

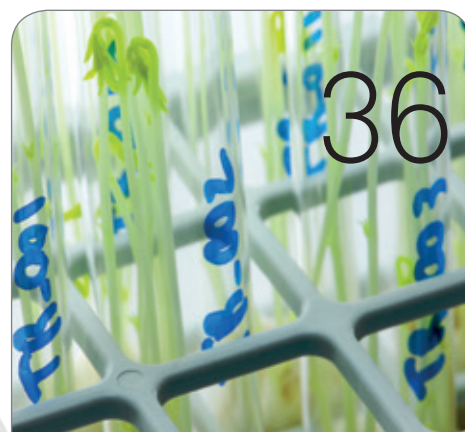


INGREDIËNTEN & GRONDSTOFFEN

- RONALD VISSCHERS, TNO
- ZOUTVERLAGING BIJ SNIJDERS
- NIZO FOOD RESEARCH
- VERPAKKINGSMACHINES
- RETAIL MEETS FOODINDUSTRY



12



36

FOR YOUR NEXT CAREER MOVE IN FOOD

Van de hoofdredacteur



QA MANAGER

KWALITEITSAMBASSADEUR MET OOG VOOR ZOWEL GROTE LIJNEN ALS DETAILS

MAASDIJK

Nature's Pride is een jong en innovatief bedrijf dat gespecialiseerd is in het importeren, exporteren, rijpen, ver- en ompakken en distribueren van exotische groenten en fruit. Sinds de oprichting in 2006 is het bedrijf uitgegroeid tot een full-service leverancier met ultieme flexibiliteit voor haar klanten: zowel groente- en fruitgroothandels als supermarktketens. Nature's Pride werkt nauw samen met klanten en telers om de consument te blijven prikkelen door de lekkerste exotische groenten en fruit te leveren. Er wordt voortdurend gewerkt aan het innoveren in processen, producten en assortimenten. De organisatie stelt consumenten elke dag tevreden door de beste en meest verse producten te leveren. Voor deze ambitieuze organisatie zijn wij op zoek naar een zelfstandige QA Manager die verantwoordelijk wordt voor het verder ontwikkelen, realiseren, evalueren en zo nodig bijsturen van het gehele QA beleid.

Consultant: Dirk-Jan van Veldhuizen, telefoon 0317-468686 of 06-53137885

De Banketgroep

PLANT MANAGER

AUTHENTIEKE LEIDER DIE EEN PRODUCTIEORGANISATIE KAN ENTHOUSIASMEREN

MOORDRECHT

De Banketgroep bundelt authentiek Nederlandse producten met een sterke positie in de thuismarkt en veelbelovende kansen in exportmarkten. De Banketgroep is in eigendom van investeringsmaatschappij Gilde, heeft haar kantoor in Tilburg en 6 bakkerijen verspreid over Nederland waar in totaal 450 medewerkers werken. Het assortiment Koek & Banket bestaat uit een groot aantal varianten, gemaakt onder private label en eigen merken. De beste kwaliteit en leverbetrouwbaarheid in combinatie met een scherpe prijs en relevante innovaties zorgen samen voor meerwaarde. Om deze ambitieuze onderneming verder te versterken zijn wij op zoek naar een gedreven Plant Manager voor het verbeteren en professionaliseren van bestaande bedrijfsprocessen middels continu verbeteren.

Consultant: Daphne van der Hee, telefoon 0317-468686 of 06-53868415



PACKAGING DEVELOPMENT ENGINEER

CONNECTED TO THE ENTIRE DEVELOPMENT PROCESS, FROM CONCEPT TO LAUNCH

AMSTERDAM

Orangina Schweppes International (OSI) is part of one of the largest soft drink producers in Europe, the Orangina Schweppes Group. The group is now part of the Japanese Suntory group which is a globally leading FMCG group with sales over €15 billion. The Orangina Schweppes Group is a major company in the beverages sector with premium brands like Schweppes, Orangina, Dr Pepper, Trina, Oasis and La Casera. The Orangina Schweppes Group has a workforce of over 2,000 employees, sales volumes of 1.3 billion litres and a turnover of almost €1 billion. OSI is committed to providing equal employment opportunities and fostering an environment, which attracts and retains a diverse and talented workforce. To strengthen the R&D department, we are currently searching for an independent Packaging Development Engineer, who will be responsible for managing all packaging projects, including design, development and (support to) implementation in designated markets.

Consultant: Dirk-Jan van Veldhuizen, telephone: +31(0)317-468686 or +31(0)6-53137885



TECHNICAL SERVICE AND QUALITY SUPPORT

BREDE FUNCTIE WAARBIJ DE LINK TUSSEN KWALITEIT, SALES EN PRODUCTIE CENTRAAL STAAT

WAALWIJK

Henningsen Nederland bv is één van de weinige fabrikanten in Europa van gedroogde vleesproducten. Henningsen Nederland is, met een eigen directie, een zelfstandig onderdeel van de Japanse moedermaatschappij Ariake. Bij Henningsen Nederland worden zowel poeders als granulaten geproduceerd van verschillende grondstoffen als rund, varken, kip, eend en schaaap. Deze vleesproducten worden als ingrediënten gebruikt in verschillende producten zoals soepen, sauzen en smaakstoffen. Meer dan 90% van de omzet wordt wereldwijd verkocht, met name in Europa. De bedrijfscultuur van Henningsen Nederland is informeel, betrokken en loyaal. Ter uitbreiding van de organisatie zoeken wij een Technical Service and Quality Support die verantwoordelijk is voor het klantcontact op het gebied van: kwaliteit, klachten, questionnaires en traceability van de grondstoffen.

Consultant: Michiel Dekkers, telefoon 0317-468686 of 06-86805669



TECHNICAL CUSTOMER SERVICE MANAGER

EXPERT IN THE APPLICATION OF SPECIALTY OILS AND FATS IN INFANT NUTRITION

ZAANDIJK

AAK is one of the world's leading manufacturers of high value-added specialty vegetable oils and fats. The company, with HQ in Malmö (Sweden), has 2,500 employees worldwide, manufacturing facilities in seven different countries and a global sales and distribution network; one of the factories and sales offices is located in Zaandijk (The Netherlands). AAK has a strong portfolio of international and well-established client relationships with several of the most renowned players in the food industry. For the global AAK Infant Nutrition business unit and to strengthen its team in Zaandijk, we are currently searching for a highly motivated Technical Customer Service Manager, who will be responsible for supporting AAK's customers by providing technical advice and initiating and driving customer-specific projects.

Consultant: Jakob Jan Verbraak, telephone: +31(0)317-468686 or +31(0)6-51820349

Voor meer informatie zie onze website: www.dupp.nl of mail uw reactie naar: info@dupp.nl

DUPP - FOOD RECRUITMENT
Gen. Foulkesweg 66, 6703 BW Wageningen | www.dupp.nl | t 0317-468686



HERFORMULEREN

Op de dag dat dit blad naar de drukker moet, verschijnt er een persbericht van het RIVM over de laatste stand van zaken met betrekking tot de gehalten aan zout, suiker en verzadigd vet in diverse productgroepen. Gezien het thema van dit nummer móet ik daar natuurlijk melding van maken. Want het begrip 'herformuleren' loopt als een rode draad door deze editie.

De overheid streeft zoals u ongetwijfeld weet, naar 'het makkelijker maken van gezonde voedingskeuzes via een verbeterde samenstelling van levensmiddelen'. Aanleiding voor het onderzoek van het RIVM is het 'Akkoord Verbetering Productsamenstelling', dat de minister van Volksgezondheid Welzijn en Sport en de brancheorganisaties van de voedingsmiddelenindustrie, retail, horeca en catering begin 2014 getekend hebben. Het akkoord loopt tot 2020.

De resultaten: 'Het zoutgehalte in brood is sinds 2011 met 21% gedaald. In kaas is het zoutgehalte met circa 11% ook afgenomen ten opzichte van 2011. In vleeswaren bedoeld als broodbeleg, is het zoutgehalte in 2014 vergelijkbaar met dat van 2011 en 2013. De vleeswarenssector heeft volgens afspraak tot in 2015 de tijd het gehalte aan zout en verzadigd vet te verlagen. Bewerkte groente en peulvruchten, zoals doperwtten of bonen in blik of glas, hebben ook een lager zoutgehalte' (zie de publicatie 'Monitor Productsamenstelling voor zout, verzadigd vet en suiker: RIVM Herformuleringsmonitor 2014').

Het zijn algemene cijfers, die gemiddelden die het RIVM produceert. Individuele gevallen kunnen veel verder zijn met herformuleren. Neem Snijders Vleeswaren uit Born. Zij

hebben het zout- en natriumgehalte flink omlaag weten te brengen door regulier zout te vervangen door mineraalzout. De voedingsindustrie staat allesbehalve stil. Er wordt gezocht naar nieuwe en alternatieve ingrediënten en grondstoffen, er wordt gepioneerd met een diversiteit aan plantaardige eiwitten. Wetenschap en voedingsindustrie slaan steeds vaker de handen ineen op hun zoektocht naar innovatie. Laat ik het wat smeüger herformuleren: samenwerken levert lekkere, duurzame en bovenal gezondere producten op. Mmm

Judith Witte

judith@b2bcommunications.nl

[@vakbladenFood](https://twitter.com/vakbladenFood)



Inhoud

THEMA: INGREDIËNTEN & GRONDSTOFFEN



10

OPENINGSARTIKEL TRENDS, KNELPUNTEN EN TOEKOMSTVISIE

Clean label, herformuleren, biologisch, allergen-vrij, duurzaam: de voedingsindustrie kan er niet omheen. Vijf voedingsproducenten over hun aanpak, de knelpunten, en hun visie op de belangrijke thema's rondom grondstoffen en ingrediënten.

EN VERDER...

OSV/YFM netwerken in food	8
NIZO food research	26
Beursnieuws: Anuga	28
Verpakken: efficiency van Multivac	29
Column Dennis Favier	33
De visie van... Frans de Jong	34
Pionieren met plantaardige eiwitten	36
Food Event	39

INTERVIEW

VOEDING VAN DE TOEKOMST

Voedingsfabrikanten willen sneller en efficiënter nieuwe of verbeterde producten op de markt brengen. Ronald Visschers, Principal Consultant bij TNO, helpt hen producten zodanig te innoveren dat ze voldoen aan de eisen van deze tijd.



16



24

BEDRIJFSREPORTAGE TRADITIONEEL BEREID EN TÓCH GEZONDER

Snijders Vleeswaren uit Born houdt graag vast aan hun traditionele bereidingswijze. Tegelijkertijd vraagt de markt om gezondere producten met minder zout en vet. "geen gemakkelijke opgave. Toch hebben we de afgelopen jaren grote stappen gezet."

SEMINAR

RETAIL MEETS FOODINDUSTRY

Op 19 mei brengt b2b Events een uniek programma waarin de dialoog tussen retail en foodindustry wordt aangeslingerd. Met drie inspirerende sprekers en een wervelend debat. Exclusief voor foodproducenten en retail!



22

DE ONDERNEMERS SOCIËTEIT VOEDINGSINDUSTRIE (OSV) ZORGT AL BIJNA 25 JAAR VOOR PERSOONLIJKE ONTMOETINGEN IN EEN ONGEDWONGEN SFEER.

