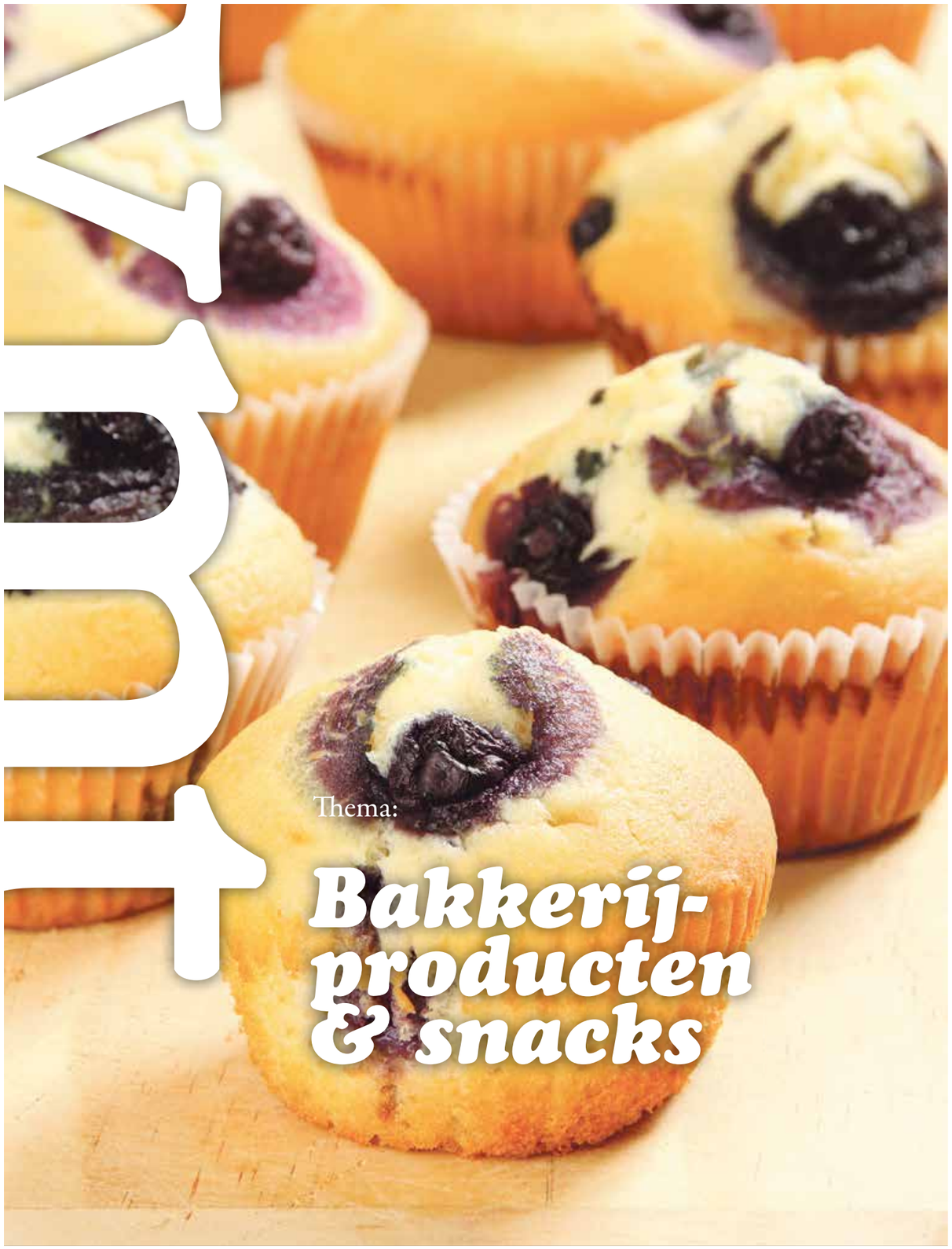
MARK BROEZE
GRAFISCH | PRODUCT ONTWERPER

BENGELS
INKIJKEXEMPLAAR
EEN ONTWERP VAN MARK BROEZE



BAKKERIJ

Thema:

Bakkerij-producten & snacks

VOEDINGSMIDDELEN, MANAGEMENT EN TECHNOLOGIE 2014 | EDITIE 1

SNEL SNACKS AFVULLEN ▪ THEMAKEUZE BIJ MVO ▪ HET SUCCES VAN KING PEPERMUNT ▪ MEER HYGIËNE OP WERKVLOER VEREIST ▪ ENZYM VERBETERT VERSHEID BROOD ▪ BAROMETER 2.0 ▪

MARK BROEZE
GRAFISCH | PRODUCT ONTWERPER

BENGELS
INKIJKEXEMPLAAR
EEN ONTWERP VAN MARK BROEZE

VOEDINGSMIDDELEN, MANAGEMENT EN TECHNOLOGIE
2014 | EDITIE 10

▪ VITAL LASTIG, MAAR WELKOM ▪ IFT FOOD EXPO IN DE BAN VAN CLEAN LABEL ▪ FREE FROM EXPO ▪ ZOUTTOLERANTE AARDAPPEL ▪ STAKEHOLDERS PRIKKELEN RSPO ▪ MET MVO VALT TE VERDIENEN ▪

10. CONO Kaasmakers bouwt de groenste kaasmakerij ter wereld

14. A-ware centraliseerde al zijn verpakkingsfabrieken op één locatie

40. Kijkje in de keuken bij een kwaliteitsmanager uit een andere sector

46. Meer en gevarieerder voedsel nodig bij voedselbanken

Foto cover: CONO Kaasmakers

Nieuws

6 Nieuws

49 Agenda

50 Colofon

Thema: Focus op zuivel

De zuivelindustrie is flink in beweging. In 2015 eindigt de quota op melk waardoor de melkproductie flink wordt opgeschroefd. De industrie bereidt zich daar op voor. Dit themanummer toont enkele van de ontwikkelingen op dit gebied.

