



INGREDIËNTEN EN GRONDSTOFFEN

- ATZE JAN VAN DER GOOT
- BEURSNIEUWS: IFFA
- PRODUCTVERBETERING
- SKINVERPAKKING
- HELP: EEN E-NUMMER!



FOR YOUR NEXT CAREER MOVE IN FOOD

Van de hoofdredacteur

KraftHeinz PROCESSTECHNOLOOG

GROEIFUNCTIE IN ÉÉN VAN KRAFT HEINZ' BELANGRIJKSTE FABRIEKEN IN EUROPA

ELST (GLD.)

The Kraft Heinz Company is één van de grootste voedingsmiddelen-concerns ter wereld. In Nederland heeft zij met top A-merken als Honig, De Ruijter, Karvan Cévitam, Roosvicee, Wyko en Heinz zelf, een leidende marktpositie. Het succes wordt bepaald door een ambitieuze en professionele instelling, binnen een informele cultuur gericht op samenwerken met alle schakels van de business. Met ruimte voor originaliteit, ondernemerschap en bevoegdheden op basis van verantwoordelijkheid. Eén van de strategieën is continue innovatie, waarbij de consument aangenaam verrast wordt. Dit betekent een continue verbetering en investering in kwaliteit, productbeleving en recepturen. Voor de fabriek Sauzen zoeken wij een gedreven Procestechnoloog, verantwoordelijk voor het optimaliseren en verbeteren van nieuwe en bestaande productieprocessen en implementeren van nieuwe producten en verpakkingsmaterialen in productie.
Consultant: Janneke van der Logt, telefoon 0317-468686 of 06-23637490



DEVELOPMENT MANAGER

INTERNATIONAL CAREER OPPORTUNITY, BASED IN SALATIGA (INDONESIA)

SALATIGA (INDONESIA)

Royal FrieslandCampina wants to become the most professional, successful and attractive dairy enterprise in the world. All 22,000 employees at FrieslandCampina share a single passion: getting more out of milk and aim to help people move forward in life. With their brands – over 30 – FrieslandCampina reaches millions of people in more than 100 countries. FrieslandCampina consists of a number of business groups and operating companies with offices all around the world. FrieslandCampina Kievit is one of the leading global manufacturers of beverage and food ingredients and trusted by the world's best loved brands to provide superior ingredient solutions. For the Kievit development team for the Asian market, we are searching for an international Development Manager. This manager will be managing a local team of 6 people in Salatiga (Indonesia) and working together with the Singapore innovation centre and manufacturing facilities in Salatiga, the Philippines and China.
Consultant: Hans Hilbrands, telephone +31(0)317-468686 or +31(0)6-51025152.



QUALITY MANAGER FOOD

INHOUDELIJKE SPILFUNCTIE BIJ MARKTLEIDER IN RETAIL

ZAANDAM

Ahold is een wereldspeler in retail, hieronder vallen o.a. Albert Heijn, Etos en Gall & Gall. Totaal werken er ruim 100.000 medewerkers in meer dan 850 Albert Heijn winkels in Nederland en België. De afdeling Quality Assurance opereert met ± 20 medewerkers vanuit het hoofdkantoor van Albert Heijn in Zaandam. De afdeling heeft een verantwoordelijkheid op de vakgebieden product veiligheid, maatschappelijke issues, duurzaamheid, voeding & gezondheid en product integriteit. Het complete productassortiment is verdeeld onder 8 Quality Managers. Voor de categorieën aardappelen, groente, fruit, convenience en bloemen en planten zoeken wij een gedreven Quality Manager die verantwoordelijk is voor het borgen van de kwaliteit in de gehele keten van leverancier tot klant. In deze dynamische productgroepen is de nauwe samenwerking met de preferred suppliers van groot belang.
Consultant: Annemarie van den Bos, telefoon 0317-468686 of 06-53310126