SLUIT JE OOK AAN BIJ DEZE 300 FOODPROFESSIONALS

T. Boer & Zonen BV-Teunis Boer jzn; Brandenburg Culinair-Olaf Noorman; Dopa B.V.-Dolf Rieken Jr; Ekro BV-Jacques de Lange; ESRO Vlees bv-Joris Rooijackers; Goedegebuur Vlees Rotterdam BV-Wim Goedegebuur; W.G. Goedhart Combi BV-Rob Van der Meulen; Groenveld Vlees-Ronald Dreijer; Groothedde Vaassen b.v.-Henny Groothedde; Hems BV-Kees Hems; Hilton Meats Zaandam BV-Erik Van Elderen; Hutten en Zonen-Vincent Hutten; Huuskes Versproducten B.V.-Alex Ankone; Harry Janssen-Harry Janssen; JB Vlees BV-John Bruins; Kraan Vleesservice BV-Gert Kraan; Kruijer Foods-Gert Kruijer; Westfort Oudewater-Piet Lunenburg; Meat Friends Roosendaal BV-Stan Quinten; MeatMaster BV-Hendrik Van Veldhuizen; Cuno Moormann & Zn BV-Maarten Helwig; Peter's Farm BV-Tonnie Geerling; Vleesbewerking van der Pijl BV-Cor van der Pijl; Van de Raai Meat & More-Barry Van de Raai; Veal Fine Huis Roerink BV-Hans Roerink; Shannon Meats-Arie van Rijswijk; Spare Rib Express Nederland - Robex-Cees de Kievit; Zalmhuis Steur B.V.-Gert Schram; Sunkip BV-Eric Harbers; VION Food Nederland BV-Jos Havekotte; Vitelco BV-Paul Meeuwissen; Vleesch-Houwerij BV-Jack Vedder; Weza Vlees Amsterdam-Joey Wessels; Ferdinand Zandbergen BV-Ferdinand Zandbergen; Jan Zandbergen World-Wide Quality in Meat-Peter Paul Zandbergen; Zuneha/SVC-René Visser; Agterberg Vleeswaren BV-Jos Louman; Terbeke-Pluma Nederland BV-Johan van Holland; Group of Butchers Amsterdam-Stefan Kunz; La Cordoba Nederland BV-Fred De Wette; Gepo Vleeswaren BV-André Van de Poppe; De Koning Vlees-Jan De Koning; LaBan Foods B.V.-René Laban; Maasland Vleeswaren BV-Piet Groot; Marfo B.V.-Dennis Wessels; MeatCuisine-Wichard Van Noorloos; Vleeswarenfabriek Persoon BV-Leo Persoon; Sanders Vleeswaren BV-Katja van den Hoof; Vleeswarenfabriek "Scheemda" B.V.-Jack Kats; Nico Sluis Vleeswaren BV-Nico Sluis; Stegeman CV - Wijhe-Bart-Jan Van 't Hoof; Gebr. Steneker BV-Rolf de Lange; VAV divers-Peter Verdaasdonk; versAlert B.V.-Gerard Ram; Zandbergen & Zn Vleeswaren B.V.-Robert Zandbergen; Zwanenberg Food Group BV-Simon Kuijper; Zwiërs Vleeswaren BV-Stephan Zwiërs; Abalco Technical Support BV-Dennis van Moorselaar; Van Abeelen Koeltechniek BV-Gijs van Abeelen; Abracad Technoworks BV-Egbert Nillesen; Aquacare Europe BV-Joris Salden; Bessels architecten & ingenieurs BV-Herman Bessels; Biddle BV-Ron Jongenelen; Bizerba Nederland BV-Ton Kommers; Blücher-Theo van der Koore; BWT Nederland-Norbert de Veen; Cleanbord Systems BV-Martijn de Vos; ClipTech-XL-Helma Onstenk-Schotpoort; Cofely Refrigeration bv-Willy van Leeuwen; Dawsonrentals Nederland BV-Marcel Spits; Ecolab BV-Bart-Jan Jongenotter; E-doors BV-Pasquale van Ernst; Efaflex - Van der Tol en Keijzer BV-Frank Keijzer; EHEDG Nederland-Michel Evers; EKUtech Foodmachinery BV-Edwin van Kuik; Etiket Nederland BV-Dave Geurts; FANUC Benelux-Peter Kieken; GEA Food Solutions Bakel B.V.-Marcel Janssen; GEA Refrigeration Netherlands NV-Luuk Mulder; GO Consulting-Domagoj Gobac; Habasit Netherlands B.V.-Jan-Willem Geurds; Hilgenkamp Food Machinery BV-Johan Hilgenkamp; M.M. Hoogendoorn Ontwerp & Bouwbuuro BV-Martin Hoogendoorn; Hörmann Nederland BV-Bob Siep; Intralox LLC. Europe-Barry Wentink; IWC Innovative Water Concepts-Tjerk Nijdam; De Jager RVS-Frits de Jager; Van Kempen Koudetechniek BV-Jan van Zante; K.I.M. Nederland BV-Han Reinders; De Koningh Coding & Labeling BV-Bert-Jan Dijk; Kupan BV-Marcel Mateman; Lamers High Tech Systems-Age Leijenaar; Van Leeuwen Techniek BV-Niels Kok; Marel Townsend Further Processing-Henri Janssen; Metaflex Doors Europe BV-Harry Zomer; MPS Meat Processing Systems-Marcel Krabben; Multivac BV-Tim Hage; Nawi B.V.-Alfred Klunder; Het Packhuys-Pierre Hagenaars; Pathema Innovatief met Water-Mark Boeren; Handelonderneming "PD"-Geert Elie; Pool Koudetechniek BV-René Siertsema; Precia-Molen-Kurt Heidsieck; Provisur Technologies Inc.-Gerard de Jong; Provisur Technologies Inc.-Bert-Jan Hardenbot; Robertpack Industrial & Packaging Equipment BV-Dirk Franken; Roma Koudetechniek BV-Ronald Urbanus; Roma Nederland BV-Alexander Krimpenfort; SSI Schäfer BV-Rolf Rappange; SGL Technology BV-Lennaert van Dijk; Slegers Technique BV-Huub Slegers; Spako-Roeland Wasser; Stäubli Benelux NV-Jan Buit; STILL Intern Transport B.V.-Jean Paul Dubois; TAP Machinebouw BV-Floris Van Veen; TriStar Industries Special Products BV-Alcedo Bod; van Uhm BV-Stephan van Uhm; Ultrapak BV-Peter Roorda; Verbufa BV-Mark Marrink; VSD Food Machinery-Hans Kooij; WWT Benelux-Reyer Kastelein; Westfalen Gassen Nederland BV-Marcel de Groot; Willemsen Isolatiebouw BV-Maarten Bliemer; Zetes BV-Peter Weltvreeden; ADM Specialty Ingredients (Europe) BV-Guido Venbroek; AkzoNobel Functional Chemicals B.V.-Tom van Zeeburg; Barentz B.V.-Jan Kot; Nedspice Dehydrated Ingredients BV-Jan Diekema; ECS Paneermeelindustrie BV p/a De Korrel Beheer BV-Paul Vos; Indasia Gewürzwerk GmbH-Alex Strijker; Intertaste BV-Aart de Geus; Intertaste BV-Robert-Jan Doves; The Juice House BV-Sтивен Oosterwaal; LEVO Produktennij BV-Jurjen Rollingswier; Raps Benelux-Ton van de Vijfijken; Smoky Light BV-Ahrend Buckers; Solina Netherlands BV-Auke Wagenaar; Sonac BV-Arjan van Waes; Strik bv-Robert Strik; Versteegen Spices & Sauces BV-Leo Rijlaarsdam; Versteegen Spices & Sauces BV-René Manders; A 1-Pack Int BV-Arnold Janson; Air products Nederland BV-Henk van der Linde; Cemex Trescon BV-Geert van de Beek; Mestro B.V.-Petra Trommelen-Mesters; Robertson Verpakking Oplösungen-Eddie Clarijs; Solidpack BV-Maarten Wolsing; Südpack-Benelux BV-Ronald Spijker; Vervo BV-Rob Meijns; Zakpak BV-André van Ingen; Bureau voor Kwaliteitszorg BV-Michel Brinkhorst; Uitzendburo Acht BV-Jan Vlasblom; Alewijnse Industrial Automation-Ernst-Jan Huijbers; ALL IN Personeel-Judith van Aalst; Anro BV-Bert Finke; Aon Risk Solutions-Charles Marsé; Arnold + Siedsma-Nicole van Roon; Biocontrol Consultants BV-Henk van der Meer; CGS Computer Graphics Services BV-Aad Eikelenboom; Concreet Hygiëne-Yvette Kamps; Condor Consultancy-Gert-Jan Van Kesteren; Covebo Uitzendgroep NV-Pieter van der Want; Creative Crossmedia-Ruud van Thiel; CSB-System Benelux BV-Jacques Jobse; Damsteeg Advies & Interim management -Paul Damsteeg; Davinci Foodpromotions-Cees Goettsch; Delaware Consulting Nederland-Jan-Bernard Blaas; Dijkstra Voermans Advocatuur & Notariaat-Marco Balhuizen; Diversy BV-Ton van Schaaijk; easyFairs Netherlands B.V.-Susanne den Otter; Eco2Clean B.V.-Leo Visscher; EcoProducts4U BV-Jos Look-Alaerds; Ervexflex Personeelservice-Annette Buijs; European Talents BV-Bas van Driel; Flexspecialisten Holding B.V.-Pascale Steegman; Clyde Don Consultancy FP-Clyde Don; Hago Food & Industry-René Bakker; HAS Hogeschool-Evert-Jan Ulrich; Helder in kwaliteit-Dirk van Loon; HOBIJ - Experts in European Workforce-Paul van Dieperbeek; Jos Hofkens HIG bv-Dennis Hulst; IMD BV-Martijn Pott; Industriële Personeelsvoorziening BV-Jack Bloemers; KBBL Wyhe BV-Henk Tolman; Kennemervis Groep BV-Rinke Kortebach; Kenneth Smit-Koos Minnema; Kloosbeheer BV-Petra Hoogmoed; Labaz Hygiëne Concepts-Rob Kamphuis; Legales BV-Melis de Waard; Van Lente Systeemintegratie B.V.-Cor de Best; Lyncwise Executive Search B.V.-Stefano van de Sant; MarketCall-Wilbert van de Steeg; MPuls organisatieontwikkeling-Marc van Hoof; NutriControl B.V.-Jörgen van den Ende; Peutz BV-Jan Granneman; Prins Marketing Consultancy-Ben Prins; ProCa-MPP Holding BV-Klaas Dijkstra; Provelu BV-Dennis Lucas; PUUR Veltman-Marc Veltman; Qassurance BV-Cees van Elst; Qlean-tec BV-Harry Vernooi; Q-ray-Henk Aarts; RBK Group BV-Erik van Erk; ReflexSystems Nederland-Roy Meenderink; Respect Cleaning Services BV-Michel Bout; Reym BV-Roel Stassen; ROVC-Erik Bouw; SBA Flex BV-Roland van den Brand; Schouw Informatisering BV-John Schouw; Mérieux NutriSciences-Peter Van der Steege; Simac QuadCore bv-Alfred Wesseling; Sismatec-Gerrit Tihof; Bouwbedrijf Aan de Stegge Twello-Baste Riele; Studioklant BV-Walter Tamminck; SV0 Vakopleiding Food Holding-Hans de Mooij; SV0 Vakopleiding Food Holding-Johan Noltes; Thermo Fischer Scientific-Maarten van As; TLR International Laboratories-Henk Heijthuisen; TNO Innovation for Life-Theo Verkleij; TSB Industrial Cleaning-Erwin de Geus; UCS Cleaning BV-René Kuijper; Unica Industriële Automatisering-Marijn Laurensse; Adviesburo Verhoef BV-Dennis Wentink; Wallbrink Crossmedia-John Wallbrink; Zo!Schoon-Arjen de Ruiter; Zoetelief BV-Henk Vermeulen; Ahold-Erik Vorenkamp; Boon Sliedrecht bv-Johan Van Blijderveen

MELD JE AAN OP WWW.AANMELDENOSV.NL



www.OSVnetwerk.com



Vakblad voor de voedingssector: **VOEDINGSINDUSTRIE**. Voedingsindustrie verschijnt acht maal per jaar voor het management van industriële bedrijven in de vlees-, pluimveevlees- en visindustrie, de (gemak) voedingsindustrie (waaronder snack-, salade-, vis-, conserven-, maaltijdcomponenten- en overige versproducten) en de groothandel in Nederland en België. Meer info: www.vakbladvoedingsindustrie.nl. Vakblad **VOEDINGSINDUSTRIE** is een officieel orgaan van de Ondernemers Sociëteit Voedingsindustrie (OSV) en Young Food Management (YFM). **Voorpaginafoto's:** bij Snijders vleeswaren, Born; ©Marcel van Engelenburg; ©iStock/PedroSalaverria **Aan dit nummer werken mee:** Sofie Baan, Clyde Don, Dennis Favier, Frans de Jong, Marianne Kootstra, Bart Smit, Fred van de Velde. **Vormgeving:** After Five BV, Doetinchem. **Drukcoördinatie:** Creative Crossmedia. Vakblad **VOEDINGSINDUSTRIE** is een uitgave van b2b Communications BV. **Hoofredactie:** drs. Judith Witte. **Uitgever:** Saskia Stender. **Sales:** sales@b2bcommunications.nl. **Redactie en administratie:** b2b Communications BV, Markweg 11, Postbus 50, 6880 AB Velp. KvK 59203455. Telefoon +31(0) 26 3700027, info@b2bcommunications.nl, www.b2bcommunications.nl. **Abonnementen:** Voor opgave abonnement +31(0) 26 3700027, info@b2bcommunications.nl. Prijs per jaar € 80,00 (excl. btw); per los nummer € 8,-. Opzeggen van het abonnement kan alleen schriftelijk en uiterlijk twee maanden voor de eerstvolgende betaaldatum. Abonnementsgeld dient vooruit te worden betaald t.n.v. b2b Communications BV op NL52 RABO 0142 6810 75. **Leveringsvoorwaarden:** Op alle aanbiedingen, offertes en overeenkomsten van b2b Communications BV zijn de voorwaarden van toepassing, terug te lezen op www.b2bcommunications.nl. **Copyright 2015:** b2b Communications BV. Auteursrecht: Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vervoelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch of door fotokopieën, opname of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Uitgever en redacteurs verklaren dat deze uitgave op zorgvuldige wijze en naar beste weten is samengesteld, evenwel kunnen zij op geen enkele wijze instaan voor de juistheid of volledigheid van de informatie; zij aanvaarden dan ook geen enkele aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die het gevolg is van handelingen en/of beslissingen die gebaseerd zijn op bedoelde informatie ISSN: 2213-5758.

Worden verpakkingsloze
supermarkten de toekomst?



Slegers Technique 
the art of slicing and interleaving



Slegers Technique is er klaar voor...
Met De VI-28 verser dan vers!



VI-28 X/Y Correction & Tray loading system,
onmisbaar in uw snijlijn productie.

Slegers Technique 
the art of slicing and interleaving

+31 (0)73 511 82 30
De Weegschaal 11
High Tech Park "De Brand"
5215 MN 's-HERTOGENBOSCH
THE NETHERLANDS
www.slegers-technique.com
info@slegers-technique.com



www.OSVnetwerk.com



www.YFMnetwerk.com



OSV-BEDRIJFSBEZOEK NUTRICONTROL

HET BEDRIJF ACHTER DE ANALYSES

Op donderdag 16 april a.s. opent NutriControl de deuren voor de OSV, om iedereen die met analyses te maken heeft een beter beeld te geven over het hoe, wat, waar en waarom...