10 Duurzaam kaas maken

14 A-ware bouwt geavanceerde kaasverpakkingslijn

17 Zuivelvalley in het noorden

20 Veel vraag naar Griekse yoghurt

Technologie & Techniek

23 Eén technologietrefpunt

27 Macropak focust op design

28 Tweede huid voor premium verswaren

33 Efficiency troef op Industrial Processing

Mensen & Loopbaan

31 Nieuwe verpakkingen managen

Voedselveiligheid & Kwaliteit

40 'Anticipeer op ontwikkelingen'

43 Recensie 'Praktijkgids Microbiologische criteria'

Duurzaamheid & MVO

46 Efficiëntie plaagt voedselbanken

Carina Grijspaardt-Vink • c.grijspaardt@mybusinessmedia.nl

Spannende technologie

Laboratoriumtechnologie, procestechnologie en ook voedingsmiddelentechnologie. Het is de eerste week van oktober allemaal te zien tijdens de technologievakbeurzen die dit jaar voor de eerste keer gelijktijdig in Utrecht plaatsvinden. Een presentatie van Nederlandse technologie om trots op te zijn. Helaas zijn vandaag de dag niet veel mensen, en vooral weinig jongeren, gecharmeerd van technologie. Technologie is in de regel niet 'cool'. Beursorganisator FHI van vakbeurs World of Technology & Science doet er dan ook alles aan om technologie spannend te maken. Onder de noemer 'Exciting Technology' wordt tot de verbeelding sprekende technologie gepresenteerd. Zo spelen robots voetbal en is er de controlekamer van de toekomst met de nieuwste snufjes.

In het rijtje beursprojecten zoek ik naar 'exciting food technology'. Tevergeefs. Maar voedingsmiddelentechnologie kan toch ook spannend zijn? Zeker in combinatie met de mooie producten die daarmee worden geproduceerd. Bedenk een beursvloer waar heerlijke producten gemaakt met Nederlandse technologie zijn te zien en te proeven. Niet alleen roestvaststaal, maar mooie kaasjes, lekkere gerechtjes, sapjes en veel meer. Dat geeft beleving en inspiratie.

Is dat nodig op een vakbeurs? Ja, natuurlijk. Juist daar moet het enthousiasme voor 'onze' technologie vanaf stralen. Het vertrekpunt, zou ik haast zeggen. Want wie anders dan de mensen die van voedingsmiddelentechnologie hun vak hebben gemaakt, kunnen beter de intrinsieke waarde ervan uitdragen. Het is immers die industriële productie – hoogtechnologisch, efficiënt en op een hoog kwaliteitsniveau – die het mogelijk moet maken dat in 2050 de dan 9 miljard bewoners van deze aardbol op duurzame wijze hun dagelijkse eten en drinken krijgen. Ook nog iets om trots op te zijn.

Duurzaam kaas maken

Foto's: CONO Kaasmakers

Het ontworpen gebouw is 221 meter lang en 56 meter breed en past precies op een kavel, zoals die bij de drooglegging van de polder zijn vastgelegd.

CONO Kaasmakers bouwt klimaatneutrale kaasmakerij in Beemsterpolder

Lange groene vlakken tot zover het oog reikt, dat is de Beemsterpolder, een door Unesco beschermd poldergebied in de provincie Noord-Holland. Op een van deze langgerekte groene vlakken bouwt CONO de groenste kaasmakerij ter wereld.

Op een rustige ochtend in augustus worden de smalle wegen in de Beemsterpolder vooral gebruikt door wielrenners. Verder is er een enkele grote vrachtwagen die het terrein van CONO oprijdt. Hier bruist het van de activiteit; er lopen vele bouwvakkers rond. Het gaat om de laatste bouwactiviteiten aan het nieuwe pand van CONO. Dat staat imposant te glinsteren in het ochtendlicht. Het langwerpige pand wordt in november officieel geopend. Wim Betten, directeur Operations en Technologie, ontvangt VMT in een kamer die half gevuld is met volle verhuisdozen.

CONO heeft meerdere redenen om te investeren in een nieuwe kaasmakerij, vertelt Betten. “Onze huidige kaasmakerij dateert uit de jaren tachtig. Door de tijd heen zijn er stukjes bijgebouwd. De overgangen tussen verschillende afdelingen zijn niet meer van deze tijd. Bovendien hebben we geen ruimte om verder uit te breiden.” De extra capaciteit is hard nodig om de extra melk te kunnen opvangen die wordt verwacht door de afschaffing van de melkquota begin 2015. “De verwachting is dat de opheffing van de melkquota 15 tot 20% meer melk zal opleveren dan nu. We zijn een coöperatie en zijn daarom verplicht om de melk van onze boeren te verwerken. De nieuwe kaasmakerij is daarom een investering in de toekomst”, aldus Betten.

De noodzaak voor een nieuw gebouw was duidelijk, maar bij bouwen in de Beemsterpolder, Unesco werelderfgoed, komt veel kijken.

Passen in omgeving

Unesco en de vergunningverleners stellen strenge eisen aan bouwen in de Beemsterpolder. Het gebouw moet passen in de geometrische structuur van de omringende weilanden en sloten. CONO schreef een wedstrijd uit bij drie architectenbureaus om zo’n gebouw te ontwerpen dat ook nog klimaatneutraal moet kunnen opereren en uiteraard de lekkerste kaas moet opleveren.

