjonen av rødt kjøtt, fjørfe og fiskeprodukter, er natrium tripolyfosfat det mest brukte polyfosfatet, siden det i de fleste tilfeller gir de beste egenskapene. Blandinger av fosfater kan gi andre, og på enkelte områder bedre, resultater enn tri-polyfosfater alene. Slike blandinger er lettere løselig i laken og gir flere muligheter til å regulere pH.

Saftigere produkter

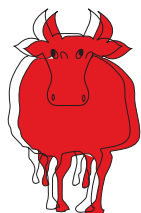
Fosfat til kokt skinke og liknende produkter som er tromlet, har vi vært kjent med i mange år. De første fosfatene som kom var vanskelige å løse opp i kaldt vann, så de måtte røres ut i litt varmt vann for deretter å helles tilbake i saltlaken. Dagens fosfatblandinger er forbedret og lar seg lett løse opp i kaldt vann. Vi har funnet ut at synergi-effekten av skinkefosfat og lake øker vannbindingsevnen i protein, som forhindrer væskeslipp og tap av proteiner og mineraler. Vi ser mange saftige og fine produkter på markedet i dag som tidligere var tørre og ingen stor opplevelse å spise.

Pølser er produsert som en emulsjon av kjøtt, fett, vann, tilsetningsstoffer og ingredienser. For å opprettholde en høy kvalitet på produktene våre, er det viktig å ha en stabil, god farse.

Ved å tilsette cirka 2 g fosfat pr. kg farse vil vi få en god konsistens i pølsene, med en fin knekk. Etter hvert er det mange produsenter som har sett nytten av å bruke litt fosfat og heller redusere bruken av stivelse.

Fiskefileten blir bedre

Sjømat er et populært produkt med høye næringsverdier, men dessverre reduseres kvaliteten rett etter fisket. Disse forandringene er både biokjemiske, oksydative og bakterielle. For å kunne tilby forbrukerne denne typen produkter uten at kvaliteten forringes, har man i flere år med godt resultat behandlet fiskefileten med fosfat for å forsinke forandringene. Fosfat har en unik evne til å gjenopprette den naturlige vannbindingsevnen i kjøttet.



Rune Øystad, produksjef

SAMARBEIDER OM SOYA

Etter oppkjøp av Central Soyas moderselskap, Cereol S.A., er Central Soyas soya- og lecitin-divisjon blitt en del av det store Solae-konsernet.

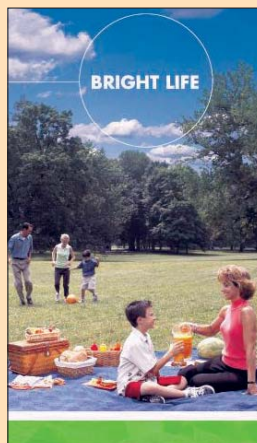
Det tidligere Central Soya (Solae) har 170 ansatte i danske Århus og en stab på 40 i franske Bordeaux. Anlegget består av to topp produksjonsenheter og salgs- og administrasjonskontorer i Århus havn.

Solae bygde sitt første anlegg for soyaproteiner i 1976, og har siden utviklet seg til å bli en av Europas største leverandører av foredlet soyaproteinkonsentrat. Divisjonen i Århus har et moderne laboratorium for kjøtt, og en stab med erfarne næringsmiddelteknikere som bistår kjøttprodusenter over hele Europa med nye prosjekter og videreutvikling av eksisterende høykvalitetsprodukter. Solae samarbeider med en rekke distributører i Vest- og Øst-Europa.

Solae er en allianse mellom de verdensomspennende selskapene Dupont og Bunge Limited, som står for et kontinuerlig, verdifullt bidrag til forhandlere og forbrukere i alt fra produktutvikling til prosessoptimalisering. Stadig flere forbrukere oppdager helsefordelene ved soyaprodukter. Solae investerer mye i forskning for å dokumentere helsefordelene ved soyaprotein. Solaes ingredienser brukes i mer enn 80 prosent av all klinisk forskning på soyaproteiner.