Voedselveiligheid is een belangrijk thema in onze samenleving. Regelmatig komt het voor dat grondstoffen niet geschikt blijken te zijn voor verdere verwerking in de voedselketen. Dit onderwerp zal tijdens de presentatie van Wim Peter van Panhuis uitgebreid ter sprake komen. Daarna staan er rondleidingen gepland in kleine groepen, zodat er ruimte is voor veel uitleg en het beantwoorden van jullie vragen.

NutriControl beschikt over laboratoria voor: Analytische Chemie, Instrumentele analyses en Microbiologie. Verder kan NutriControl op verzoek specifieke analysemethoden ontwikkelen. Het bedrijf verzorgt verschillende vormen van rapportage van de analyse-uitslagen. Kenmerkend zijn de trendrapportages. De internetapplicatie 'mijn analyses' biedt de mogelijkheid om opdrachten aan te melden en de voortgang van de analyses te volgen.

Meld je aan via:
www.foodinbusiness.com/evenementen

DE OSV HEET VAN HARTE WELKOM:

Metaflex Doors Europe - Harry Zomer - Accountmanager
De Koningh Coding & Labeling BV - Bert-Jan Dijk - Algemeen Directeur



OSV-BEDRIJFSBEZOEK INTRALOX



12 maart gaan we met een grote groep OSV-leden op bezoek bij Intralox in Amsterdam. Naast het uitgebreide programma over hygiëne in het productieproces is er volop ruimte om te netwerken. Je kunt je nog aanmelden:
www.foodinbusiness.com/evenementen

OSV-WORKSHOP E-MAIL MARKETING

Vorige maand zijn we met de OSV bij TechAcademy Food van ROVC geweest. Zij stelden een ruimte ter beschikking voor de workshop 'Krijg grip op je e-mailmarketing'. De presentatie werd gegeven door John Wallbrink van de Wallbrink Crossmedia Groep. Zijn zoon Jeroen gaf een live demonstratie van Flitznieuws, waaruit vooral bleek dat het technisch allemaal niet zo moeilijk is. Met een half uurtje heb je een nieuwsbrief klaar. Maar eerst moet je je afvragen waarom je een nieuwsbrief verstuurt, en naar wie. En of je het wel moet doen. Voors en tegens werden tegen elkaar afgewogen. De wetgeving, de do's and don'ts, hoe kom je aan waardevolle content; we hadden nog wel een paar uur door kunnen gaan. Er komt een vervolg, met het thema 'e-mailmarketing en lead nurturing'.



MAAK HET VERSCHIL



Operators en Technische Dienst-medewerkers leveren een grote bijdrage aan het rendement van productielijnen. Daar heeft u goed opgeleide medewerkers voor nodig. De TechAcademy Food van ROVC biedt cursussen en beroepsopleidingen speciaal samengesteld voor de foodindustrie. Meer informatie? Ga naar www.techacademyfood.nl.

LESSON LEARNED

Tijdens de goed bezochte workshop 'Krijg grip op je e-mailmarketing' zijn veel tips & trics gegeven. En stof tot nadenken. Ik stuur de nodige nieuwsbrieven/uitnodigingen de wereld in, dus ik wist het allemaal wel. Dacht ik. Ha, niet dus! Eén van mijn nieuwsbrieven is tijdens de workshop onder de loep genomen. Lekker confronterend hoor, om te horen wat je allemaal niet goed doet. Gelukkig was het in grote lijnen wel in orde, maar ik heb toch kansen laten liggen.

Heel simpel: als je nieuwsbericht plaatst, heb je een 'lees meer' knop of link naar jouw website waar de rest van het artikel staat. Check. Je zet er een foto bij om de aandacht te trekken of om de boel een beetje aan te kleden. Check. Zorg er dan voor dat de hyperlink naar het bericht ook onder de foto ligt en niet alleen bij 'lees meer'. Oeps, dat heb ik dus niet gedaan. Fout! Mensen zijn gewend om op een foto te klikken. Als dat niet werkt vraag je van hen een tweede actie: zoek de 'lees meer' link. Nu ben je ze al bijna kwijt; het duurt ze al gauw te lang voor er resultaat is bereikt.

Ik gebruik een mailpakket waarin een zogenaamde heatmap is verwerkt. Dan kun je zien waar het meest op is geklikt in de nieuwsbrief. De eerstvolgende nieuwsbrief maakte ik volgens het boekje. De foto's waren bijna rood, zo vaak is er op geklikt. Maar op de 'lees meer' link bijna niet meer. Lesson learned! En dat was maar één van de vele tips die we kregen.

Ik kijk uit naar het vervolg van deze workshop: lead nurturing. Want ook op dat vlak kan ik vast nog veel leren!

Saskia Stender





OPENINGSARTIKEL

TRENDS, KNELPUNTEN EN TOEKOMSTVISIE

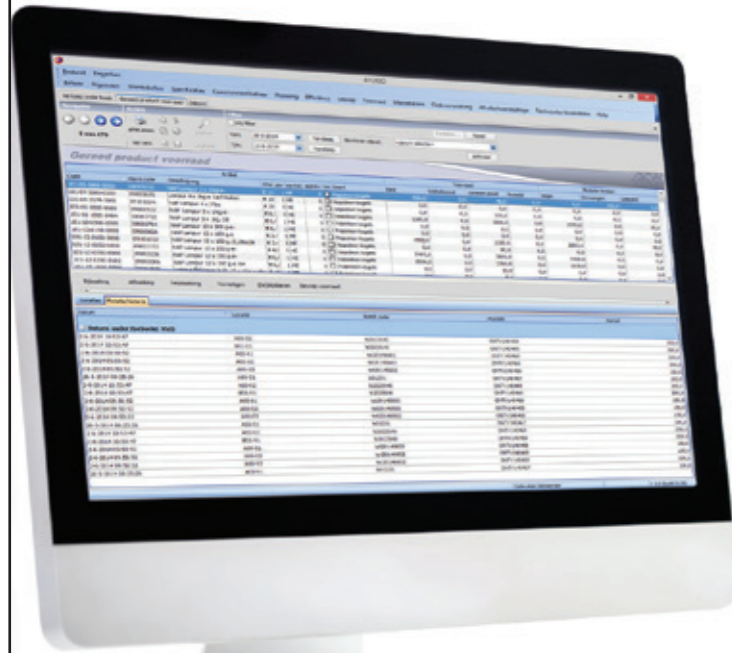
Clean label, herformuleren, biologisch, allergeenvrij, duurzaam: de voedingsindustrie kan er niet omheen. Aan het woord in dit artikel vijf voedingsproducenten: over hun aanpak, de knelpunten, hun visie op de thema's rondom grondstoffen en ingrediënten. Er klinken waarschuwingen: voor het doorslaan naar de claimcultuur, zoals in Amerika. "Dat legt de creativiteit lam", en "Het middel moet niet erger zijn dan de kwaal."

Vraag je naar trends op het gebied van grondstoffen en ingrediënten, dan is het onderwerp dat de producenten als eerste noemen: *clean label*. Sommigen hebben er hun business van gemaakt, zoals Dutch Spices in Nijkerk. Andere organisaties vinden het lastig om zonder meer aan die vraag te voldoen. "Afnemers willen bepaalde E-nummers of allergenen gewoon niet op het etiket hebben, terwijl consumenten daar niet eens specifiek om vragen. En sommige afnemers willen tegenstrijdige dingen: het moet clean label, maar wel drie weken houdbaar zijn, goed op kleur blijven en geen vocht loslaten. Dat gaat niet zonder aanpassingen. Vergeten wordt dat het merendeel van de E-nummers ook positieve functies hebben, zoals nitriet in gekookte vleesproducten. Dat houdt botulisme tegen. In de zoektocht naar clean label doen wij geen concessies aan de kwaliteit of veiligheid, daar waak ik

samen met mijn klanten voor", zegt accountmanager Eric Letteroo van Dutch Protein Services (DPS) uit Tiel.

VOORLICHTING

Een oplossing voor dit spanningsveld tussen klanten en leveranciers die zowel Eric als Paul Vos, directeur van ECS Paneermeel en Mastermix in Terschuur noemen, is goede voorlichting van de klant. Paul Vos: "Het is goed dat de markt strikter en transparanter is geworden, maar daardoor hebben E-nummers allemaal een slechte naam gekregen. E-160 bijvoorbeeld, geperste paprika, is volstrekt onschuldig. Als klanten beter begrijpen waarom bepaalde ingrediënten gebruikt worden, schieten ze niet zo snel in een kramp bij het horen van een E-nummer. Tenslotte zijn deze allemaal na uitvoerig testen goedgekeurd. Sommige ingrediënten zijn >>



Onvoldoende voorraad, dubbel uitgevoerde orders, foutieve klantgegevens, onjuiste kostprijzen, achterstallige facturatie, onderbezetting, foutieve kortingen, het is de schrik van iedere leidinggevende. De prangende vraag is, hoe dan wel?

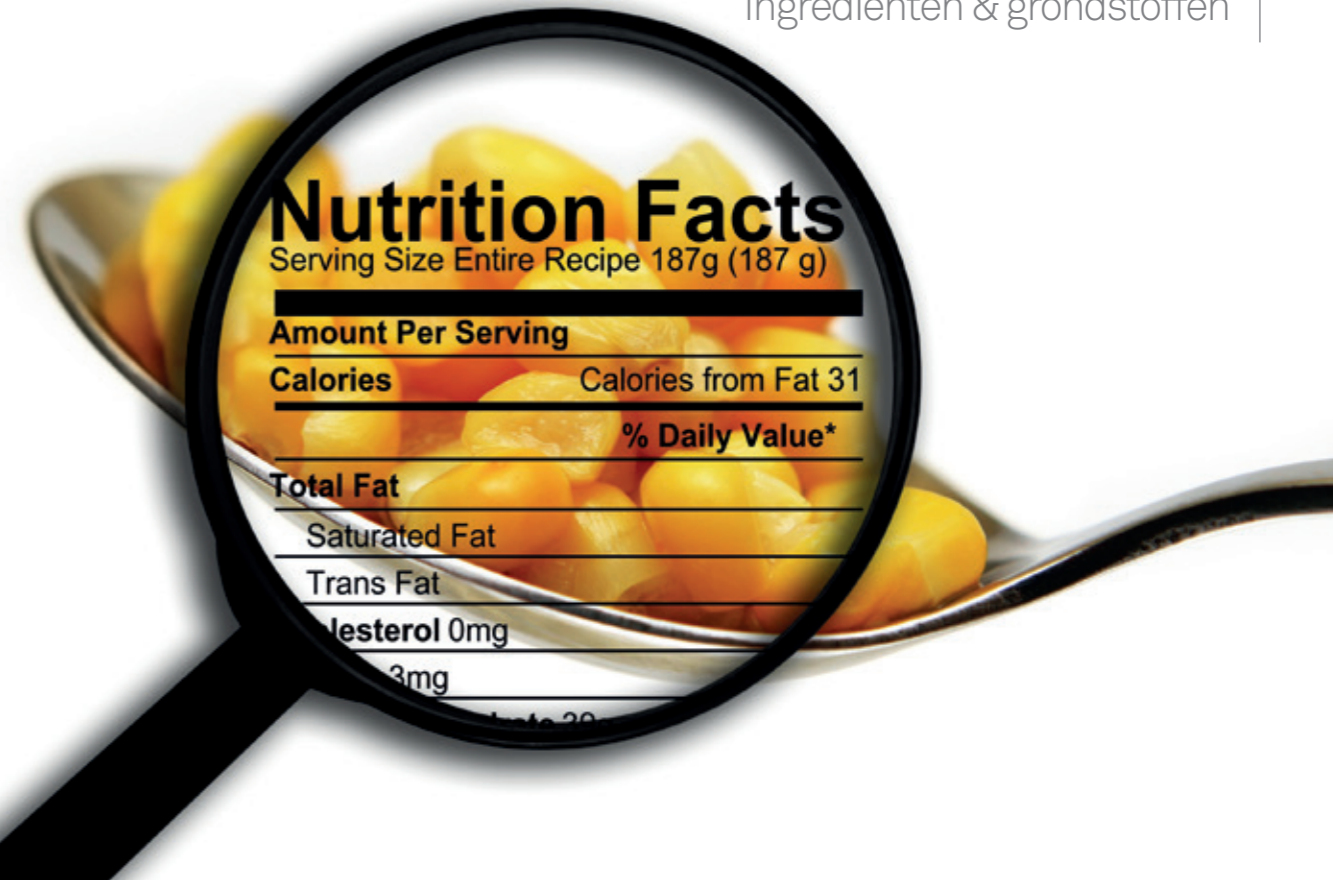
4FOOD ERP software biedt een passende oplossing voor voedselproducerende bedrijven. Het resultaat: méér controle, méér efficiency, méér rust en méér groeimogelijkheden voor de organisatie.

Westsingel 98 4461 DN Goes

T +31(0)113-222800

info@4food.nl

www.4food.nl



©ISTOCK/ALEXSKOPE

onmisbaar voor de smaak. En die zou leidend moeten zijn, niet het etiket.” Vos: “We gaan samen met de klant en onze afdeling Research en Development op zoek naar mogelijkheden. Zo wilde een klant clean label satésaus. Daar hoort ketjap in, maar deze bevat conserveermiddelen ten behoeve van de consumentenmarkt. Dat was in dit geval niet nodig, het mocht kort houdbaar zijn. Dus hebben we ketjap zonder E-nummers ontwikkeld.”