In 2009 won Bastiaan Jongerius Architecten de wedstrijd. Het ontworpen gebouw is 221 meter lang en 56 meter breed en past precies op een kavel zoals die bij de drooglegging van de polder zijn vastgelegd. Het gebouw is van glas om de transparantie van de omgeving te weerspiegelen. Hoger dan zeven meter mocht het bedrijfspand niet zijn. Het moest passen bij de lage stolpboerderijen in de omgeving. Om de kaasopslag te huisvesten is daarom vier meter onder het maaiveld gebouwd. In het langwerpige gebouw kunnen gasten via een lange gang langs de kaasmakerij heen lopen en zo het gehele productieproces volgen.

De groenste kaasmakerij ter wereld

De kaasmakerij van CONO moest niet alleen in de omgeving passen; het bedrijf had ook de ambitie om de groenste kaasmakerij ter wereld te bouwen. Om zowel het gebouw als het proces zo duurzaam mogelijk in te richten, zette CONO een samenwerkingsproject op met zijn technische toeleveranciers en partners in duurzaam bouwen. Het project startte met een rondetafelgesprek waaraan alle leveranciers deelnamen. Betten: “Het was onwennig in het begin, maar we wilden meer bereiken dan zou kunnen door met elk van de partijen individueel samen te werken. Op deze manier kwam bedrijf B met een oplossing voor de restenergie van bedrijf A.” CONO vond het belangrijk hoe lang alle duurzame materialen in relatie tot elkaar zouden meegaan. Projectleider Peter Schurink verduidelijkt: “Een klein verbindingsstuk dat minder lang meegaat dan het plaatmateriaal eromheen kan bijvoorbeeld al problemen en kosten opleveren.” Aan het rondetafelgesprek deed ook Stichting Urgenda mee, naast de machinebouwers en het architectenbureau. Deze stichting is een landelijke duurzaamheidorganisatie die het bedrijf ondersteunde met haar kennis en ervaring bij het opschalen van duurzame projecten.

Groen of efficiënt kaas maken?

Is zo duurzaam mogelijk kaas produceren wel te combineren met zo efficiënt mogelijk kaas maken? “Natuurlijk moet er ook geld worden verdiend”, legt Betten uit. “Als we met een bepaalde methode 5% energie besparen, maar het kost veel geld of veel ruimte, dan kiezen we er niet voor. Duurzaamheid is ook verantwoord ondernemen.” Desondanks heeft CONO €80 miljoen geïnvesteerd in de nieuwe fabriek. De hele kaasproceslijn is nieuw. Het proces is wel een exacte kopie van het oude. “We roeren de wrongel nog steeds handmatig in open draineerbakken omdat we daarmee meer smaak behouden in de wrongel en dus uiteindelijk in de kaas. Alle andere grote kaasproducenten gebruiken automatische draineermachines. In dit geval hebben we niet gekozen voor het meest efficiënte of meest goedkope proces, maar voor de meeste smaak.” Omdat de huidige kaasproductie bij de meeste bedrijven niet →

Wim Betten, directeur Operations en Technologie in de nieuwe kaasmakerij: “We gaan niet voor beter, maar voor dezelfde onderscheidende kwaliteit.”

meer via draineerbakken plaatsvindt, heeft CONO samen met De Klokslag de draineerbakken opnieuw moeten ontwerpen.

Markt voor Beemsterkaas

Betten is ervan overtuigd dat er markt is voor de extra kaas die het bedrijf kan produceren in de nieuwe kaasmakerij. “We verkopen onze kaas nu al over heel de wereld: van België, Duitsland tot Azië. China is nog een onontgonnen gebied. Bovendien hebben we ook een poederfabriek, via deze weg kunnen we ook de extra melk verwerken. De poederfabriek is van 2006 en hoeft niet te worden vernieuwd. Deze staat naast de nieuwe kaasmakerij. Een deel van de CONO-melk gaat via het Cairing Dairy-programma (een duurzaamheidsprogramma voor de zuivelketen, *red.*) naar het bedrijf Ben&Jerry’s voor de ijsproductie.

Bovenaanzicht van de nieuwe kaasmakerij in de Beemsterpolder.

Train-de-trainer

Alle mensen die nu bij CONO werken, gaan mee naar de nieuwe locatie. “We verwachten op termijn meer kaas te produceren, we zullen de mensen daarom nog hard nodig hebben. Bovendien willen we de kennis en ervaring van bijvoorbeeld de kaasmakers en draineerders graag behouden.” Vanaf het begin van de nieuwbouw heeft CONO een zogeheten ‘zesde ploeg’ geformeerd bestaande uit operators uit het huidige proces. Deze werknemers hebben gedurende het gehele project meegedacht. “Deze groep zal een groep operators opleiden, die op hun beurt weer een nieuwe groep opleiden. Zo trigger je iedereen om na te denken over hoe we werken. Ze voelen zich ook meer verantwoordelijk voor het geheel.” Dit traject heet het train-de-trainerconcept. Omdat ook de automatisering is vernieuwd, investeerde het bedrijf ook in de kennis van de operators op dit terrein. “Daar zijn we al in 2012 mee gestart. De productieleiding had hier een belangrijke rol om draagvlak te creëren. Zij moesten overdragen dat het belangrijk is voor iedereen om zich de processen in de nieuwe kaasmakerij eigen te maken.” Daar wil CONO kaas maken met dezelfde kwaliteit als nu. “We gaan niet voor beter, maar voor dezelfde onderscheidende kwaliteit.”