TEAMLEIDER PRODUCTIE

GEDREVEN LEIDER MET INZICHT IN PRODUCTIE EN SUPPLY-CHAIN

BENEDEN-LEEUEWEN

H&S Group is één van de grootste logistieke food-dienstverleners van Europa en gespecialiseerd in het vervoeren en produceren van vloeibare levensmiddelen. Daarnaast ontwikkelt H&S logistieke concepten en ondersteunt zij steeds vaker toonaangevende verladers op het gebied van supply chain management. H&S Coldstores is één van 3 werkmaatschappijen en is gevestigd in Beneden-Leeuwen. Deze site produceert fruitconcentraten naar klantspecifieke wens. Het gaat hier om pureren en homogeniseren, blenden, (aseptisch) afvullen en ompakken. Op deze locatie werken in totaal 50 medewerkers. Ter aanvulling van deze autonome, groeiende locatie zijn wij op zoek naar een pragmatische Teamleider Productie die verantwoordelijk is voor het optimaal laten functioneren van het productieteam zodat doelstellingen en KPI's met betrekking tot de productie behaald worden.
Consultant: Michiel Dekkers, telefoon 0317-468686 of 06-86805669



PROCESSTECHNOLOOG

DIE STERKE AFFINITEIT HEEFT MET MICROBIOLOGIE EN FERMENTATIEPROCESSEN

LEEUWARDEN

CSK food enrichment is een internationale, dynamische en succesvolle toeleverancier van zuivel ingrediënten. CSK ontwikkelt en produceert op innovatieve en proactieve wijze zuivelcultures, stremsels en kaascoating voor de internationale zuivelmarkt. Deze ingrediënten worden gebruikt voor de wereldwijde productie van kaas, yoghurt en kwark. In Leeuwarden en Ede heeft zij 2 productielocaties waar in het totaal circa 180 medewerkers werkzaam zijn. CSK is een bedrijf dat zich kenmerkt door de korte lijnen en door intensieve samenwerking met de klant. Ondernemerschap, ontwikkeling van het bedrijf en een persoonlijke benadering zijn belangrijke drijfveren. Voor uitbreiding van het technologie team is CSK op zoek naar een enthousiaste Procestechnoloog die verantwoordelijk is voor het optimaliseren en verbeteren van nieuwe en bestaande productieprocessen, waarbij de focus ligt op hogere output, betere kwaliteit en kostenbesparingen.
Consultant: Janneke van der Logt, telefoon 0317-468686 of 06-23637490

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

HOE ZOUT WIL JE HET HEBBEN?

Eind maart verscheen een rapportage van Rijksoverheid met de resultaten van 'De monitoring van keukenzout in levensmiddelen' die de NVWA in 2015 heeft uitgevoerd (zie ook Rijksoverheid.nl). Het rapport past zó perfect bij het thema van dit nummer, dat ik je graag even meeneem in de resultaten ervan.

De monitoringsresultaten van 2015 laten namelijk zien dat voor de bemonsterde producten de daling in zoutgehalte die tussen 2011 en 2013 gemeten is, zich niet lijkt voort te zetten in 2014 en 2015. In bemonsterde producten in de categorie sauzen en conserven is zelfs een toename van het zoutgehalte geconstateerd. Voor vleeswaren is er goed nieuws: op basis van de eindmeting van de sector is het zoutgehalte 20% gedaald.

Minister Schippers geeft wel aan dat de resultaten vertekend kunnen zijn: 'In de monitor van de NVWA worden ook producten gemeten die buiten de scope van het Akkoord Productverbetering vallen, bijvoorbeeld producten van buitenlandse origine. De uitkomst van deze monitor onderschrijft dat ketenbrede afspraken resultaat opleveren, zoals voor brood en kaas. Deze monitor toont ook aan dat het essentieel is dat ook geïmporteerde producten verbeterd worden. Dat onderstreept het belang van een gezamenlijke aanpak van productverbetering in de EU.'

Ketenbreed, samenwerken en 'een gezamenlijke aanpak' zijn gevleugelde woorden als het om productverbetering gaat. Nederland zette onlangs Food Product Improvement hoog op de Europese agenda. De uitkomst van de EU-conferentie in Den Haag was een 'Roadmap for Action'. Het doel: stapsgewijs, door publiek-private samenwerking, de hoeveelheid zout, verzadigd vet en suikers in het productaanbod te verlagen, zodat de gezonde keuze makkelijker wordt. In dit nummer is de branche zelf aan het woord. En er zijn ook andere wegen die naar Rome (lees gezonder) leiden, weet prof.dr. Atze Jan van de Goot.