ALLERGENEN

Het vermijden van allergenen is een ander onderwerp dat bij de producenten voor in de mond ligt. Carl Siegert, eigenaar van biologische bakkerij Carl Siegert sinds 1891 in Harmelen: “Er zijn verschillende soorten allergenen, waarvan tarwegluten de grootste groep vormt. Er zijn ook veel nieuwe graansoorten op de markt gekomen, zoals lupine, quinoa en spelt. Maar ook soja, noten en eieren of melk worden gebruikt. Het is voor mij praktisch onmogelijk

om zonder allergenen te werken, zonder risico op kruisbesmetting. Onder andere via social media praten we elkaar van alles aan; ik krijg de rillingen als iemand het heeft over gist-of rogge-intolerantie.” Siegert vindt het jammer dat etikettering en de allergie'trend' zo dominant zijn geworden. “Het drukt de creatieve geest flink de kop in. We moeten uitkijken dat we niet doorslaan naar de Amerikaanse claimcultuur, waar iedereen zich indekt voor aanspraken.”

VERTROUWEN TERUGKRIJGEN

Betty Groen, marketingadviseur van Dutch Spices kijkt daar anders tegenaan. De in 2011 opgerichte kruiden- en specerijenproducent heeft als wens dat iedereen tegelijkertijd aan tafel hetzelfde voedsel kan eten, dus ook mensen met een voedselallergie en/of -intolerantie. Deze voeding moet gezond, maar vooral lekker zijn. Geen 'zieligheidsvoedsel'. Het bedrijf werkt geen van de 24 allergenen van de LeDa-

lijst, tevens is kruisbesmetting uitgesloten. Als allergenenmanagementsysteem wordt de VITAL-norm gehanteerd. Groen: “Deze ketenbeheersing levert transparantie en vertrouwen over de herkomst. Door onze kennis van grondstoffen weten we precies met welke bouwstenen we een smaak kunnen maken, die de oorspronkelijke smaak zo nauw mogelijk benadert. Naast grondstoffen zoeken we ook voortdurend naar nieuwe smaken. Fruit, zoals mango en frambozen, raapolie en groenten zoals rode biet zijn in opkomst. Yoghurt of dranksoorten zoals rode wijn – eveneens trends – gebruiken we vanwege de allergenen niet. We hebben het met z'n allen laten gebeuren dat ons voedsel om gemak ging draaien in plaats van gezondheid. Door hoge transparantie en kwaliteitsborging moeten we het vertrouwen weer terug zien te krijgen.”

ALLE EISEN GEBUNDELD

Verstegen Spices & Sauces in Rotterdam heeft vier jaar geleden om deze reden het label Pure >>



Onafhankelijk advies bij

- Afstemming koelbehoefte aan uw productieproces
- Aanschaf nieuwe of vervanging bestaande koelinstallaties
- Subsidiemogelijkheden & Energiebesparing
- Begeleiding & controle bij uitvoering



GO Consulting
Postbus 925
7400 AX Deventer (NL)
T +31 (0)6 832 349 02
E info@goconsulting.nl
I www.goconsulting.nl



‘Als klanten beter begrijpen waarom bepaalde ingrediënten gebruikt worden, schieten ze niet zo snel in een kramp bij het horen van een E-nummer’

gelanceerd. Daarin zijn alle eisen gebundeld: geen declarabele allergenen, smaakversterkers, fosfaten en een minimale hoeveelheid zout. Jan den Heijer, directeur Fresh Services & Food Industry bij Verstegen Spices & Sauces: “We liepen toen al vooruit op de nieuwe wetgeving. Ook onze huidige producten zijn in dit tijdsbestek per productgroep (marinades, sauzen, kruidenmixen) aan de norm van het Pure label aangepast. In alles staat smaak en kwaliteit voorop. We zullen bijvoorbeeld niet het allergeen mosterd vervangen in een honing-mosterdsaus, omdat dan de smaak in het geding komt.”

DUURZAAMHEID EN MVO

Waar Verstegen nadrukkelijk op inzet is duurzaamheid. “We hebben de aarde te leen van onze kinderen, daar moeten we zuinig op zijn,” vindt Den Heijer. “We halen onze kruiden en specerijen van over de hele wereld en willen dat ook in de toekomst blijven doen. In diverse landen lopen projecten en starten we nieuwe projecten op, om de continuïteit van de productie te waarborgen. Zo hebben we op het eiland Banka in Indonesië bereikt dat de peper 100% biologisch wordt verbouwd.” Den Heijer merkt op dat niet de prijs, maar het verhaal achter het product belangrijk is geworden. Klanten willen weten waar het product vandaan komt. Dat zie je ook terug in de benaming van de producten, bijvoorbeeld Himalayazout.” Maatschappelijk

verantwoord ondernemen (MVO) speelt een belangrijke rol in de bedrijfsvoering van Verstegen, een onderwerp waar ook Dutch Spices erg mee bezig is. Jan den Heijer: “Jaarlijks brengen wij een MVO-jaarverslag uit waarmee we relaties informeren over onze doelen en behaalde resultaten.” Eric Tetteroo merkt ook dat biologische teelt en duurzaamheid blijvertjes zijn. “Dat zie je bijvoorbeeld terug in de vraag naar gecertificeerde soja. Die is heel groot en stijgende. Wij zijn SKAL-gecertificeerd. Daarnaast zijn wij aangesloten bij Stichting Riskplaza, een organisatie die de herkomst van producten controleert op ongeregeligheden. Wanneer je dit noemt naar klanten, zijn zij zichtbaar gerustgesteld.”

ZOUT

Carl Siegert: “Zoutverlaging is een lastig verhaal. Zout betekent smaak. We houden ons aan de Nederlandse wet qua zouttoevoeging. Als je kijkt in Duitsland of Frankrijk, dan zit er veel meer zout in het brood. Nederland wil altijd het braafste jongetje van de klas zijn. Je hebt ook natuurlijke smaakversterkers als tomaat of Parmesan, maar sommige mensen kunnen daar juist niet tegen. Je zou umami (de 5e smaak) kunnen gebruiken, maar ik hou me daar verre van. Je kunt nooit alle risico's uitbannen. Het middel moet niet erger zijn dan de kwaal.” Paul Vos (ECS): “Het is een gezonde en logi-

sche trend om zout in ons voedsel te verlagen. Wij werken tailor-made: als klanten minder zout willen, dan zorgen we daarvoor.” Ook DPS werkt met op maat gemaakte oplossingen. Eric Tetteroo: “Zoutbeleving kan met 60% minder natrium, maar daar zitten twee E-nummers in en is in verhouding met keukenzout veel duurder.” Verderop in dit nummer een reportage over Sniijders Vleeswaren uit Born. Directeur Peter Francken vertelt daarin dat zij de vraag vanuit de markt om zoutverlaging, hebben getackeld door regulier zout te vervangen door het mineraalzout OneGrain.

ONTWIKKELING

“Iedereen doet erg zijn best om de voedingsindustrie beter en schoner te maken,” ziet Erik Tetteroo. “De vraag en de wil zijn er. Er zijn altijd alternatieven te vinden, maar daar kleven soms nadelen aan. Denk aan een hogere prijs, of een extra vermelding op het etiket. Voor vlees zijn heel goede alternatieven te vinden: soja, maar ook eiwitten van sprinkhanen of meelworm. Er zijn suiker- en vetvervangers en we hebben halal en kosjere producten; maar alle wensen werken kostenverhogend.”

De voedingsindustrie en afnemers hebben tijd nodig om zich aan elkaar aan te passen. Wederzijds begrip, bundeling van kennis en samenwerken zijn daarbij de sleutelwoorden.

VAN DER MOOLEN FOODGROUP

De allerlekkerste snacks en maaltijden ontstaan aan de basis!

Met de keuze van de juiste kwaliteit noodles, pasta en rijst legt u een sterke basis voor het succes van uw snacks en maaltijden! Deze basis biedt u alle mogelijkheden om uw eigen recepturen optimaal te profileren en daarmee uw eindproducten te onderscheiden.

Van der Moolen-Foodgroup biedt u hoogwaardige noodles, pasta en rijst die tailor made op uw wensen worden afgestemd. Zo wordt er samen met u de perfecte basis gecreëerd die succes verzekerd!

Ook voorgekoekt leverbaar!

Van der Moolen-Foodgroup
053 431 20 78
info@vdmfoodgroup.nl

www.vdmfoodgroup.nl

PASSIE VOOR TAILOR-MADE NOODLES, PASTA & RIJST!

Verbufa Vorm- en Doseeroplossingen

Uw product in alle vormen die u wenst!
De Verbufa vormmachines zijn de oplossing om diverse producten in een hoog tempo te portioneren: ballen, staafjes, schijven rond, drie of rechthoekig, met de vormmachines van Verbufa kan het allemaal.

Uw product in elke verpakking, tray-sealer en dieptrekker perfect gedoseerd!
De Verbufa Doseermachines zijn de oplossing voor het gewichtsnauwkeurig doseren van Spreadables als filet americain, salades, pesto, taartvulling en maaltijden.

VERBUFA

YOUR SOLUTION
www.verbufa.nl

OPLOSSING WERELDWIJD NUTRITIONEEL EIWITTEKORT

RONALD VISSCHERS OVER: DE VOEDING VAN DE TOEKOMST

Duurzaamheidsvraagstukken, kritische consumenten en dynamische markten vragen om innovaties in de voedingsmiddelenindustrie. Fabrikanten willen sneller en efficiënter nieuwe of verbeterde producten op de markt brengen. Ronald Visschers, Principal Consultant bij TNO, helpt voedingsmiddelenfabrikanten hun producten zodanig te innoveren dat ze voldoen aan de eisen van deze tijd.

WAT ZIJN DE BELANGRIJKSTE 'EISEN VAN DEZE TIJD' IN VOEDING?

"Eigenlijk gaat het om de 'eis van morgen," lacht Ronald. "Wij proberen in te spelen op wat er in de nabije toekomst staat te gebeuren: welke kant bewegen de industrie en de samenleving op? Wat is er mogelijk aan innovaties? TNO ondersteunt partijen die willen innoveren met praktische en fundamentele kennis, technologieën en faciliteiten. Tien jaar geleden streefde de industrie ernaar om producten zo stabiel mogelijk te maken, met een veilige tht. Nu staat juist het vervangen van kleur-, geur- en smaakstoffen en stabilisatoren door 'clean' alternatieven centraal. Daarnaast willen fabrikanten het aantal gezonde componenten in hun producten

verhogen. De vraag naar 'clean label' wordt grotendeels gedreven door de veranderende consumentenvraag."

"Tegelijkertijd speelt de eis van een gezonde productsamenstelling; het herformuleren van voedingsmiddelen," vervolgt Ronald, "Herformuleren is een mogelijkheid om een gezonder voedingspatroon te bereiken, waarbij het de bedoeling is dat specifieke karakteristieken zoals smaak, textuur en houdbaarheid niet substantieel veranderen. Het gaat daarbij vooral om het verlagen van de hoeveelheid zout, suiker en vet, en om behoud en toevoeging van vezels. Hier speelt een gemeenschappelijk belang; de trend wordt sterk gestuurd vanuit de overheid."

DAT LIJKT EEN LASTIGE SPAGAAT: DE WENS OM INGREDIËNTEN TOE TE VOEGEN TEGENOVER DE WENS OM INGREDIËNTEN ERUITTE HALEN. HOE ZIT DAT?

"Ja, daar zit inderdaad een spanningsveld. Maar het valt mee: het zijn allebei bewegingen met de bedoeling het product gezonder te maken: extra vitamines en vezels zijn gunstig voor de consument, het weglaten van kunstmatige geurstoffen en smaakversterkers en het verminderen van suiker, zout en vet, zijn dat ook. Het zijn twee kanten van dezelfde medaille."

TOCH BLIJKT DAT CONSUMENTEN PRODUCTEN WAARIN MINDER ZOUT OF VET ZIT, LINKS LATEN LIGGEN. DAT MAAKT HET VOOR DE >>

'De praktische
vertaalslag naar
een concreet
product; dat blijft
een uitdaging'

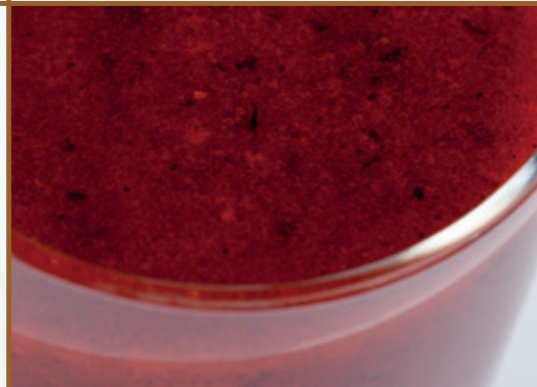




Partners for great taste

Dutch Spices:
het eerste bedrijf in
Europa voor aller-
geenvrije smaak-
oplossingen.

- ✓ Dutch Spices vermarkt smaakvolle kruiden, specerijen, droge blends, marinades, (kook-)sauzen en totaaloplossingen in diverse toepassingsgebieden zoals vlees, vleesvervangers, aardappelen, zuivel en de bakkerij.
- ✓ Benieuwd naar de smaakvolle marinades en (kook-)sauzen? Neem contact met ons op over het assortiment of vraag naar de mogelijkheden voor een proefsessie.



Dutch Spices streeft ernaar om voeding voor iedereen te maken, ook voor mensen met een voedselovergevoeligheid. Daarom worden de 14 allergenen vanuit de wetgeving én 10 extra allergenen vanuit de leda-lijst niet verwerkt in het assortiment, niet via receptuur en niet via kruisbesmetting, conform de VITAL 2.0 norm. 24 allergenen vanuit de leda-lijst: gluten, schaal- en schelpdieren, ei, vis, pinda's, soja, melk, noten, selderij, mosterd, sesam, sulfiet, lupine, weekdieren, lactose, glutamaat, cacao, koriander, maïs, peulvruchten, rundvlees, varkensvlees, kippenvlees en wortel.