Duurzaam gebouw en proces

Kaasmaken vraagt relatief veel energie en water. Het hergebruik hiervan staat daarom centraal in de nieuwe kaasmakerij. Dit bespaart op jaarbasis zo’n 15% gas, 8% elektriciteit, 76% leidingwater en 47% afvalwater. Ook zijn de reststromen met 45% verminderd door een betere borging van de scheiding tussen water en melk. “We kunnen op lijnniveau analyseren wat we kwijtraken aan vet en eiwit en daar direct op anticiperen.” In het gebouw zijn duurzame materialen gebruikt zoals gerecycled beton, led-verlichting en zonnepanelen over het gehele dak. Windmolens mogen niet in het Beemsterlandschap. “Daar hebben we wel naar gekeken. Natuurlijk kopen we groene stroom in.”

Grond teruggeven

Het gebouw is neergezet met het idee dat het er voor ‘100 jaar’ staat. “Dan maak je andere keuzes voor materiaal en apparatuur”, aldus Betten. Op termijn is het mogelijk om twee keer zoveel kaas te kunnen produceren op de nieuwe lijn. Daar is het proces al op voorzien. Na de oplevering in oktober 2014 volgt een periode waarin het hele productieproces wordt getest. “We moeten dezelfde kwaliteit kaas kunnen leveren als in de bestaande kaasmakerij.” Tot die tijd draait de huidige productie nog op de oude lijn. Als de kwaliteit precies hetzelfde is als nu, dan sluit de oude kaasmakerij en wordt de grond teruggegeven aan de Beemsterpolder.

▪ DIONNE IRVING ▪

Samenwerkingspartners

Visser & Smit Bouw is de hoofdaannemer van de nieuwbouw.
Elten automatiseerde het nieuwe kaaspakhuis. De heftrucks verdwijnen en energiezuinige robots komen ervoor in de plaats.
Siemens integreerde de automatisering in de nieuwe kaasmakerij in één standaard energiemanagementsysteem. Dit systeem maakt het energieverbruik tijdens het kaasmaken direct zichtbaar op het scherm.
De Klokslag bouwde het kaasproductiesysteem met open draineerbakken.
Cofely leverde een duurzame ijswaterinstallatie met een laag energieverbruik. Deze installatie koelt het hele gebouw en zorgt voor de airconditioning van de kantoren.
Tetra Pak installeerde separatoren die 35% energie besparen ten opzichte van andere separatoren. Deze worden gebruikt voor het reinigen en ontromen van melk en wei.
Urgenda fungeerde als adviseur in duurzaam bouwen.

[Bron: De Nieuwe Tijd, op weg naar de groenste kaasmakerij ter wereld!]

MARK BROEZE
GRAFISCH | PRODUCT ONTWERPER
BENGELS
INKIJKEXEMPLAAR
EEN ONTWERP VAN MARK BROEZE

Groente uit een flesje

Uzuma brengt lang houdbare slowjuice groentesappen op de markt

Foto: Uzuma

De zeven smaken van Uzuma.

Slowjuice producent Uzuma komt op de markt met de eerste langer houdbare slowjuices in Nederland. Het bedrijf wil met deze nieuwe ontwikkeling de consument de keuze geven voor een gezond groentesap met een langere houdbaarheid.

Slechts 5% van de volwassenen eet de aanbevolen dagelijkse hoeveelheid (ADH) van 200 gram groente per dag. Dit blijkt uit onderzoek van het Nationaal Kompas Volksgezondheid. Uzuma wil met de flesjes slowjuice groentesap mensen meer groente laten consumeren.
Slowjuices zijn koudgeperste groentesappen. Met deze techniek blijven voedingsstoffen behouden die anders met centrifugeren verloren gaan. Door High Pressure Processing (HPP) blijven de sappen 21 dagen lang houdbaar. In Nederland zijn al slowjuices te koop zoals Frecious, V-Bomb en Balanzscleanse. Deze slowjuices zijn ongeveer vijf dagen houdbaar waardoor verkoop in de supermarkten lastig wordt. Met pascalisatie zijn de slowjuices 21 dagen houdbaar en wordt verkoop in de supermarkt makkelijker. De producten zijn nu alleen nog online verkrijgbaar. Halverwege 2015 wil Uzuma de sappen gaan verkopen bij tankstations en bij de grote supermarktketens, waaronder Albert Heijn en Jumbo.

Startend bedrijf

Uzuma is eind 2013 begonnen met het verkopen van de slowjuice groentesappen. Het bedrijf heeft momenteel tien werknemers waaronder een voedingsdeskundige, productiemedewerkers, directie, magazijnmedewerkers en marketing- en communicatiemedewerkers. Het idee voor Uzuma is ontstaan omdat de oprichters vonden dat er te weinig keuze in gezonde sappen is in de supermarkt en mensen niet aan de aanbevolen dagelijkse hoeveelheid groente komen. Bovendien worden er veel sappen verkocht uit concentraat, met toegevoegde suikers of andere toevoegingen, aldus het bedrijf. De sappen van Uzuma bevatten geen toevoegingen. Ze bestaan alleen uit groente en fruit. Met het drinken van één flesje Uzuma slowjuice wordt er voldaan aan de ADH van groente, claimt het bedrijf. In de Amerikaanse documentaire *Fat, sick and nearly dead* uit 2010 is te aanschouwen hoe mensen met verschillende aandoeningen afvallen en hun aandoeningen verliezen door de consumptie van slowjuice groentesappen. Uit deze documentaire is onder andere de inspiratie gehaald.

Gezondheidsprogramma's

Uzuma koppelde verschillende gezondheidsprogramma's aan de sappen. Er zijn programma's voor snel en gezond afvallen (*slim*), op gewicht blijven (*steady*), een fitte en gezonde levensstijl (*fit*) en een detoxkuur. Deze diëten mogen niet langer dan 28 dagen worden gevolgd omdat ze voedingsstoffen missen zoals eiwitten en calcium. De programma's zijn ontwikkeld omdat er veel vraag naar afvalprogramma's zijn. Vanaf het begin van het ontwikkelingsproces is besloten om gezondheidsprogramma's gekoppeld aan de sappen te ontwikkelen.