Europa... in maart waren alle ogen geschokt gericht op Brussel. Het metrostation ligt op een steenworp afstand van het Europees Parlement. Waar op diezelfde dag in de parlementscommissie

gestemd werd over een resolutie over het etiketteren van herkomstlanden bij melk en 'licht bewerkte vleeswaren' (hoewel niemand nog weet wat 'licht' hier precies inhoudt, weet ik uit welingelichte kringen). De resolutie is aangenomen (44 tegen 18), maar de verhouding kan later bij de plenaire stemming nog anders uitvallen.

Wat vermeld je wel, en wat niet op het etiket? Hoe transparant over je ingrediënten moet je zijn als branche? Het blijft voer voor discussie en (ongezouten) meningen.

Judith Witte

judith@b2bcommunications.nl

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



Inhoud

THEMA: INGREDIËNTEN EN GRONDSTOFFEN



DIGITAAL

BIGDATA IN FOOD

De digitale transformatie biedt volop kansen voor de foodsector. Maar alleen als je de bits en bytes laat spreken; anders blijft het 1-0 voor Het Grote Onbekende. Wallbrink Crossmedia en b2b Communications springen hierop in en ontsluiten voor de voedingsindustrie Big Data in food.

EN VERDER...

OSV/YFM netwerken in food	6
Beursnieuws IFFA	20
Berichten en productnieuws	22
Column Dennis Favier	25
Kleurende levensmiddelen	28
Skinverpakking: lamsvlees	30
100% Nederlands rundvlees	32
Help mij: een E-nummer!	37

INTERVIEW

DUURZAME EIWITSTRUCTURERING

"Minder geraffineerde ingrediënten maken levensmiddelen duurzamer," stelt prof. dr. Atze Jan de Goot. "Er zijn wel honderden ingrediënten in deze grondstoffen aanwezig waarvan nu geen gebruik wordt gemaakt, terwijl hun complexere structuur heel bruikbaar is." Dat kan anders.



TRENDS EN ONTWIKKELINGEN PRODUCTVERBETERING

Het eten van producten met weinig zout, verzadigd vet en suiker is beter voor de gezondheid. In de 'Roadmap for Action on food product improvement' wordt een zoutreductie van 30% nagestreefd. Waarom gebeurt dit dan nog niet op grote schaal? We vroegen het aan de branche.

BEDRIJFSREPORTAGE 'VERNIEUWING IS EEN CONTINU PROCES'

Bij familiebedrijf Ruitenberg Ingredients in Twello komen concept, ingrediënten en processen samen. Deze drie pijlers vormen de basis voor de succesvolle ontwikkeling van kwalitatief hoogstaande producten.



Hygiëne begint in de kleedruimte

VOOR ALLE KLEDING DE CORRECTE UITGIFTE

- Diverse kleurcombinaties mogelijk
- Onzichtbare scharnieren in gesloten toestand
- Stijlvol design en hoogwaardige kwaliteit
- 1 miljoen sluitingen zonder smering
- Constructies zijn mechanisch getest op sterkte
- Sluitingen zijn getest op dynamische bewegingen
- Tekenset voor u ook in 3-D beschikbaar
- KUPAN als het echt mooi moet zijn
- KUPAN als het echt goed moet zijn
- KUPAN als u waarde hecht aan een goede organisatie

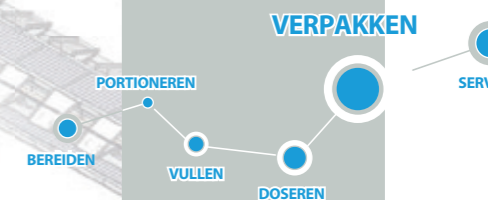
Kijk op www.kupan.nl, vraag naar onze brochures of neem contact op voor een voorstel op maat.



WWW.SHOP.KUPAN.COM Kupan BV Postbus 47 - 7050 AA Varsseveld
T +31 (0)315 76 00 60 E info@kupan.com I www.kupan.com



Verpak het met Sismatec!