SOLAES INGREDIENSER ØKER STERKT I DE MANGE OG NYSKAPENDE SOYA-PRODUKTENE SOM KJØTT- OG FJØRFERETTER, ALTERNATIVE MEIERIPRODUKTER OG HELSEKOSTPRODUKTER.



CRYOVAC SKJERPER APPETITTEN

Et pionerprosjekt i Kristiansand har gjort den hjemkjørte maten til byens eldre bedre, mer appetittlig og enklere å håndtere. Cryovac står sentralt i det som kan vise seg å bli en liten pakkerevolusjon for ferdige middagsretter

Ideen er enkel – og genial. Mange eldre mennesker har dårlig appetitt. Tidligere ble pensjonistenes måltider levert på den tradisjonelle måten, utkjørt i plastcontainere. Men maten var lunken eller kald, og lekkasjer var ikke uvanlig. Mange syntes måltidet var uappetittlig, og maten ble ofte ikke rørt.

Ny pakketeknologi gjør at det nå produseres opptil 40 menyer med fisk og kjøtt, og måltidene blir distribuert til brukerne i hensiktsmessige pakninger. Maten er sikker og vel-lagret, og leveransen uten lekkasjer.

– Brukerne putter måltidet rett i mikrobølgeovn eller varmt vann, og kan dermed spise når det passer dem. Tilbakemeldingene er meget positive, sier daglig leder Øyvind Fossnes i Cryovac Sealed Air Norge AS. Selskapet har samarbeidet med Komplette Mat AS i Kristiansand om prosjektet siden 1991.

– Det er takknemlig å være en del av dette prosjektet. Å bidra til løsninger som gjør hverdagen bedre for mange er selvfølgelig hyggelig, sier Fossnes.

– Dette er et eksempel på at Cryovac Sealed Air Norge er i forkant med produktutvikling. Konkurransen er hard og kravene fra våre kunder utfordrende. Da må vi hele tiden lete etter nye løsninger som blir satt pris på av forbrukerne, sier Fossnes.

Nytt kundesenter

Et annet eksempel på Cryovac Sealed Airs fokusering på produktutvikling og testing, er et nytt kundesenter i Paris. Fossnes forteller at kundene kan ta med sine produkter til senteret, og at de i samarbeid med Sealed Air finner den løsningen som er mest egnet for produktet. Senteret omfatter blant annet pakkeavdelingen og fullskala minibutikk. Kundene kan ta en nyemballert biff, putte den i en kjøledisk og selv se hvordan det hele framstår. Justeringer foretas ved hjelp av 15 pakke-maskiner på emballasjesenteret.

– I Paris finner vi også moderne kurs- og konferanseløsninger, og senteret vil i fremtiden stå sentralt i våre aktiviteter rettet mot kundene, sier Fossnes. Senteret åpnet i fjor høst. Sealed Air har imidlertid fortsatt sitt utviklings-senter



VI VIL SE STADIG FLERE SPENNENDE VARIANTER AV KJØTT OG FISK I ÅRENE SOM KOMMER, TROR ØYVIND FOSSNES HOS CRYOVAC SEALED AIR.

i Passirana utenfor Milano i Italia med moderne prøve- og testlaboratorier.

Mest i øst

Cryovac Sealed Air er en velkjent aktør i næringsmiddelbransjen. (Cryovac kommer av

det greske kryos – kaldt – og det latinske vacuum – tomt.) Cryovac-posen ble oppfunnet av firmaet Dew and Almey, som senere ble kjøpt av W.R. Grace. Posen har hatt en rivende utvikling fra enkle enlagsprodukter til langt mer kompliserte løsninger med flere lag. I dag ►

► dekker selskapet de fleste pakkebehov, og er representert over hele den vestlige verden. Det er anerkjent som en av de ledende virksomhetene innen pakketeknologi, og opplever nå sin mest intense ekspansjon i de tidligere østblokklandene. ABC har lenge vært Cryovacs distributør i Norge av krympeposer til små og mellomstore bedrifter – en helt naturlig løsning med avstandene her hjemme, påpeker Øyvind Fossnes. Han har vært i selskapet siden 1978, to år etter at Cryovac etablerte virksomhet i Norge. Selskapet har nylig flyttet, sammen med ABC, til STKs tidligere kabelbygninger på Økern.