Productieproces Uzuma

Uzuma heeft geen eigen fabriek waar de sappen worden geproduceerd. Dit neemt producent Fruityline in Ochten voor zijn rekening. Fruit en groente worden in industriële slowjuicers geperst, zo blijven de voedingsstoffen behouden. Nadat fruit en groente geperst zijn, worden de sappen in de juiste verhouding gemengd in grote industriële vaten. Vervolgens worden flesjes gevuld met het sap en in een grote ton geplaatst. Dan worden ze gepascaliseerd met een capaciteit van 600 flesjes per keer. Om de 2 tot 3 weken wordt opnieuw sap geproduceerd met een batchgrootte van 1000 flesjes. Hierna worden de flesjes verzonden naar het distributiecentrum in Veghel waar ze worden ingevroren. Bij een bestelling worden de sappen ingevroren ingepakt in dozen met speciale gelpacks om de flesjes koel te houden. De grondstoffen voor de sappen worden over de hele wereld ingekocht. "Als het ananasseizoen is in de Filipijnen, halen we daar de ananassen vandaan. Er is geen verschil in kosten", vertelt Vincent Ursem, productmanager van Uzuma. Er wordt ook gelet op de duurzaamheid, resten van de geperste sappen worden doorverkocht als veevoer in heel Nederland. Als de sappen worden ingevroren, wordt de houdbaarheid verlengd met drie maanden. Vanaf het invriezen tot consumptie zijn de sappen dus zo'n vier maanden houdbaar.

Verkoop online

De sappen kunnen online besteld worden met een minimum van 21 flesjes per bestelling; dit om gratis verzending mogelijk te maken. Er kunnen sappen worden besteld met het bijbehorende gezondheidsprogramma, maar losse flesjes bestellen is ook mogelijk. Uzuma is ook bezig proefpakketten van de zeven smaken samen te stellen, zodat klanten de verschillende smaken kunnen proeven.
De sapjes worden nu verzonden naar Nederland, Engeland, Frankrijk, Duitsland en België. Ursem vertelt dat het verzenden naar andere landen lastig wordt vanwege het koel houden van de producten. Daarom zijn ze niet van plan de sappen in andere landen te gaan bezorgen.
"De zaken lopen goed, per dag worden er ongeveer 100 sappen verkocht", licht Ursem toe. Uzuma wil halverwege 2015 naar een verkoop van 350 flesjes per dag toe.

> *'Eén kilo bereide groente en fruit staat gelijk aan één flesje Uzuma'*

Vervanging en snacks

Uzuma is van plan het sapassortiment uit te breiden met meer smaken. Momenteel zijn ze bezig een sap te ontwikkelen met kokosmelk of sojamelk voor eiwit en calcium, voedingsstoffen die nu nog ontbreken. In de toekomst is het plan om ook gezonde snacks te gaan verkopen met weinig calorieën, dit past in het dieet van de programma's. Uzuma gaat deze snacks zelf samenstellen. Voor het produceren van de snacks zoeken zij een externe producent. Deze snacks zouden een aanvulling zijn op de gezondheidsprogramma's. Consumenten kunnen de snacks nuttigen in combinatie met de sappen, zodat de programma's langer volgehouden kunnen worden.

Voedingsstoffen

Uzuma meldt op zijn website dat consumptie van één flesje sap van 240 ml gelijk staat aan de consumptie van één kilo groente en fruit. Maar Ursem vertelt dat dit genuanceerd moet worden. "Met het bereiden van groente en fruit verliezen groente en fruit voedingsstoffen. Eén kilo bereide groente en fruit staat gelijk aan één flesje Uzuma."
De verhouding groente en fruit in de sappen is 75/25. Twee sappen (rise & shine) bevatten echter meer fruit dan groente. "Dat klopt, maar deze smaken zijn in de minderheid", licht Ursem toe. Wat niet in de groentesappen zit, zijn de vezels. Deze worden tijdens het slowjuicen afgescheiden. Ursem geeft toe dat dit het geval is, maar verwijst naar wetenschappelijke bronnen dat door groentesap zonder vezels het lichaam andere voedingsstoffen op de meest efficiënte manier opneemt.
Met het drinken van green juice wordt de kans op allerlei aandoeningen en allergische reacties verkleint, beweert Uzuma. Uzuma baseert dit niet op wetenschappelijk onderzoek, maar op de Amerikaanse documentaire: *Fat, sick and nearly dead* en de algemene kennis van het effect van groente en fruit op de algemene gezondheid. Deze claims worden niet gebruikt op de verpakkingen. "Het gebruik van gezondheidsclaims op etiketten wordt streng gecontroleerd, wij willen geen risico's lopen", aldus Ursem.

▪ MARISKA VAN DER GAAG ▪

THEMA: FUNCTIONELE INGREDIËNTEN

VAKBEURS

Gezond blijft populair

Health Ingredients strijkt neer in Amsterdam

De beurs Health Ingredients strijkt begin december neer in Amsterdam. De verkoop van producten met specifieke gezondheidsvoordelen en producten die bekend staan als gezond, zijn de drijvende factor van de opwaartse trend in gezondheid en wellness. Alternatieven voor zout, suiker en vet zullen daarom alom zijn vertegenwoordigd.

Foto: UBM

Meer dan 500 aanbieders van ingrediënten voor gezonde producten staan dit jaar op de HiE.