SISMATEC

process & packaging solutions

Twentepoort Oost 8
7609 RG Almelo
The Netherlands
T +31 (0)546 87 41 11
F +31 (0)546 86 45 46
info@simatec.nl
www.simatec.nl



Vakblad voor de voedingssector: VOEDINGSINDUSTRIE. Voedingsindustrie verschijnt acht maal per jaar en informeert met wetenschap, trends en ontwikkelingen en (product)nieuws het management van foodproducenten gespecialiseerd in vlees en wild, kip en gevogelte, vis, agf, convenience, catering en delicatessen. Meer info: www.vakbladvoedingsindustrie.nl. Oplage: 3000 Vakblad VOEDINGSINDUSTRIE is een officieel orgaan van de Ondernemers Sociëteit Voedingsindustrie (OSV) en Young Food Management (YFM). Voorpaginafoto: Hutten Traditional Beef. Aan dit nummer werkten mee: Dennis Favier, Marianne Kootstra, Bianca Roemaat, Inga van Uchelen, Theo Verkleij Vormgeving: After Five BV, Varsseveld 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, Arnhemsestraatweg 17, 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. 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 redacteuren 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.



www.OSVnetwerk.com



www.YFMnetwerk.com



'VOEDSELVEILIGHEID ANNO 2025'

Kupan organiseerde samen met OSV op dinsdag 8 maart het minicongres 'Voedselveiligheid anno 2025'. Wat hebben de afgelopen 10 jaar ons gebracht, waar staan we nu en wat kunnen we de komende 10 jaar verwachten?

Innovaties volgen elkaar in rap tempo op. De eerste smartphone kwam 10 jaar geleden op de markt. Dát was een noviteit! Nu zijn ze heel gewoon; voor de meesten zelfs onmisbaar. Kunnen die apparaten binnen afzienbare tijd overboord? Hebben we in 2025 allemaal een chip in ons oor? De eisen met betrekking tot voedselveiligheid veranderen met dezelfde snelheid. Rechtevenredig daaraan worden de oplossingen alsmaar innovatiever. Hoog tijd voor een update.

'Vandaag de zorg om morgen vóór zijn'; daar ging het om in het inspirerende middagprogramma met Norbert ten Brinke van Kupan bv, Herman Bessels

van Bessels architecten & ingenieurs en Trendwatcher Rob Creemers.

Inspirerend was het! 100 deelnemers van 82 bedrijven lieten zich informeren en verrassen door inhoudelijk zeer goede presentaties. De drie sprekers vulden elkaar volledig aan. Ieder vanuit zijn eigen invalshoek gaven ze samen een helder beeld van wat ons allemaal te wachten staat. Ook de organisatie was perfect, het liep allemaal op

rolletjes. Heel Kupan stond op zijn kop om de gasten goed te verzorgen, het hele team was ingezet. Na afloop stond er een enorm buffet klaar voor de deelnemers. We zijn echt in de watten gelegd. Een minicongres dat voor herhaling vatbaar is!

Bedankt heren.

Meer foto's vind je in het foto-archief: www.foodinbusiness.com/osv/foto-archief

WIJ HETEN VAN HARTE WELKOM:

Hartjes Meat - Maarten Matthijssen - Directeur



WIE GOLFT ER MEE?

Vrijdag 22 april nemen we de OSV- en YFM-ers mee naar Golfbaan Waterland-Amsterdam. We verwachten net als voorgaande jaren weer een mooie zonnige dag. Maak van de gelegenheid gebruik en verwen een goede klant/relatie met een sportief dagje uit. Laat je relaties proeven van de ontspannen en gezellige sfeer binnen de OSV/YFM. Kun je nog niet golfen? Dat is geen excuus om niet mee te gaan! Voor de aspirantgolfers organiseren we een Clinic. Daar worden door een GolfPro alle basisprincipes van het golfen uitgelegd. Je loopt ook een aantal holes, waar prijzen mee zijn te winnen. Voor de 'ervaren' golfspelers wordt er weer flink gestreden op de baan. Maar er wordt vooral veel gelachen, we blijven een gezellig en informele netwerkclub. De dag wordt afgesloten met een borrel en een heerlijk diner.

PROGRAMMA

DATUM: VRIJDAG 22 APRIL A.S.

LOCATIE: GOLFBAAN WATERLAND- BUIKSLOTERMEERDIJK 141 AMSTERDAM

- 11.30 uur Ontvangst voor 18-holers
- 12.30 uur Start afslag 18-holers
- 14.30 uur Ontvangst deelnemers Clinic
- 15.00 uur start Clinic
- 17.00 uur Binnenkomst 1e flight en start borrel
- 18.30 uur Prijsuitreiking tijdens het diner

Aanmelden via: www.foodinbusiness.com/evenementen



BLIK OP DE TOEKOMST

BigData: iedereen heeft het erover en ziet het belang er van in, maar hoe pak je dat aan? Hoe moet je hier mee omgaan? Samenwerken, nog zo'n toverwoord. Het is broodnodig, op vele vlakken. Maar met wie wil je, of durf je, in zee te gaan?