‘Waardevolle ingrediënten uit algen halen en goed vermarkten, is niet eenvoudig’

FABRIKANT WEL LASTIG OM AAN DE EISEN VAN DE OVERHEID TE VOLDOEN. HOE ZIE JIJ DAT?

“We proberen belemmeringen voor voedingsmiddeleninnovaties bij de industrie weg te nemen door inzicht te verschaffen in de impact van herformuleren op de consumentenacceptatie. Het bedrijfsleven heeft daar een sterke behoefte aan. Hoe vermarkt je geherformuleerde voedingsmiddelen? Wanneer worden ze door de consument geaccepteerd? In het Clusterproject Meervoudig Herformuleren* wordt dat onderzocht. Smaak speelt bij de acceptatie een belangrijke rol, maar de belangrijke trends lopen door elkaar; ook aspecten als gezondheid, prijs en duurzaam worden in het onderzoek meegenomen. Dit deel van het onderzoek doen we in samenwerking met DLO-FBR”

WAAR LIGT DE GROOTSTE UITDAGING IN ONDERZOEK OP DIT MOMENT?

“De sterk toenemende vraag naar eiwit gaat in de toekomst zorgen voor een wereldwijd nutritioneel eiwittekort, dat staat vast. Daar is echt werk aan de winkel. Ook duurzaamheid is een thema dat wereldwijd hoog op de agenda staat. Door het toepassen van nieuwe productie- en modificatietechnologieën helpt TNO mee aan de ontwikkeling van ingrediënten die groener, schoner en gezonder zijn dan de in de markt beschikbare ingrediënten. Ik vind het leuk om te kunnen bijdragen aan die zoektocht.”

WAAR LIGT OP DIT MOMENT JOUW FOCUS?

“We zijn nu vooral op zoek naar eiwitten die gewonnen worden uit bronnen die niet eer-

der zijn ingezet. We onderzoeken nu Rubisco, oftewel ribulose-1,5-bifosfaat carboxylase oxygenase. Dit is een enzym in fotosynthese. Het bindt CO₂, zodat het kan worden omgezet in suiker. We onderzoeken niet alleen hoe we dit enzym efficiënt uit algen en groene bladeren kunnen winnen, maar ook hoe we het naar een hoogwaardig kwalitatief niveau kunnen brengen. Rubisco is zeer geschikt voor humane consumptie omdat het alle essentiële aminozuren bevat die het menselijk lichaam nodig heeft. Het heeft veel meer potentie dan bijvoorbeeld soja-eiwitten: die zijn door de natuur zelf super gestabiliseerd en intrinsiek bijna niet oplosbaar. Het is daardoor heel lastig voor de industrie om ze op andere manieren toe te passen; je zit dan bij wijze van spreken tegen honderden miljoenen jaar evolutie in te werken. Rubisco heeft dat minpunt niet. In samenwerking met de provincies Drenthe en Groningen, ProLeaf en Cosun, hebben we gewerkt aan een project om rubisco uit suikerbietbladeren te halen. De voorlopige resultaten zijn veelbelovend. Ook doen we onderzoek naar algen waaruit rubisco gewonnen kan worden. Algen bestaan uit waardevolle ingrediënten, hebben een zeer hoge groeisnelheid en kunnen op onvruchtbare grond geteeld worden. Daarom worden algen gezien als hét landbouwgewas van de toekomst. Waardevolle ingrediënten uit algen halen en goed vermarkten, is niet eenvoudig. We kiezen nu voor een heel andere aanpak.”

WAAR ZIT DAN HET KNELPUNT? EN HOE PAKKEN JULLIE DIT AAN?*

“Het lastige is, dat als je eenmaal een ‘nieuw’ eiwit hebt gevonden, je nog geen keten hebt om het toe te passen. De uitdaging van nu is om de betrokken keten in een vroeg stadium al bij elkaar te brengen; er moeten wetenschappers, producenten én afnemers betrokken zijn bij het onderzoek en de ontwikkeling. GAIA is een samenwerkingsverband van algenproducenten en eindgebruikers. Er wordt gezamenlijk hard gewerkt om de toepassing van algeningrediën- >>



ten haalbaar te maken; vorig jaar is de mobiele algenraffinagefabriek VALORIE (Versatile ALgae On-site Raw Ingredient Extractor) geopend en in bedrijf genomen. Daar werken we aan toepassingen in zowel food als non-food. Denk bij die laatste aan verven op waterbasis, ook daarin zijn stabilisatoren nodig. Als je kijkt naar wat de prijzen zijn per kilo verf: dat haal je in voeding bij lange na niet! Vreemd eigenlijk toch? Maar dat terzijde. Wij willen samen kijken hoe we zoveel mogelijk ingrediënten uit algen kunnen winnen en al die vezels, kleurstoffen enzovoort goed kunnen verwaarden in de keten. Dankzij

het consortium hebben we daarvoor nu een mooi businessmodel. Dat is ook een trend in de branche: weg van het gesloten ketensysteem. We moeten veel meer samenwerken.”

WAAR GAAT HET NAARTOE MET DE VOEDING EN INGREDIËNTEN VAN ÓVERMORGEN?

Alles loopt steeds meer door elkaar: sustainability en veilig, lekker en gezondheid, techniek en ambacht. Voeding speciaal voor ouderen gaat absoluut meer aandacht krijgen. Hier komen functionaliteit en kwaliteit duidelijk bij elkaar. Er spelen vragen als Welke fysieke

©ISTOCK/ANTONAS

veranderingen vinden er plaats bij het ouder worden? Hoe vertalen deze veranderingen zich in voedselkeuzes? Wat hebben ouderen nodig aan nutriënten om gezond te blijven? TNO werkt bijvoorbeeld ook aan een 3D-printer waarmee gepureerd voedsel aantrekkelijker kan worden gemaakt voor patiënten met kauw- en slikproblemen (zie ook Voedingsindustrie juni 2014, red.). Ouderen met kauw- en slikproblemen krijgen nu vaak een soort milkshake of gepureerd voedsel. Dat staat ze tegen, waardoor ze nog minder eten en zelfs ondervoed raken. Gepureerde broccoli in de vorm van broccoliroosjes zou daar verandering in kunnen brengen, omdat dit het plezier in eten terugbrengt. Ook moet het mogelijk worden dat de printers gepersonaliseerde maaltijden maken: met naar behoefte extra calcium, bepaalde vitamines, calorieën, noem maar op.

De ontwikkelingen gaan snel, de mogelijkheden om een dieet op ingrediëntniveau te personaliseren zijn eindeloos. Er zijn al polsbandjes die precies bijhouden hoe actief je bent, en er zijn App's die aangeven welke voedingsmiddelen of ingrediënten je op basis daarvan nodig hebt.”

WAAR LIGT JOUW PASSIE?

“Bij het beter begrijpen hoe voedsel in elkaar zit. Ik ben een wetenschapper en wil eigenlijk het liefst alles, tot in de kleinste details, snappen. Maar op een bepaald moment moet je dat analyseren, en nóg verder de diepte in willen, loslaten. Dan moet ik tegen mezelf zeggen: ‘Oké, ik weet genoeg. Nu is het zaak om het grotere geheel te zien en een praktische vertaalslag te maken, naar een concreet product. Dat blijft een uitdaging.’”

 www.tno.nl

* HET CLUSTERPROJECT MULTIPLE HERFORMULERING IS EEN PROJECT DAT VALT ONDER DE EL&ICO-REGELING VAN TNO EN WORDT UITGEVOERD DOOR EEN CONSORTIUM VAN EEN AANTAL LEVENSMIDDELEN-/INGREDIËNTENFABRIKANTEN, TNO EN WAGENINGEN UR.

‘Weg van het gesloten ketensysteem; we moeten veel meer samenwerken’

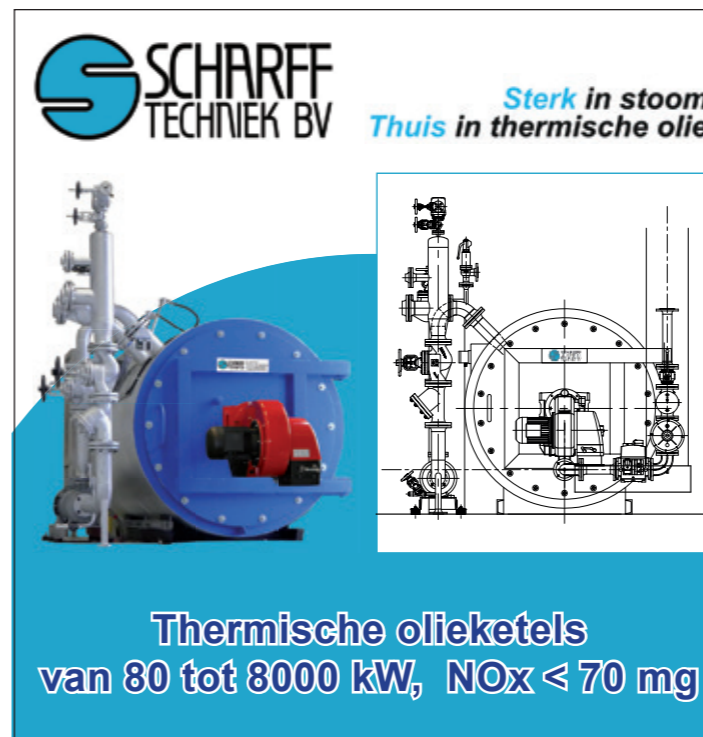


Bespaar energie

Tijdig onderhoud voorkomt onnodig energieverbruik, minimaliseert uitval en verlengt de levensduur van uw koelsysteem. Wij helpen.

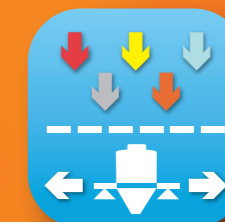
Specialisten in koeling

Pool Koudetechniek & Klimaatbeheersing B.V.
Pasmaatweg 21
7556 PH Hengelo (Ov)
(074) 250 11 44
www.pool-koudetechniek.nl



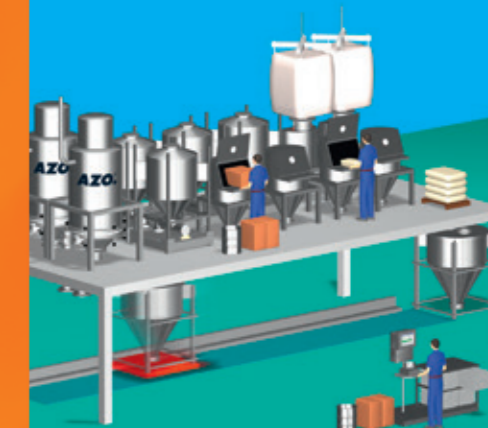
Thermische olieketels van 80 tot 8000 kW, NOx < 70 mg

Meer informatie? Kijk op www.thermischeolieketels.nl
bel vrijblijvend 030 2410972



Toevoeging van kleincomponenten

Automatisch traceerbaar



AZO® Automatiseren van kleincomponenten:

- betrouwbaar
- nauwkeurig

AZO. The No. 1 in mixer feeding

Right to the Point **AZO.®**
www.azo.be



Raad de Mystery Guest en win een vrijkaart. Onder de goede inzendingen worden 5 vrijkaarten verlost.

RETAIL MEETS FOODINDUSTRY

OP 19 MEI BRENGT B2B EVENTS EEN UNIEK PROGRAMMA WAARIN DE DIALOOG TUSSEN RETAIL EN FOODINDUSTRY WORDT AANGESLINGERD. MET DRIE INSPIRERENDE SPREKERS EN EEN WERVELEND DEBAT. EXCLUSIEF VOOR FOODPRODUCENTEN EN RETAIL!

Organisatie : 

Retail en foodindustry dienen één gemeenschappelijk doel: het verwachtingspatroon van de shopper-consument beantwoorden. Dat verwachtingspatroon is enorm, het eisenpakket groot. Samenwerken lijkt dan ook de slimste strategie om die vraag zo optimaal mogelijk te beantwoorden. Toch lijkt het of beide partijen in plaats daarvan vaker in een strijd verwickeld zijn. Dat moet anders kunnen!

Samen aan de verwachting van de consument tegemoetkomen én economisch gezond blijven; hoe doe je dat? Hoe krijg je jouw product op het schap en verdien je er ook nog aan? Hoe zorg je samen voor meer kwaliteit in de schappen?

CARROUSEL-DEBAT

Juist omdat we verwachten dat er een grote eensgezindheid zal zijn binnen de partijen, kiezen we voor het dynamische 'carrousel-debat'. Bij het carrouseldebat worden de deelnemers aan het debat opgedeeld in groepen die de verschillende rollen in het debat vertegenwoordigen: voorstanders, tegenstanders en rechters. Bij elke stelling wordt de carrousel gedraaid, zodat iedereen een andere rol krijgt. Dit dwingt je te verplaatsen in een andere mening, waardoor je meer begrip krijgt voor de ander. Tijdens het debat is er vanuit de zaal volop gelegenheid mee te stemmen op onze stellingen.