In de Benelux heeft de wellnessindustrie een omzet bereikt van €10 miljard in 2013, en naar verwachting zal dit tot €11 miljard oplopen in 2018. Om bij deze groei aan te haken, kan de foodindustrie een kijkje nemen op de Health Ingredients Europe (HiE) dit jaar in Amsterdam. Gedurende drie dagen bieden ongeveer 500 leveranciers van gezondheid- en wellnessingrediënten hun producten aan. De nadruk ligt op ingrediënten voor voeding en dranken, voedingssupplementen, nutraceuticals, biologische ingrediënten, verpakking en verwerking. Op de beurs kunnen bezoekers naast de exposanten ook kennis opdoen via de 30 korte seminars, diverse innovatietours en een nieuwe matchmaking-service (zie kader).

> *'Meer dan 70 exposanten brengen zoutvermindering onder de aandacht'*

Minder zout, minder suiker

Zoutvermindering is al vele jaren een van de meest besproken onderwerpen in de voedingsmiddelenindustrie. Een recent onderzoek uitgevoerd door de Harvard School of Public Health beschouwt zoutconsumptie als een van de grootste gezondheidskwesties voor de hedendaagse bevolking. Op de HiE is zoutverlaging een belangrijk thema met meer dan 70 exposanten die vernieuwingen en oplossingen in zoutvermindering onder de aandacht brengen, waaronder Akzo Nobel, Armor Protéines, Roquette en Beneo. Akzo vestigt nogmaals de aandacht op OneGrain, een mineraalzout met 50% natrium. Matthijs Bults, manager bedrijfsontwikkeling bij AkzoNobel Salt Specialties: "Het voordeel van OneGrain is dat het kan worden gebruikt in plaats van zout, maar het ziet er hetzelfde uit, smaakt hetzelfde en heeft dezelfde kenmerken. Het is oplosbaar en kan bij het koken precies zo gebruikt worden als gewoon zout."

Een ander belangrijk thema is suikerverlaging; het liefst door het gebruik van natuurlijke ingrediënten. Op de beursvloer staan meer dan vijftien aanbieders van stevia-gerelateerde producten zoals Purecircle en NP Sweet. Exposant Cargill focust dit jaar op ViaTech, een assortiment aan op stevia-gebaseerde zoetstoffen. Volgens het bedrijf verbetert het ViaTech portfolio de smaak bij het gebruik van een hoog steviagehalte. Dit zorgt meestal voor een ongewenste smaakafwijking.

Eiwitten van plantaardige oorsprong

Een van de grootste consumententrends is die van 'natuurlijk'. Vele ingrediënten op de HiE spelen daarop in. Ook plantaardige eiwitten zijn vertegenwoordigd. Roquette toont plantaardige eiwitten afkomstig van erwt, tarwe en microalgen voor de verrijking van graanproducten, brood voor gewichtsmanagement en repen voor sporters. Het bedrijf zal voor sporters een nieuw concept presenteren: een eiwitsnack met 23% eiwit dat helpt bij spiergroei en -herstel. De textuur is knapperig vanwege het gebruik van eiwitcrisps.

Algen

Op de beurs staan verschillende aanbieders van grondstoffen uit algen. Uit deze plantaardige bron zijn diverse ingrediënten te winnen. Algen zijn rijk aan het gezonde omega-3-vetzuur DHA, het antioxidant astaxanthine en eiwit. Sommige aanbieders richten zich op de oliën zoals De Wit Specialty Oils. Het bedrijf toont oliën van diverse planten- en marinebronnen. De producten zijn rijk aan omega-3 zoals visolie, lijnzaadolie en borage-olie.

Micronutriënten

Behalve alternatieven voor zout, vet en suiker, is op de beurs ook aandacht voor micronutriënten zoals vitaminen en mineralen. Deze winnen duidelijk aan belang bij de ontwikkeling van functionele voeding. Meer dan de helft (143) van de door EFSA goedgekeurde gezondheidsclaims (222) betreft beide micronutriënten. Meer dan 50 aanbieders op de Health Ingredients heeft vitaminen in het assortiment zitten.

▪ DIONNE IRVING ▪

HiE conference

De driedaagse conferentie is ingedeeld in 16 modules plus drie debatten met marktleiders. Ook is er een grote exclusieve presentatie en Q&A met EFSA. De modules behandelen onderwerpen zoals natuurlijke en functionele ingrediënten, clean label, gewichtsbeheersing, gezond ouder worden, free-from foods, supplementen, regelgeving en veel meer.

New Product Zone

De New Product Zone is tot stand gekomen in samenwerking met Innova Market Insights en belicht 25+ nieuwe producten en verpakkingen, met de nadruk op recente productlanceringen van innovatieve en prominente deelnemers aan de beurs in de voedingsmiddelen- en drankenindustrie.

Seminars

De 25 minuten durende seminarsessies zijn gratis bij te wonen. De belangrijkste exposanten vertellen hier bezoekers over hun nieuwste innovaties, ontwikkelingen en voedingstrends en ze presenteren nieuwe producttoepassingen, geavanceerde technologie en praktische adviezen. Ook zijn er gedurende de 3 dagen diverse educatieve seminars, verzorgd door de sponsor Mintel.

Andere activiteiten op de beurs: Industry Insight Theatre, Ingredients in Action,10 Year Awards Showcase, Innovation Tours, Discovery Tours, Mobiele App, Exhibitor/Buyer Meet Up, Holland Food Valley R&D tour.