Wij durven zo'n stap te zetten. Wie wij zijn? Vakblad Voedingsindustrie, Wallbrink Crossmedia en Left Loyalty BV. Deze partijen ontsluiten samen de BigData in Food. We maken gebruik van elkaars kennis, kracht en middelen, en versterken elkaar. Left Loyalty implementeert de hardware en software, Wallbrink verzorgt de marketingstrategie van het concept en vakblad Voedingsindustrie is de spreekbuis naar de markt.

Waarom we dat doen? Om onze kennis te delen! Om onze lezers, klanten en relaties te helpen met de eerste stappen op het gebied van BigData. Want je komt geen stap verder door er alleen maar over te praten; je moet het gewoon gaan dóen. Gezien onze roots in food beginnen we met BigDataInFood.com.

Weg met al die verschillende systemen waarmee je probeert te achterhalen wat je klant denkt en doet. Alle beschikbare data in één grote overzichtelijke bak, waar je vervolgens heel eenvoudig de broodnodige gegevens uit kunt filteren. Je hebt meer data tot je beschikking dan je denkt en meer informatie in huis dan je kunt bevatten.

We hebben gekozen voor een eenvoudig instapmodel, waar je al enorm veel mee kunt monitoren. En wil je meer, dan ga je gewoon een stapje hoger. Zo groeien we op ons eigen tempo mee in de wereld van BigData. Blader maar gauw door!

Saskia Stender



DE DIGITALE STRATEGIE BINNEN HANDBEREIK

BIGDATAINFOOD.COM

Big Data, Internet of Things, Smart Industry; de digitale transformatie biedt volop kansen voor de foodsector. Maar alleen als je de bits en bytes laat spreken; anders blijft het 1-0 voor Het Grote Onbekende. Wallbrink Crossmedia en b2b Communications springen hierop in en ontsluiten voor de voedingsindustrie Big Data in food.

De gamechanger die de foodservice-markt op zijn kop gaat zetten is big data, meldde de Rabobank in haar thema-update Cijfers en Trends van februari. Bijna gelijktijdig publiceerde de ABN-AMRO het rapport 'Voedsel wordt bits en bytes'. Talloze trendwatchers spreken over de toegenomen digitalisering en de effecten daarvan op de samenleving. Kortom: de voedingsindustrie kan er niet omheen: ook 'food' wordt steeds meer digitaal gedreven. Saskia Stender: "Veel bedrijven weten wel dat digitalisering hoog op de agenda staat, maar daadwerkelijk inspeelen op de bits en bytes groeit hen boven het hoofd. Daar wilden we wat mee doen."

INVESTEREN

Hoe kan digitalisering nieuwe klantbehoeften blootleggen, loyaliteit verhogen, een persoonlijkere relatie helpen opbouwen, of nieuwe klanten genereren? 'Wil je de enorme hoeveelheden

beschikbare data realtime vastleggen, ontsluiten en interpreteren, dan zul je als foodbedrijf moeten investeren in technieken en toepassingen die dit mogelijk maken', stelt de Rabobank. Het goede nieuws is dat die investering niet heel groot hoeft te zijn. Wallbrink Crossmedia en b2b Communications werken namelijk samen met Left Loyalty BV aan het ontsluiten van Big Data in food. "Grote concerns hebben al miljoenen geïnvesteerd in het ontsluiten van Big Data, zij hebben de hoofdprijs betaald," zegt Saskia. "Wij gaan de portal aanbieden tegen een fractie van de prijs die de huidige aanbieders vragen. Kijk op de site voor informatie over de mogelijkheden."