Programma

Dagvoorzitter: Gerrit Grievink - Algemeen directeur Focusplaza BV

- 13.30 uur** ontvangst
- 14.00 uur** Jan-Willem Grievink – Directeur FoodService Instituut
- 14.45 uur** Leon Schoofs – (oud-Commercieel directeur Unilever)
- 15.30 uur** pauze
- 16.00 uur** **Mystery Guest**
- 17.00 uur** Carrousel-debat onder leiding van Leon Schoofs (2 strategisch inkopers, 2 retailers, 2 foodproducenten)
- 18.00 uur** Diner met volop netwerkgelegenheid

ACTUELE INFORMATIE EN INSCHRIJVEN :
www.retailmeetsfoodindustry.nl
Leden van OSV-YFM-FSIN: € 100,- korting
Lezers van vakblad Voedingsindustrie: € 50,- korting

REGULIER ZOUT VERVANGEN DOOR MINERAALZOUT

TRADITIONEEL BEREID EN TÓCH GEZONDER

Snijders Vleeswaren uit Born houdt graag vast aan hun traditionele bereidingswijze. Tegelijkertijd vraagt de markt om gezondere producten met minder zout en vet. “Dat is geen gemakkelijke opgave”, aldus de directeur. “Toch hebben we de afgelopen jaren grote stappen gezet.”

We bezoeken Snijders Vleeswaren in de dagen voor carnaval. Een grote Limburgse supermarktketen heeft de cervelaatworst in de aanbieding. En dus zetten de medewerkers alle zeilen bij om een hogere productie te realiseren.

COMPUTERGESTUURD

Directeur Peter Francken laat zien dat de droge worst nog altijd op traditionele wijze geproduceerd wordt. Het rauwe vlees gaat in een cutter en de kruiden worden toegevoegd. Vervolgens

wordt het vlees gedroogd en gerookt. “We produceren op grote schaal. Dus veel handelingen zijn computergestuurd. De cutter geeft bijvoorbeeld precies aan op welk moment de kruiden toegevoegd moeten worden en hoeveel. Maar de bereiding is nog altijd op aloude wijze. We roken bijvoorbeeld met echte rook van beukenhout. Daar doen we geen concessies aan.”

ZOUTVERLAGING

Gezondheid is voor Snijders Vleeswaren een belangrijk thema. Het bedrijf is al jaren bezig met vet- en zoutverlaging. “We hebben de eerste stappen gezet, omdat we graag het ‘Ik kies bewust’-logo wilden voeren. Tegenwoordig stellen vrijwel alle retailers een gezondere samenstelling als eis.” Peter vertelt dat vooral zoutver-

LEKKER UIT LIMBURG

Lekker uit Limburg is een merk van VLL: Vers Logistiek Limburg BV. VLL is een samenwerkingsverband van Keulen Vleeswaren uit Nuth en Snijders Vleeswaren uit Born.

Onder de naam Lekker uit Limburg presenteren ze een gezamenlijk assortiment dat bestaat uit een selectie van ambachtelijke vleeswaren en specialiteiten. Door zijn heel eigen uitstraling is Lekker uit Limburg inmiddels uitgegroeid tot een herkenbaar en gewaardeerd kwaliteitsmerk in de schappen van vooraanstaande supermarkten in heel Nederland.



Directeur Peter Francken



‘Tegenwoordig stellen vrijwel alle retailers een gezondere samenstelling als eis’

laging geen eenvoudige opgave is. “Zout is dé smaakmaker in droge worst. Een klein beetje minder zout zorgt direct voor smaakverlies. Het publiek proeft het verschil. Bovendien zorgt zout voor de houdbaarheid.” Snijders zette een grote stap door regulier zout te vervangen door het mineraalzout OneGrain. Maar het bedrijf wilde meer. En daarom werd er ook gesleuteld aan de processtappen. “Je kunt worst bijvoorbeeld meer roken, waardoor hij langer houdbaar is”, legt Peter uit. “Maar wat betekent dat voor de smaak? Welke aanpassingen in het recept zijn er mogelijk? En welke invloed heeft het mengen? Het is de truc om met al die waardes te spelen en veel uit te proberen. Zo kom je uiteindelijk tot lekkere producten met een aanzienlijk lager zout- en nitrietgehalte.”

VETVERLAGING

Ook vetverlaging is een belangrijk thema. Peter vindt dat een minder grote uitdaging. Vet heeft namelijk geen invloed op de houdbaarheid. Het zorgt er vooral voor dat producten lekker zijn en

niet duur. Ook voor de vetverlaging heeft Peter aanpassingen gedaan in het proces, waardoor consumenten het verschil niet proeven. “Maar het belangrijkste is dat we kwaliteitsvlees inkopen”, vertelt hij. “We werken met Limburgse varkenshouders die ‘Milieukeur’ of ‘Beter Leven’ gecertificeerd zijn. De varkens zijn dus groot gebracht met diervriendelijke aspecten, zoals meer ruimte en natuurlijk licht in de stal en speeltjes voor de biggen. Ook gebruiken de boeren geen preventieve antibiotica. Daardoor smaakt het vlees beter en heb je minder vet nodig.”

LANGE HOUDBAARHEID


Peter vertelt dat het bedrijf de komende jaren opnieuw voor uitdagingen staat. “De ontwikkelingen gaan door en wij willen voorop blijven lopen.” Zo wil Peter het zoutpercentage nog verder verlagen. En hij ziet andere trends. Op dit moment verkoopt hij een deel van de worsten in plastic folie. “Veel klanten willen de worsten liever zonder folie in de winkel presenteren. Tegelijkertijd



willen consumenten een lange houdbaarheid. Dus we zoeken naar een goede middenweg.”

NATUURLIJKE GRONDSTOFFEN

Daarnaast ziet Peter een toenemende vraag naar pure, natuurlijke grondstoffen. “We hebben het altijd belangrijk gevonden om pure kruiden te gebruiken. Chemische hulpstoffen passen niet bij ons bedrijf. Dus we gebruiken zo weinig mogelijk E-nummers en zijn continu op zoek naar natuurlijke alternatieven. Consumenten gaan dat steeds meer waarderen.” Ook merkt Peter dat retailers Milieukeur en Beter Leven steeds belangrijker vinden. “Dat past goed bij onze filosofie”, zegt Peter. “Dus in de toekomst kunnen we aan die toenemende vraag voldoen.”

 www.lekkeruitlimburg.nl

‘ALL NATURAL’ IN HET LICHT VAN DUURZAME VOEDSELPRODUCTIE

FERMENTATIE, PROCES- EN PRODUCTTECHNOLOGIEËN



Een consumententrend die grote invloed heeft op de voedingsindustrie is ‘all natural’; een trend die nauw aansluit bij de wereldwijd gevoelde noodzaak voor het verduurzamen van de voedselproductie. Welke technologische mogelijkheden zijn er om invulling te geven aan deze trend?

De tendens om grondstoffen voor voedselproductie steeds verder te raffineren is verleden tijd. Door de sterke consumentenvraag naar natuurlijker en minder bewerkt voedsel, is deze tendens omgeslagen naar ‘minimal processing’: juist zo min mogelijk bewerken: zowel in de productie van ingrediënten als van eindproducten.

VALORISEREN

De focus ligt bij het gebruiken van zo min mogelijk bijproducten. Een belangrijke technologie hierin is het minimaliseren van het productieproces zonder verlies van essentiële producteigenschap-

pen. Het geheim ligt in het valoriseren van de totale waarde van de grondstof boven haar losse bestanddelen. Enerzijds wordt er veel onderzoek gedaan naar de nutritionele eigenschappen van voeding; anderzijds wordt er gekeken naar de functionele eigenschappen van de grondstof. Een mooi voorbeeld hiervan zijn eiwitten. Bij de maximale verwaarding van de grondstof wordt niet geoptimaliseerd naar zuiverheid, maar naar eigenschappen, zoals het vormen van schuim, texturen en emulsies. Dit onderzoek is essentieel voor de verduurzaming van onder andere vleesvervangers, ijs en een variëteit aan melkproducten.

OPTIMALISEREN

Een ander aspect van minimal processing is het optimaliseren van bederfwerende technologieën zoals verhittingsprocessen. Een voorbeeld hiervan is de introductie van Lang-lekker-melk, als tegenhangenhangen van gesteriliseerde melk: langhoudbare melk zonder kooksmak. Ook hoge drukpasteurisatie wordt toegepast om producten houdbaar te maken, maar toch een vers karakter te laten behouden.

DUURZAME VOEDSELBRONNEN

Om aan de toenemende vraag naar voedsel te kunnen voldoen, is het ontwikkelen van duurzame

PILOT PLANT

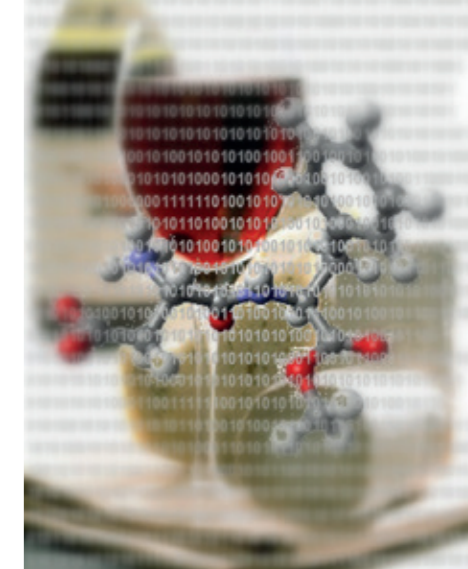
Een belangrijke drijfveer voor innovaties is ‘All Natural’. Voedsel verduurzamen is dan ook een onderwerp waaraan NIZO food research voortdurend aandacht besteedt. Het onderzoek focust op de primaire productie, de logistiek en het productieproces. NIZO assisteert haar klanten met het in de markt zetten van innovatieve, duurzame voedselproducten. Een belangrijke rol daarin speelt haar ‘food-grade Pilot Plant’, waar vele producten voor het eerst op industriële schaal geproduceerd worden. Klanten waarderen hun winst in verbeterde kwaliteit, duurzaamheid, lagere kosten en snellere marktintroducties van ingrediënten en producten.

voedselbronnen noodzakelijk. De zoektocht naar nieuwe eiwitbronnen is essentieel om ook in de toekomst de hele wereldbevolking te voorzien van eiwitrijk voedsel. Plantaardige eiwitten, bij voorkeur van lokale gewassen, maar ook insect-eiwitten en eiwitten van andere alternatieve bronnen spelen herin een belangrijke rol.

Het meest voorkomende eiwit ter wereld is Rubisco. Dit eiwit zorgt ervoor dat planten kooldioxide uit de lucht kunnen halen. NIZO food research heeft een proces ontwikkeld voor de winning van dit eiwit in een functionele vorm, maar zonder groene kleur. In het NIZO Processing Centre is op grote schaal materiaal gemaakt om de verrassende eigenschappen van Rubisco te testen in nieuwe voedselapplicaties. Zo hebben ze laten zien dat Rubisco superieure karakteristieken heeft, zoals gelering en schuimvorming, en dat het ook betere nutritionele eigenschappen (aminozuursamenstelling) heeft dan veelgebruikte planteneiwitten.

FERMENTATIE

Een kortere ingrediëntenlijst draagt bij tot een groter consumentenvertrouwen. Het blijkt in veel gevallen grote uitdaging om alle additieven te vervangen door natuurlijke grondstoffen, met behoud van kwaliteit. Een technologie die op dit gebied veel mogelijkheden biedt is fermentatie. Veel mensen kennen fermentatie van yoghurt, bier en wijn. Fermentatie wordt echter ook toegepast voor het maken van augurken, salami en in de productie van chocola. Fermentatie is een natuurlijk proces. Het heeft veel voordelen voor het product, zoals betere conservering, toename van de nutritionele waarde, en daarnaast textuur- en smaakoptimalisatie. Verder wordt fermentatie gebruikt voor het verwerken van zijstromen tot producten die geschikt zijn voor humane consumptie. Fermentatie is een van de kernexpertises van NIZO, dat een van de grootste culture-collecties ter wereld met food-grade melkzuurbacteriën bezit. Middels uitgebreide geautomatiseerde selectiemethoden, modelsystemen en kweek- en productiemogelijkheden worden deze op dagelijkse basis gebruikt worden voor het onderzoek.



IN DE PRAKTIJK

Een mooi voorbeeld van zijstroomvalorisatie is recent onderzoek dat NIZO food research voor MARDI (Malaysian Agricultural Research and Development Institute) heeft uitgevoerd. Hierbij is kokoscake, een zijstroom die normaal wordt weggegooid, gevaloriseerd door middel van fermentatie. Er werden bacteriën geïdentificeerd die in staat zijn om kokoscake in korte tijd te fermenteren tot een verfrissend drankje met hoge vitamineniveaus en een lage kans op bederf. Dit alles zonder toevoeging van conserveermiddelen en/of synthetische vitamines. In het food-grade NIZO Processing Centre werden producten geproduceerd voor consumententesten. Fermentatie is in dit geval een goed voorbeeld van een zeer duurzaam proces: zeer geschikt voor de lokale verwerking van kokoscake, met lokale verkoop en een verrijking van het lokale dieet.


CONCLUSIE

Er is een groot scala aan technologische mogelijkheden om voedsel duurzamer te produceren. De technologieën die een bijdrage kunnen leveren aan deze trend zijn fermentatie, proces- en producttechnologieën. Belangrijke aspecten hierbij zijn receptuuroptimalisatie, bederfmanagement en smaak- en textuuroptimalisatie. NIZO food research is een van de weinige instituten die opereert op het grensvlak van al deze bovenstaande technologieën en levert daarmee op haar eigen manier een belangrijke bijdrage aan de verduurzaming van voedsel in de 21ste eeuw.