Health ingredients Europe & Natural ingredients (Hi Europe & Ni)
Datum: 2-4 december 2014
Locatie: RAI Amsterdam
www.hieurope.com

MARK BROEZE
GRAFISCH | PRODUCT ONTWERPER

BENGELS
INKIJKEXEMPLAAR
EEN ONTWERP VAN MARK BROEZE

KIJK VOOR DE VOLLEDIGE AGENDA OP WWW.VMT.NL

Technology Days

Op 13 en 14 november vinden de Flanders' FOOD Technology Days plaats. Sprekers uit binnen- en buitenland gaan in op actuele trends en innovatieve technologieën voor de voedingsindustrie zoals world class production, smart production, digital factory, sensing and monitoring en 3D & food.

Datum: 13 -14 november, Locatie: Brussel (Be)

http://f-3.be

Stop Food Waste

Het Stop Food Waste symposium heeft tot doel de 2 miljard food waste reduceren tot nul en Nederlandse bedrijven concrete oplossingen te bieden die geld opleveren. Om voedselverspilling te voorkomen worden toonaangevende bedrijven aan een denktank gekoppeld met exceptionele conceptdenkers. Er zijn tien captains of industry uitgenodigd om hun food waste-issues in te dienen. Toine Timmermans, verbonden aan de Universiteit Wageningen en food waste-expert, is inhoudelijk betrokken en dagvoorzitter.

Datum: 6 november, Locatie: Amsterdam

www.stopfoodwaste.nl

Allergenenmanagement

De 'Praktijkdag allergenenmanagement voor de voedingsmiddelenindustrie' is bedoeld voor kwaliteitsmedewerkers, inkopers en productontwikkelaars verbonden met de voedingsmiddelenindustrie.

Het programma gaat onder andere in op vragen als:

- Hoe kan een producent voldoen aan de steeds verder gaande eisen en wensen aangaande allergenenmanagement van bijvoorbeeld retailers?
- Op welke wijze heeft een toeleverancier zijn inkoop, bedrijfsvoering en kwaliteitssystemen aangepast om garanties te geven aan zijn afnemers t.a.v. hoeveelheden allergenen in zijn grondstoffen en ingrediënten?
- Op welke wijze kan een risicobeoordelingssysteem zoals VITAL toegepast worden, hoe werkt dit systeem en welke onderbouwing geldt hiervoor? Met praktijkervaringen van productiebedrijven.
- Hoe wordt tijdens certificering het allergenenmanagementsystemen beoordeeld?

Datum: 13 november, Locatie: 's-Hertogenbosch

www.vmt.nl/allergenenmanagement

Cursussen	Beurzen	Congressen
13-16 oktober	China Brew and China Beverage 2014, Beijing (Ch)	
14-okt	Sustainable Food Supply, Processing & Products, Brussel (Be)	
16-okt	Etikettering van petfood, diervoeders en grondstoffen (incl. claims), Lelystad	
16-okt	Vital2 drempelwaarden, Breda	
16-okt	Gevarenanalyse grondstoffen en processen, Waalwijk, Zwolle, Antwerpen of in-company	
16-okt	Training interne auditor basis, Waalwijk, Zwolle, Antwerpen of in-company	
17-okt	Bacteria in Compressed Air - Risk Analysis and Prevention for Critical Processes, Houten	
17-okt	Training PeQasus specificatiebeheer, Waalwijk, Zwolle, Antwerpen of in-company	
20-okt	Training BRC (Food), Waalwijk, Zwolle, Antwerpen of in-company	
21-okt	Training Etikettering van voedingsmiddelen, Waalwijk, Zwolle, Antwerpen of in-company	
22-okt	Hygienic design for Food Factories, Wageningen	
19-23 okt	SIAL, Parijs (Fr)	
23-okt	Food Valley Expo, Arnhem	
23-okt	International seminar on hygienic design, Arnhem	
24-okt	Training ISO 22000/FSSC 22000, Waalwijk, Zwolle, Antwerpen of in-company	
25-okt	Origin Chocolate Event, Amsterdam	
30 oktober- 27 november	Masterclass residuen van gewasbeschermingsmiddelen, Delfgauw en Zaltbommel	
30-okt	Kwaliteitsmanager Food 2014, Amersfoort	
13-nov	Allergenenmanagement voor de voedingsindustrie, 's-Hertogenbosch	

Voor de volledige agenda: www.vmt.nl

MEER TECHNISCH NIEUWS OP WWW.VMT.NL

Metaaldetector zonder producteffect

Producenten en verwerkers van vlees en gevogelte, zuivel, bakkerijproducten en kant-en-klaarmaaltijden en bedrijven die hun producten verpakken in gemetalliseerde folie, kunnen nu door de Profile Advantage metaaldetector van Mettler-Toledo een detectiegevoeligheid voor metaaldeeltjes bereiken, zoals eerder alleen was mogelijk bij droge productinspectie toepassingen.

Jarenlang zorgde het zogenoemde producteffect ervoor dat de detectiegevoeligheid voor metaaldeeltjes in voedingsmiddelen met een hoog vocht- of zoutgehalte of verpakt in gemetalliseerde folie, beperkt was ten opzichte van droge (en dus niet geleidende) of onverpakte voedingsmiddelen.
De recent gelanceerde Profile Advantage metaaldetector van Mettler-Toledo elimineert het fenomeen producteffect uit het proces, resulterend in tot 50% verbeterde detectiegevoeligheid ongeacht het verpakkingsmateriaal. Vergeleken met traditionele metaaldetectiesystemen vindt de Profile Advantage hiermee meer metaalverontreinigingen in zelfs de meest uitdagende toepassingen, zoals nat, warm of gekoeld voedsel. Bovendien kan de Profile Advantage het aantal valse uitworpen drastisch verminderen. Zo kunnen vleesproducenten hun foutieve uitworp geassocieerd met het producteffect tot wel 95% reduceren bij de detectie van de kleinste metaalverontreinigingen. De Profile Advantage maakt gebruik van baanbrekende multisimultane frequentie (MSF) technologie.