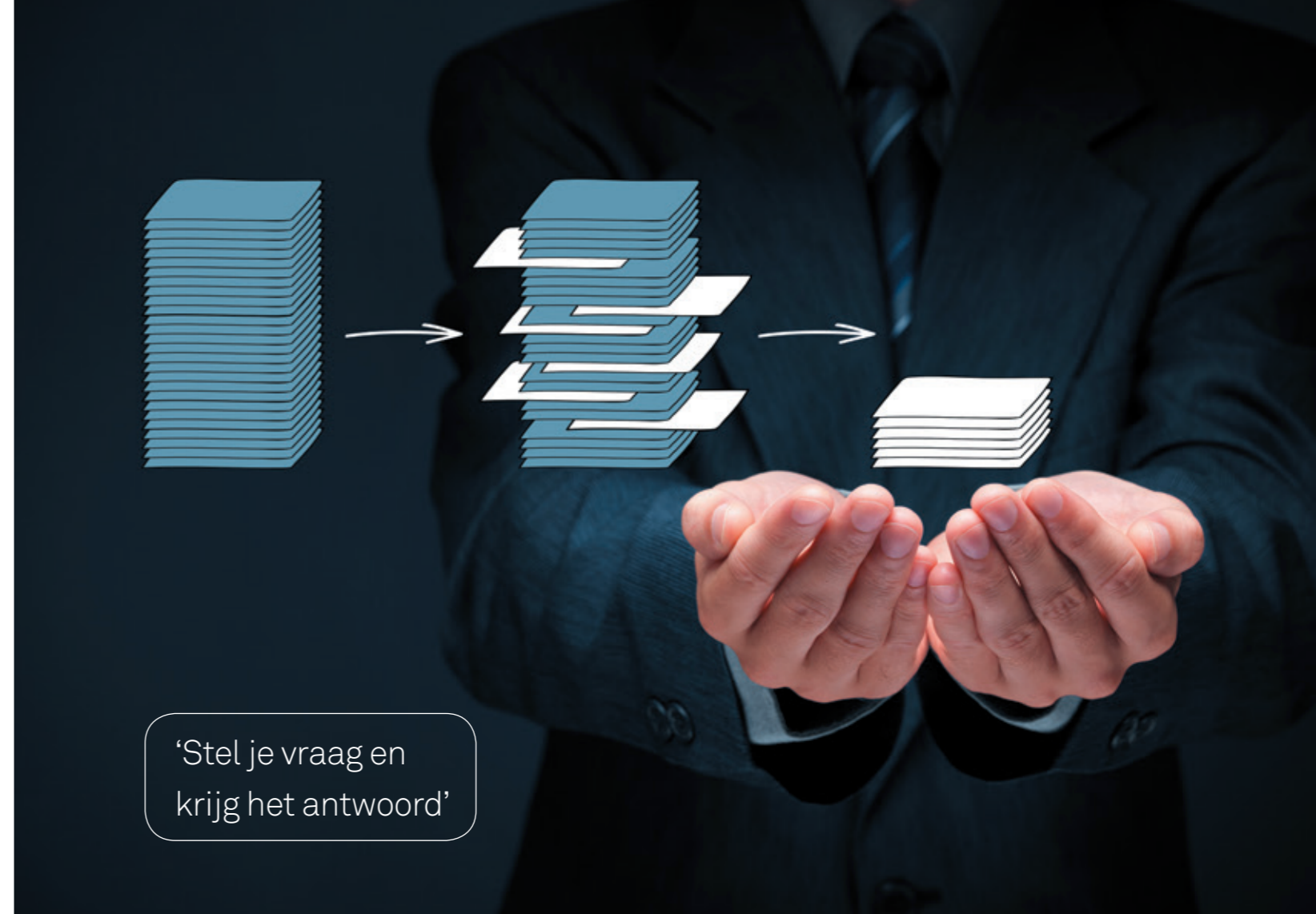
TOEGESPITST OP EIGEN BUSINESS

Alex Schoone van Left Loyalty BV: "Bij de meeste bedrijven wordt, onzichtbaar voor het blote oog, digitaal een schat aan informatie verzameld en opgeslagen; wie de bezoekers zijn van je site bij-

voorbeeld, waar ze op klikken en hoe ze doorklikken. Het levert belangrijke data op, waar nauwelijks wat mee wordt gedaan. Onze software gaat verder dan het geven van alleen een helicopterview; wij hebben de technologische mogelijkheden om nog meer realtime data te verzamelen en te ontsluiten. Dit kan gecombineerd worden met ERP of CRM. Denk aan verkoop, intentie per product, etcetera. We kunnen er nieuwe, onverwachte correlaties en verbanden mee ontdekken en patronen voorspellen. Ook inzoomen op predictieve modellen en clusters, en intenties kan interessant zijn. Zo kan voorspeld worden wie wanneer wat gaat kopen."