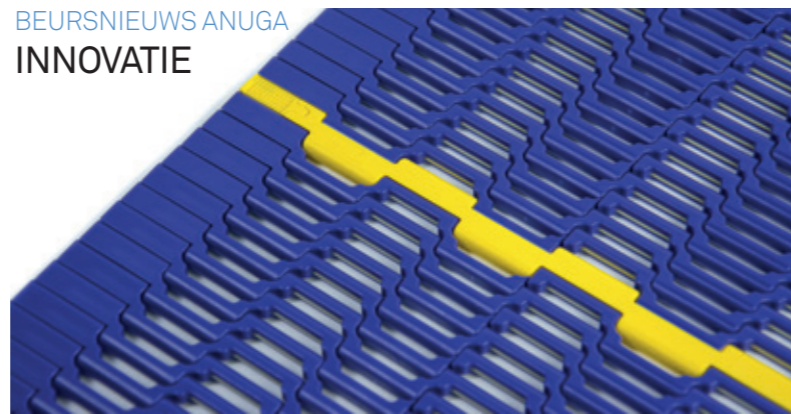
INFORMATIE
ANUGA FOODTEC 2015



Van 24 tot en met 27 maart vindt Anuga FoodTec 2015 plaats in Keulen. Anuga FoodTec is dé toonaangevende driejaarlijkse vakbeurs voor de voedings- en drankenindustrie. Met bijna 1300 exposanten uit 41 landen en 43.000 bezoekers uit 130 landen zal het er gonzen van de trends en innovaties. Ook dit jaar is weer gekozen voor het unieke concept van tien vakbeursen onder één dak. Elke vakbeurs laat u profielgericht en selectief kennismaken met de trends en ontwikkelingen in dat marktsegment.

 www.anugafoodtec.com

BEURSNIEUWS ANUGA
INNOVATIE



De SaniClip is de nieuwe innovatieve ontwikkeling van Habasit voor het snel demonteren en reinigen van kunststof modulaire banden, zonder gebruik te maken van gereedschap. Regelmatig reinigen in hygiënisch-kritische processen is nodig om te voldoen aan de strenge hygiëne regelgeving. De ervaring leert dat het onderhoudspersoneel minimaal 20 minuten kost om een standaard kunststof modulaire band te openen.

Met de SaniClip wordt dit tijdrovende werk drastisch verkort en vereenvoudigd. De SaniClip is beschikbaar voor diverse types van de Habasit-LINK® kunststof modulaire banden range, waaronder de Micropitch types. Habasit presenteert de SaniClip tijdens de Anuga FoodTec in hal 5.1, stand D061.

 www.habasit.com

BEURSNIEUWS ANUGA
ROBOTS

Tijdens Anuga FoodTec kunt u in hal 8.1, stand F089, live het uitgebreide robotgamma ontdekken van Stäubli Robotics: P80 Fast Picker, TS Scara en TX/RX 6-assige robots, zowel standaard als HE-modellen (resistent tegen reinigingsproducten). Stäubli robots bieden unieke oplossingen voor ieders behoeften, of het nu gaat om bakkerijproducten, pasta, snoepgoed, vlees, vis, zuivelproducten of diepvriesvoeding, primaire of secundaire handling, het verwerken of verpakken van verpakte of onverpakte producten, aan hoge snelheid en onder de strengste

hygiënische omstandigheden. Gerald Vogt, General Manager Stäubli Robotics Duitsland: "In samenwerking met producenten richten we ons op het promoten van automatisering in de voedingsindustrie met baanbrekende ontwikkelingen; om zo de veiligheid, efficiëntie en productiviteit te verbeteren." Op de foto: een TP80 robot die snedes maakt in brooddeeg voor het in de oven gaat (onderdeel van een machine die partner Dewilde Engineering recent heeft ontworpen).

 www.staubli.com



VERPAKKEN

EFFICIENCY OVER DE HELE LINIE

Multivac presenteert op Anuga FoodTec (van 24 tot en met 27 maart in Keulen) diverse innovaties: nieuwe machines die opvallen door slim toegepaste intelligente process- en bedieningstechnologieën. Het resultaat: optimale efficiency, zowel bij de kleine vacumeermachines als op een volautomatische high-end verpakkinglijn.



De Multivac stapelaar MPS 302

Highlight in de Multivac-stand (hal 8.1, stand D030/F039) is een turnkey volautomatische high-end verpakkinglijn. De lijn valt op door zijn flexibiliteit, ergonomisch ontwerp en precisie. Marketingmanager Marcel van den Berge licht toe: "De lijn bestaat uit de dieptrekverpakkingmachine type R245. Dankzij geoptimaliseerde werktuigconstructies verbruikt deze aanzienlijk minder verpakkingsmateriaal. Prettig is ook dat het nieuwe werktuigwisselsysteem voor een kortere ombouwtijd zorgt, waardoor de machine een hogere beschikbaarheid heeft. Hij is voorzien van een thermo-transfer printer die direct op de bovenfolie print. Op de uitloop van de lijn zijn twee bovenbaan etiketteerders gemonteerd." De verpakkingen op de lijn worden inline gezet door een MBS100 bandsysteem, op gewicht gecontroleerd door een MR822 checkweger en gestapeld door een stapelaar MPS 302. Alles uit eigen huis.

VACUÛMVERPAKKING

In de stand zien we ook de dieptrekverpakkingmachine R105 MF. Marcel: "MF staat voor MultiFresh: vacuumskin verpakken. De R105 is een zeer compacte machine op instapniveau. Bij het MultiFresh concept hoort ook onze eigen MultiFresh folie; een combinatie die garant staat voor een optimaal verpakkingresultaat." Opvallend is de T300, een automatische traysealer voor middelgrote capaciteiten. De op de Anuga getoonde uitvoering kan trays verwerken tot 140 mm diep (standaard is 110 mm). De T300 is voorzien van een thermo direct printer die direct op de sluitfolie print.

NIEUW

Een andere innovatieve machine is de T600, die zowel MAP- (modified atmosphere) als vacuumskinverpakkingen kan maken. De uitloop van

de T600 wordt gekoppeld aan een transportband etiketteerder type Baseline L301 en een metaaldetector. Nieuw in de baseline serie is vacumeermachine Baseline P600. Deze dubbelkamer vacumeermachine is onder andere voorzien van uitneembare sealbalken.

KLEIN EN FLEXIBEL

De kleinste uit de serie band-vacumeermachines is de Band-vacumeermachine B210. "Een flexibele machine die aan de wensen van de klant kan worden aangepast," vertelt Marcel. Verder worden er diverse 'marking & inspection' producten getoond, waaronder een Multivac X-ray en diverse transportband etiketteerders.

 www.multivac.com



tempcube
 Plug-and-play datalogger registreert online temperatuur en luchtvochtigheid. Inclusief motion-detection en RTLS. Draadloos systeem, configureert zichzelf en werkt 24/7. Simpel. Snel. Betrouwbaar.

- Meer dan 15.000 metingen ✓
- 60 maanden cloud opslag ✓
- 1 batterij: levensduur 10 jaar ✓
- Robuust en waterdicht ✓
- Op ware grootte afgebeeld ✓

gullimex INSTRUMENTS

gullimex.com

www.industrial-auctions.com Industrial Auctions

12 maart: Online veiling machines voor de voedings- & metaalindustrie (vanwege reorganisatie) Hajek Maschinenbau GmbH in Bregenz (Oostenrijk)



HAJEK
The power of output

31 maart: Online veiling vul- & sluittechniek voor de voedings- & drankindustrie in Horst (NL) in opdracht van Lensen Trading Company BV



LENSEN TRADING COMPANY BV
MEMBER OF THE FOOD BUSINESS GROUP FOR ANIMAL FEEDS

Aankomende veilingen

29 april: Online veiling machines & inventaris Vion Convenience GmbH in Wunstorf (DE)



**U CREËERT
 SUCCESVOLLE
 RECEPTEN.
 BIJ ONS GROEIT HET.**

Als het om het kleuren van voeding gaat, kiezen steeds meer technologen en ontwikkelaars voor een verstandig alternatief. **EXBERRY®** Kleurende Levensmiddelen zijn gemaakt van eetbaar fruit en groente, zonder kunstmatige toevoegingen of organische oplosmiddelen. Voor duurzame, toekomstbestendige resultaten. Met onze kennis gebaseerd op 30 jaar ervaring kunnen wij u helpen in alle stappen van uw ontwikkelingsproces van gekleurd snoepgoed en suikerwaren. Voor meer informatie over de nieuwste ontwikkelingen ga naar gnt-group.com

EXBERRY® GROWING COLOURS **GNT**

BEURSAGENDA 2015

ANUGA FOODTEC
 24 t/m 27 maart
 Koelnmesse, Keulen
www.anugafoodtec.com

EMPACK
 15 t/m 16 april
 Brabanthallen, 's-Hertogenbosch
www.easyFairs.com/EMPACK-NL

SEAFOOD EXPO GLOBAL/ SEAFOOD PROCESSING GLOBAL
 21 t/m 23 april
 Brussels Exhibition & Conference Centre
www.seafoodexpo.com

RETAIL MEETS FOODINDUSTRY
 19 mei
 Van der Valk, Duiven
www.retailmeetsfoodindustry.nl

MFC-EVENT
 20 en 21 mei
 EvenTron, Rosmalen
www.mfc-event.nl

SLAVAKTO
 21 t/m 23 september
 Jaarbeurs, Utrecht
www.slavakto.nl

meer beurzen op:
www.wegwijzerfood.nl

**INGREDIËNTEN
 TESTMETHODEN TEGEN FRAUDE
 MET KOMIJN**

Met de recente terugroepingen in Groot-Brittannië van gemalen komijn door de FSA (Food Standards Agency) vanwege het aantreffen van ongeëtiketteerd pinda-eiwit, staat voedsel fraude weer hoog op de agenda. Om merken van producen-

ten en leveranciers te beschermen, en met name consumenten met notenallergie, is het testen van producten en ingrediënten van groot belang. Neogens AOAC-gevalideerde Veratox® ELISA test voor Pinda Allergien is gevalideerd voor de detectie en kwantificering van pinda residu in komijn in ongeveer 30 minuten, ideaal voor zowel laboratoria als grote producenten van voedingsmiddelen. Daarnaast biedt Neogen de Alert® ELISA voor Pinda, een simpelere versie van de Veratox test voor kwalitatieve resultaten met een grenswaarde van 5 ppm (parts per million). Beide testmethoden zijn ook beschikbaar voor de detectie van amandelen.



www.neogeneurope.com/CuminResponse/

**INNOVATIE
 KEUREN MET SMARTGLASSES**

Een student Creative Technology van Universiteit Twente heeft in opdracht van Tradle de toepassingsmogelijkheden van smartwatches en smartglases in het keurproces van groenten en fruit onderzocht. Het resultaat is in beeld gebracht in een filmpje (<http://youtu.be/gkABDrhq4ko>). Tradle Fresh Quality Management maakt registreren, monitoren en analyseren van kwaliteit vanaf teelt tot schap mogelijk. Tradle streeft ernaar om met inzet van nieuwe technologie kwaliteitsmanagement in de versketen verder te optimaliseren.

www.tradle.nl

**SAMENWERKING
 BUNDELING VAN
 KRACHTEN**

Vila Etiketten en Etiket Nederland worden samengevoegd en vormen daarmee een top 3 speler in de markt van zelfklevende etiketten. De combinatie van Vila Etiketten en Etiket Nederland past in de strategie van schaalvergroting en productverbreding die vorig jaar is ingezet door Etiket Nederland. De directies van beide ondernemingen worden gezamenlijk verantwoordelijk voor de ontstane groep.

www.etiketnederland.nl

**GRONDSTOFFEN
 VAN SUIKER NAAR
 PLASTIC**

Onderzoekers van de Rijksuniversiteit Groningen hebben ontdekt dat een suikerderivaat in een biochemisch proces omgezet kan worden tot de grondstof voor de polyester PEF – een groen alternatief voor bijvoorbeeld de PET-fles. Promovendus Willem Dijkman en andere Groningse biochemici hebben een enzym gevonden dat 3 stappen van die omzetting voor zijn rekening kan nemen. Met dit onderzoek kunnen industriële partners het proces van suiker naar plastic verder uitwerken.

bron: Rijksuniversiteit Groningen



GROEN IS POEN!

De IVG-C CoolWater technologie van Pathema BV is een totaaloplossing om proces en koelwater volledig vrij van chemicaliën te beheersen en te recycleren. De innovatie combineert alle technieken die nodig zijn om een koeltoren of verdampingscondensator op watergebied duurzaam te exploiteren.

Een 'plug & play' systeem dat:

- 100% chemievrij is
- Kalk en corrosie voorkomt
- Water bespaard
- Energie bespaard
- Spuiwater recyclebaar maakt
- Lozing op oppervlaktewater
- Veilig en eenvoudig is
- ROI 2 tot 3 jaar heeft



www.pathema.nl

BUITEN SPEL

"If you always do what you've always done, you'll always get what you've always got."

Zo klinkt een populaire quote die al tientallen jaren het internet over gaat. Klinkt logisch toch? Toch lijkt dit voor een groot deel van de producenten in de industrie en retail helemaal niet zo logisch. Want er wordt nog erg vaak gehandeld naar achterhaalde denkwijzen.

Doen zoals we het altijd al doen. Je ziet regelmatig dat bedrijven zich te laat (of helemaal niet) realiseren dat ze een afslag gemist hebben, met soms grote consequenties. (kijk maar naar V&D en Blokker) Het grijpen van nieuwe kansen klinkt dus vrijblijvender dan het is.

Dit is ook goed zichtbaar in de voedingsindustrie. Veel producenten leunen nog steeds op verouderde principes gebaseerd op chemie en intensieve verhitting ten behoeve van houdbaarheidsverlenging.

We stoppen dus nog steeds onze producten vol met kunstmatige additieven zoals conserveermiddelen en koken het nog steeds kapot om het langer op het schap te houden. Terwijl nieuwe meer natuurlijke alternatieven al beschikbaar zijn.