www.nl.mt.com

Nieuw kaaspakhuis

Zuivelfabrikant FrieslandCampina bouwt een nieuw kaaspakhuis en herbouwt het pekellokaal in Gerkesklooster. Op 29 juli 2014 zijn het kaaspakhuis en een deel van het pekellokaal verloren gegaan bij een brand. Voor de herbouw van het kaaspakhuis en pekellokaal heeft de raad van bestuur van FrieslandCampina een investering van €30 miljoen toegekend. Het nieuwe geautomatiseerde kaaspakhuis heeft een opslagcapaciteit voor 2.100 ton kaas, kaasbehandellijnen en een expeditieruimte.

www.frieslandcampina.com

Productielijnen voor kipnuggets

GEA Food Solutions heeft twee 1000 mm wijde productielijnen kipnuggets voor Cargill in China geïnstalleerd. De eerste productielijn verwerkt circa 30 ton kipnuggets per dag terwijl de tweede lijn ander gevogelte verwerkt.

De twee lijnen zijn onderdeel van een order van €10 miljoen voor GEA Food Solutions. GEA Refridgeration Technology nam het diepvries- en gekoelde onderdeel van het project voor zijn rekening. GEA heeft samengewerkt met partners als logistiek specialist Convoi en Hellings Machinebouw, die de transportband automatiseerde van de GEA SmartPacker verticale verpakkingsmachines om de twee lijnen op zo'n korte termijn te realiseren.

www.gea-foodsolutions.com

Platform ontwikkelt Genobox

Een consortium van Europese mkb-bedrijven en onderzoeksinstellingen uit de zuivel- en probiotische industrie werkt aan de ontwikkeling van Genobox. Dit bioinformaticaplatform voorspelt de functionaliteit van voedselbacteriën en probiotica op basis van hun genoomsequentie. Met het platform kunnen bedrijven specifieke functionele voordelen op een snelle, goedkope en reproduceerbare manier te bepalen.

Het doel van het project is het vertalen van genomische gegevens naar stamfunctionaliteit, bijvoorbeeld overleving in het maagdarmkanaal, probiotische eigenschappen, veiligheid of de productie van smaakstoffen. Dit vereist een bioinformatica-infrastructuur die de gegevens beheert en interpreteert. Het Genobox-consortium bestaat uit zes partners: Bioprox, LB Bulgaricum, NIZO food research, Universitair Medisch Centrum St Radboud, Sacco en Winclove Probiotics. NIZO is verantwoordelijk voor de coördinatie. Het Genobox-platform is naar verwachting binnen 1,5 jaar operationeel.

www.nizo.nl

Sweet & Crunchy Tahini's

Lima, producent van biologische voeding, introduceert een zoete sesampasta van gepelde en gemalen sesamzaadjes voor op brood, zo meldt Voeding Nu. De chrunchy tahini komt in drie smaken op de markt: naturel, dadels en rozijnen. Ze zijn biologisch en rijk aan eiwitten, vezels en onverzadigde vetten. De sesampasta's zijn in Nederland vooral bekend als ingrediënt voor hummus en andere oosterse gerechten. Het verschil tussen de twee pasta's is dat tahin van ongepelde sesamzaadjes is gemaakt en deze nieuwe tahini van gepelde sesamzaadjes. Lima Tahini's worden aangeboden in potten van 225 gram voor €4,49 en zijn verkrijgbaar in natuurvoedingswinkels.

www.limafood.com

VION rondt verkoop Ingredients af

Vleesproducent VION heeft de verkoop van VION Ingredients aan Darling International op 8 januari afgerond. De verkoopprijs is circa €1,6 miljard. De verkoop volgt op de aankondiging van 24 april 2013. Toen maakte het bestuur van VION bekend dat de twee hoofdactiviteiten, Food en Ingredients, op eigen benen komen te staan. Op de markt is Ingredients bekend onder merknamen als Ecoson, Rendac, Sonac, Rousselot en CTH. Het bedrijf waar het nu aan verkocht is, het Amerikaanse beursgenoteerde Darling International, recyclet reststromen die ontstaan bij de verwerking van rund- en varkensvlees en gevogelte, en verwerkt deze tot ingrediënten zoals vetten, vlees- en beendermeel, pluimveemeel en huiden.

www.vion.nl

Link tussen smaak en gezichtsuitdrukking

Aan het gezicht van mensen valt af te lezen in hoeverre een voedingsmiddel hun smaakt. Japanse onderzoekers vonden een link tussen de smakelijkheid van voedsel en gezichtsuitdrukkingen. Smaken die mensen als prettig ervaren verhogen de bloedcirculatie in de oogleden.

Dit concluderen onderzoekers van de Prefrectural University in Hiroshima, Kyushu University en het Tokyo Institute of Technology. De studie legt een link tussen subjectieve smakelijkheid van voedsel met zogeheten circulaire reacties in het gezicht. Al eerder noteerden de Japanse onderzoekers veranderingen in de bloedcirculatie van oogleden en neus in reactie op zoete, umami (zoutige) en bittere smaken. Ze hebben deze studie uitgebreid om een correlatie te vinden tussen veranderingen in bepaalde delen van het gezicht en de subjectieve smakelijkheid van verschillende complexe smaken als de zoete en zure smaak van sinaasappelsap. Omdat ook 'geur' een rol speelt in de smaakbeleving, zou het interessant kunnen zijn om te onderzoeken wat de invloed is van verschillende geuren op de bloedcirculatie, aldus de wetenschappers.

www.titech.ac.jp

MARK BROEZE
GRAFISCH | PRODUCT ONTWERPER

VMT
INKIJKEXEMPLAAR
EEN ONTWERP VAN MARK BROEZE