Arbeidsmetode i endring

I tillegg til Cryovac-divisjonen har Sealed Air Corporation et fabrikkanlegg på Rudshøgda ved Mjøsa. Der produseres blant annet den velkjente boblefolien. Ved anlegget er det cirka 50 medarbeidere. Cryovac leverer et stort utvalg innen to hovedkategorier – Food Packaging og Protective Packaging. Konsernet omsetter for om lag én milliard dollar i året, og av dette står Norge for cirka 50 millioner kroner i Cryovac. Bransjen preges for øvrig av økende konsolidering og større enheter.

– Tidligere var vi mye ute og solgte forskjellige produkter, men dette har endret seg. Nå er hverdagen preget av applikasjonsarbeid i henhold til faste kontrakter, forteller Fossnes. Selskapet har mellom 80 og 90 kunder her i landet, noe som innebærer en betydelig markedsandel. Krympeposen er Cryovacs mest solgte produkt, og utgjør omtrent 40 prosent av omsetningen. Det er kombinasjonen mellom gode løsninger og en offensiv produktutvikling som gjør at selskapet foretrekkes av de største aktørene i markedet.

Fisk i farta

– Vi arbeider kontinuerlig for å møte miljøkravene. Det er ensbetydende med lettere og tynnere materialer, sier Fossnes. Han er overbevist om at Cryovac vil være en sentral aktør også i fremtiden, og tror mangfoldet av kjøtt- og fiskeprodukter vil øke.

– Bransjen har høy kompetanse, og utvikler hele tiden spennende produkter tilpasset lokal smak og tradisjon. Spesielt har sentralpakket fisk, varianter som foreløpig bare er i støpeskjeen her hjemme, et stort potensial. Om dette utvikles på den riktige måten vil det representere en betydelig omsetning de nærmeste årene, sier Øyvind Fossnes hos Cryovac Sealed Air.



Av Eirik Arnesen

MED GREP OM EMBALLASJEN

Med over 85 prosent av sin omsetning i matvareindustrien, er det en betydelig aktør som nå blir en del av "ABC-familien." Samarbeidet med spanske EDV innebærer et enda mer spennende totalkonsept.

– Dette representerer en ny æra for oss. Etter å ha fått en rekke henvendelser fra våre kunder, fant vi ut at tiden var inn til å satse mer på emballasjedelen – eksempelvis dyptrekkingsfilm og lignende. At dette lar seg realisere gjennom et samarbeid med EDV, er gledelig. Som de fleste kjenner til er EDV den ledende aktøren i bransjen, med betydelig spisskompetanse. Dette kan vi nå videreføre til våre kunder, forteller administrerende direktør Arne Olafsen, etter at det nylig ble klart at ABC fra og med nyttår er EDVs representant i Norge.

Samtidig er koalisjonen i tråd med ABCs og de danske eierne Dat-Schaub AS' strategi for å bli en totalleverandør. En avgjørende og viktig del av EDV-samarbeidet er at Thor Aasum, en av bransjens fremste eksperter innen denne teknologien, blir medarbeider i ABC i løpet av første kvartal neste år.

– Jeg har vært EDVs mann i Norge siden 1996, og vært i bransjen siden 1979, sier Aasum, som tror ABCs kompetanseprofil og EDVs sterke produktlinje gjør at de på flere måter går inn i en spennende periode.

– Min funksjon vil fortsatt i stor grad være knyttet til testing – all den tid vi snakker om nesten 100 prosent kundespesifikke produkter, sier Aasum.

Markedet for denne typen emballering av kjøtt og fisk i Norge er totalt på rundt 250 millioner, og Arne Olafsen tror nøkternt at EDV-samarbeidet første hele driftsår vil bety en omsetning på rundt 20 millioner kroner.