De wereld is altijd in beweging, ook de markt, en daarmee ook de vraag. Wie de veranderende vraag negeert en zijn aanbod hier niet bij aan laat sluiten verliest business.

Ik heb geen glazen bol maar ik durf wel te voorspellen dat de beweging naar natuurlijker voedsel allang geen hype of trend meer is, en de komende jaren door gaat zetten.

Producenten die in de komende jaren niet vol gaan inzetten op deze meer natuurlijke ingrediënten en processen zetten zichzelf op de lange termijn buiten spel.

Dennis Favier is professioneel Food Designer en Creative Director bij innovatiebedrijf TOP bv, vertaalt technologische innovaties naar interessante toepassingen.





TRAJECT VAN DE LANGE ADEM


We eten te zoet, te zout en te vet. De consument zou daar graag de voedingsmiddelenindustrie de schuld van geven, maar helemaal eerlijk is dat niet. Zoet, zout en vet zijn de smaakmakers van een product. Logisch dat bij de productontwikkeling deze ingrediënten decennialang een belangrijke plaats innamen. De consument werd op haar wenken bediend, was zich ook niet bewust van de nadelige gezondheidseffecten. Inmiddels weten we beter.

Recepturen van moesten worden aangepast en het begrip herformuleren was geboren. Maar de uiteindelijke smaaksensatie hangt nauw samen met andere organoleptische waarnemingen (geur, structuur en mondgevoel). Verander je één aspect, dan beïnvloedt dat automatisch de andere. Dus hoe ontwikkel je een product dat minder zout, zoet of vet bevat, en toch net zo lekker smaakt als het origineel?

Kunstmatige zoetstoffen zijn in veel gevallen een goed alternatief voor suiker gebleken. Het gebruik van plantaardige oliën heeft geresulteerd in margarines die minder verzadigd vet en meer onverzadigde vetten bevatten. Door technologische verbeteringen van het hardingsproces ligt het gehalte transvetten tegenwoordig ver onder de norm.

Het minderen van zout is lastiger. Zoutvervangers waarbij het Na-ion vervangen wordt door ionen van bijvoorbeeld kalium, calcium of ammonium beïnvloeden de smaak zodanig dat die direct door de consument wordt opgemerkt. Met brood zijn goede resultaten geboekt door het zout inhomogeen te verdelen in het brood. Het lagere zoutpercentage wordt dan door de consument veel minder negatief beoordeeld.

Om de ingewikkeldheid van de problematiek te illustreren, een voorbeeld van een klassieke smaaktest onder bierdrinkers. Bij respondenten werd steeds als ze nieuw glas bier bestelden het biertje dat iets zoeter gemaakt. Het werd zonder problemen gedronken. Op de vraag of het anders smaakte, werd ontkennend geantwoord. De volgende dag kregen dezelfde respondenten direct het meest zoete bier te proeven dat ze de dag ervoor nog normaal en lekker hadden gevonden. Nu werd het gelijk uitgespuugd met een vies gezicht. Het is dus helemaal niet zo gek om recepturen langzaam te veranderen. Zijn de stapjes klein genoeg, dan went de consument er blijkbaar aan. Dit is echter een traject van de lange adem. Of de industrie daar geen tijd voor heeft?

 www.voedingswaardetabel.nl

PIONIEREN MET PLANTAARDIGE EIWITTEN

Er is een duidelijke tendens: meer consumenten dan zo'n twintig jaar geleden zijn bereid het stukje vlees te vervangen voor een plantaardig eiwitproduct. Wereldwijd wordt er dan ook volop onderzoek gedaan naar de mogelijkheden van allerlei plantaardige eiwitten. Dat levert steeds meer mooie producten op.



©ISTOCKFOTOKRISTIC

Voor de industrie en de eiwitproductontwikkelaars is duurzaamheid een belangrijke reden om alternatieven te zoeken voor dierlijke producten. Alternatieven zoeken is hard nodig, aldus alarmerende rapportages van de FAO, om de zogenaamde 'Protein Gap' te overwinnen: het toekomstige eiwittekort voor humane en dierlijke voeding. Maar een product alleen het predicaat 'duurzaam' en/of 'bereid met plantaardige eiwitten', geven is niet voldoende om de kritische consument over de streep te trekken. Smaak en mondgevoel van de nieuwe producten moeten goed zijn.

PLANTAARDIGE EIWITBRONNEN OP EEN RIJ

Soja eiwit: soja is de grootste pijler van de plantaardige eiwitproducten. Met veelzijdige functionaliteiten zijn soja-eiwitten toepasbaar in diverse getextureerde producten, van snacks, plantaardig kipvlees tot de bekende sojaburger.

Erwteneiwit: Erwteneiwitten zijn sterk in opkomst. De vraag overstijgt de productiecapaciteit. Naast smaak en textureerbaarheid zijn de erwteneiwitten ook voedingskundig interessant als vleesvervanger.

Rijsteiwit: Rijsteiwit is vrij nieuw (lancering in VS 2009), het wordt gewonnen uit bruine rijst. Er wordt een gepatenteerd enzymatisch extractieproces gebruikt om de rijsteiwitten te ontsluiten. De toepassingen liggen meer in: dranken, bakkerijproducten en sportvoeding.

Gluten: Al vele jaren worden vitale tarwegluten geproduceerd, bijvoorbeeld voor toepassing

in de bakkerijsector. De laatste jaren is er wat terughoudendheid door de aandacht voor de coeliakie-problematiek rond gluten en een voorkeur voor glutenvrij. Toch heeft gluten interessante functionaliteiten (elastisch, stevige textuur) voor de verbetering van textuur/structuur.

Algen: Op diverse plaatsen in VS en Europa wordt onderzoek gedaan naar de productie van algen en algeneiwit. Algeneiwit heeft, net als vlees, een goede voedingswaarde als het gaat om de eiwitsamenstelling. Er nog een 'bonus', want sommige algen bevatten nog luteïne en zeaxanthine; stoffen die macula degeneratie (een oogandoening waarbij schade ontstaat aan de zogenaamde 'gele vlek') kunnen tegengaan.

Zonnebloem- en raapzaad: We kennen zonnebloem en raapzaad vooral van de olie. Het bijproduct, de koek, van de plantaardige oliewinning, bevat nog veel eiwit. Het is goed mogelijk deze eiwitten te extraheren en zuiveren. In Canada gebeurt dit al met raapzaadeiwit.

Hennep, alfalfa en Faba bonen: Op faba boneneiwit lopen er diverse onderzoeken. Men ziet deze vooral als vervanger voor soja in geherformuleerde producten. Hennepewit zit nog in pioniersfase, maar er zijn al diverse producten mee gemaakt waaronder koekjes en muffins.

VLEESVERVANGERS

Innovatieve bedrijven die met plantaardige eiwitten producten maken die bijna niet meer



©ISTOCK/PHOTOSALAVERRIA

te onderscheiden zijn van producten op basis van vlees zijn in opkomst. Prof. Fu-hung Hsieh (University of Missouri) heeft bijvoorbeeld vele jaren gewerkt aan de optimalisatie van een extrusieproces om zogenaamde 'chicken strips' van soja te maken. Uiteindelijk is het hem en zijn studenten gelukt een product te maken dat nauwelijks van kippenvlees te onderscheiden valt. Het bedrijf Beyond Meat heeft een licentie gekocht en vermarkt nu met succes de producten. Ze hanteren een ruime definitie van vlees: 'Is spiervlees niet gewoon het re-organiseren van de eiwitketens die het dier binnenkrijgt uit hoofdzakelijk plantaardige bron? Als we nou in plaats van een levend dier, een extruder gebruiken voor de re-structurering van plantaardige eiwitten? Dan komen we via deze technologie toch ook tot vlees? Daarom noemen wij het: 't Vlees Voorbij.'

TECHNOLOGIEËN

Extrusietechnologie staat centraal bij het verkrijgen van getextureerde producten. Maar ook andere technieken, zoals de shear cell (WUR), of geroerd agglomereren, stellen een technoloog in staat diverse texturen te maken met plantaardige eiwitten. Nog niet alle in dit artikel genoemde eiwitten zijn in voldoende mate in productie, maar een stelling onder veel technologen is: "ongeacht de plantaardige eiwitbron: indien de juiste procescondities worden aangewend, is een eiwit tot elke wenselijke structuur en textuur te brengen". Uiteraard is er nog veel onderzoek nodig om de juiste combinatie van plantaardig eiwit en procesconditie te vinden om de optimale textuur te verkrijgen.

ACCEPTATIE

Het enthousiasme onder de nieuwe generatie plantaardige eiwitpioniers is groot. Zo is men bezig met het ontwikkelen van een plantaardige burger die nog sappiger is. Sommigen zien het zelfs gebeuren dat er een echte plantaardige biefstuk op de markt komt, met de juiste kleuring, die bij snijden zelfs een beetje bloedsap afgeeft. Maar uiteindelijk bepaalt de consument het succes en de levensvatbaarheid van dergelijke innovaties.

 clyde.don@foodphysica.com

BRONNEN:

M.E. KUHN, A NEW CROP OF PLANT PROTEIN PIONEERS, FOOD TECHNOLOGY 12 (DEC), 2014
FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS (FAO) ROME, ITALY

Donderdag 2 april 2015, Congrescentrum 1931 in Den Bosch

Food Event: Samen waarmaken

Integriteit loopt als een rode draad door de ontwikkelingen die gaande zijn in de voedingsmiddelen-industrie. Het (nog beter) borgen van de voedselkwaliteit en -veiligheid staat hoog op de agenda. Door incidenten en fraude is het vertrouwen in de moderne voedselproductie in het geding. Maar ook de productsamenstelling ligt voortdurend onder vuur, ondanks de initiatieven die lopen. En er zijn toenemende eisen als het gaat om integer handelen, duurzaamheid, grondstoffen en de wijze van produceren. Al met al geen eenvoudige opgave voor de foodindustrie om antwoorden te vinden op de grote vraagstukken en de problemen van alledag. Voorwaarde nummer 1 om verder te komen, is de handen ineen slaan binnen zowel de foodindustrie als de gehele keten. Samen waarmaken, dus!

- Ruim aanbod van actuele onderwerpen tijdens de parallelsessies
- Volop interactie: proefsessies, debatten en workshops
- Netwerken met collega's
- Kennisaanbod op de informatiemarkt

Food Event 2015 zoekt in op de uitdagingen die er voor de foodindustrie liggen. Uitdagingen op het gebied van voedselveiligheid, gezondheid, duurzaamheid en een robuust systeem dat economisch tegen een stootje kan.



HIGHLIGHTS PROGRAMMA

- Inspecteur-generaal Harry Paul belicht wat het veranderde beleid en werkwijze van de NVWA betekenen voor foodbedrijven
- Hoor de toekomstvisie en het beleid in de komende jaren van de BRC t.a.v. fraude
- Jumbo Supermarkten, Chocoladeproducent Baronie en andere ketenpartners vertellen hun ervaringen met een chain of custody
- Pitches alternatieve eiwitten: de on(mogelijkheden) van alg, quinoa, insecten, eendenkroos en meer
- Luister naar QA-managers over hoe zij hun vak kwaliteitsmanagement invullen
- TNO, Wageningen UR en Albert Heijn vertellen de meest recente resultaten van project 'Meervoudig formuleren'

Prijzen Deze bijeenkomst bijwonen?

Voedingsindustrie-abonnee € 495

Niet-abonnee € 595

Eenvoudig inschrijven kan op 3 manieren:

1. Website: www.vmt.nl/foodevent
2. E-mail: congressen@mybusinessmedia.nl
3. Telefoon: (010) 289 40 08

Ga voor het actuele programma en inschrijven naar www.vmt.nl/foodevent

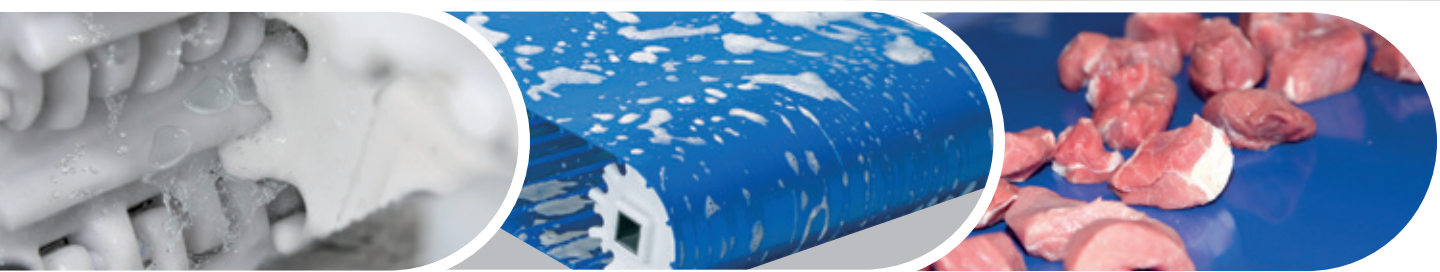


vmt



Habasit - uw eerste keuze voor transportbanden

Weefselbanden, kunststof modulaire banden, positief aangedreven banden en Cleaning-in-Place systemen - Habasit is dé full-range leverancier voor de vleesverwerkende industrie.



Profiteer ook van de hoogwaardige kwaliteit van de wereldmarktleider.

En realiseer:

- Verlaging van de operationele kosten
- Optimale hygiëne condities
- Besparing op het water- en energieverbruik

Habasit Netherlands B.V.
Tel.: +31 (0) 33 247 2030
Web: www.habasit.nl