– Norge har tross alt vært nummer to i Europa innen EDV-produkter, så det er klart at det spanske selskapet ser et betydelig potensial også videre. Ett av deres fremste konkurransefortrinn er leveringsdyktigheten. Vi ser fram til å iverksette samarbeidet med en verdensomspennende aktør med stor kompetanse, sier Arne Olafsen.

THOR AASUM (T.V.) OG ARNE OLAFSEN SKAL TA ET ENDA FASTERE GREP OM EMBALLASJEMARKEDET.





En etikett er ikke lenger bare en etikett

Cryovac lanserer nå en oksygenabsorberende etikett som kan plasseres på pakningens overfilm gjemt bak trykkdesignet eller en eventuell etikett, og du oppnår dermed en bedre presentasjon av produktet.

Ved bruk av vanlig pose med oksygenabsorberende materiale, risikerer du at innholdet i pakningen blir ødelagt hvis noen ved et uhell skulle ødelegge posen. Dette problemet har du ikke med FL-etikettene, fordi de inneholder ikke pulver.

Hvetefiber med mange bruksområder

Det er snart 10 år siden det tyske firmaet J. Rettenmaier & Söhne lanserte Vitacel Hvetefiber. På disse årene er bruk av uoppløselige kornfibre blitt et viktig tema for kjøttindustrien verden rundt.

Rettenmaier lanserer nå Vitacel WF 600 som har utallige bruksområder, både til kjøtt-, bakeri- og drikkevareindustrien. Ett av de nyeste utviklingsprosjektene er injisering av Vitacel



Hvetefiber i skinke. Den spesielle vannbindings- evnen og evnen til å holde på vann, gir i tillegg den uoppløselige strukturen ekstra fordel for produsent og forbruker. Vannslippet blir minimalt og graden av mikrobiologisk sikkerhet blir høy.

Når du benytter en uoppløselig fiber, er det enkelt å justere struktur

og bitt. Hydrokoloider lager en gummilignende konsistens, mens Vitacel hvetefiber forbedrer bitt, struktur og konsistens. I tillegg



Forbruket av hvitt kjøtt bare øker

Årlig forbruk av hvitt kjøtt i Norge er cirka 11 kg, fordelt på 80 prosent kylling og 20 prosent kalkun pr. person. Ifølge Statistisk Sentralbyrå er cirka 5,5 kg til personlige husholdninger, øvrig forbruk skjer på restauranter, gatekjøkkener, bensinstasjoner osv. Vi har langt igjen til gjennomsnittsforbruket i EU (22 kg), men bransjens mål er 15 kg hvitt kjøtt pr. person i 2010.

inneholder Vitacel Hvetefiber 98 prosent kostfiber uten ekstra kalorier, og legger derfor forholdene til rette for et meget sunt produkt.

Rettenmaier hos McDonald's!

Aviser og TV har fokusert mye på fedme og junkfood den siste tiden, og i USA har overvektige personer gått til rettsak mot

McDonald's. Den globale fastfood-kjempen

ønsker derfor å forbedre imaget ved å bruke sunne ingredienser, og starter med å blande kostfibre i hamburgerbrødene. Den første testen med Vitacel Hvetefiber har vist gode resultater, og Retten-

maier har store forhåpninger til det videre samarbeidet med McDonald's.



Mat snart større enn bensin

Dagligvarer og fastfood står for omsetningsveksten hos bensinstasjonene, og om tre-fire år vil størstedelen

av omsetningen komme fra den delen som ikke er relatert til drivstoff, spår Statoil

Detaljhandel. Drivstoff er fortsatt den viktigste grunnen til at vi stopper ved bensinstasjonene, men omsetningen av dagligvarer øker stadig. Salget av pølser og burgere blir stadig viktigere, og de største aktørene kommer til å satse enda mer på å tilrettelegge tilberedning av varm mat. Du har sikkert selv kommet ut fra bensinstasjonen med en pølse eller hamburger i hånden selv om du egentlig bare skulle betale for bensinen!