John Wallbrink vult aan: "Iedere onderneming gebruikt LinkedIn, Facebook, Twitter, Google Analytics, de eigen nieuwsbrieven. Wij koppelen de dashboards van al die systemen en andere, publiek beschikbare data, aan elkaar. We kunnen zelfs het eigen CRM koppelen. Vanuit één dashboard kun je vervolgens op www.BigDataInFood.com al je data beheren, analyseren en monitoren. Op basis van analyses kun je daarna doelgericht je campagnes inrichten, je producten door ontwikkelen of een efficiency-slag maken. Op de portal kun je vragen stellen, toegespitst op je eigen business. Zo haal je vrij eenvoudig de data boven water waar het om draait."

'Een goed doordachte en uitgevoerde digitale strategie wordt een doorslaggevende factor voor succes'



'Stel je vraag en krijg het antwoord'

SUCCESSFACTOR

Saskia: "Op basis van de voorspellingen en analyses die uit de BigDataInFood rollen, zijn bedrij-

WEGWIJS IN DE WERELD VAN BIG DATA

Zie jij door de bits en bytes het bos niet meer? Wil je weten wat het ontsluiten van Big Data concreet voor jouw bedrijf kan betekenen? Wij organiseren dit jaar een aantal workshops, speciaal voor bedrijven in de voedingsindustrie.

Interesse? Meld je vast aan en we houden je op de hoogte!

www.BigDataInFood.com

ven beter in staat om de toekomstige vraag in te schatten, klanttevredenheid te verhogen, het productieproces efficiënter in te richten, verspilling tegen te gaan; de mogelijkheden zijn legio. Het is maatwerk. De verwachting is dat een goed doordachte en uitgevoerde digitale strategie een doorslaggevende factor voor succes zal worden. Met BigDataInFood.com gaan we de voedingssector daarin ondersteunen."

TRANSPARANTIE

Voedselveiligheid is een meer dan bekende term in de branche. Maar hoe zit het met de digitale veiligheid? Net als bij voedselveiligheid is transparantie hierin essentieel: wees eerlijk en open over welke gegevens je waarvoor gebruikt, en zeer zorgvuldig met persoonsgebonden data. Als

het voor de klant financieel voordeel oplevert, willen ze graag meewerken, zo blijkt uit onderzoek. "Wat je met de voorspellingen en analyses doet, blijft natuurlijk mensenwerk," zegt Saskia nuchter. "Je neemt zélf de beslissing wanneer en naar wie je actie onderneemt. Het grote verschil is dat je dat nu gefundeerd kan doen, op basis van statische analyses en realtime data."



big data in food

Stel je vraag en krijg het antwoord

DUURZAMER EN GEZONDER:

LEVENSMIDDELEN VAN MINDER GERAFFINEERDE INGREDIENTEN

Om onze dagelijkse voedingsmiddelen te maken, worden granen, soja en aardappelen gescheiden in zo zuiver mogelijke fracties. Inefficiënt en niet erg duurzaam, vindt prof. dr. Atze Jan van der Goot. “Want er zijn wel honderden ingrediënten in deze grondstoffen aanwezig waarvan nu geen gebruik wordt gemaakt, terwijl hun complexere structuur heel bruikbaar is.” Dat kan anders.

‘Het maken van heel zuivere fracties is vaak helemaal niet nodig’

In grote delen van de wereld is voedsel de afgelopen halve eeuw overvloediger, veiliger, gevarieerder en betaalbaarder geworden. Tegelijkertijd verleiden deze levensmiddelen tot een minder gezond eetpatroon, kosten ze veel energie en grondstoffen om te maken en is de impact op het milieu groot. Nu energie schaarser wordt, en zowel de bevolking als de vleesconsumptie stijgen, neemt de vraag naar duurzame alternatieve eiwitbronnen sterk toe. De hamvraag: welke

vernieuwingen zijn noodzakelijk als we in 2050 wereldwijd 9 miljard mensen van voldoende en veilig voedsel willen voorzien?

Onvermijdelijk is dat we eiwitten en andere voedingsstoffen uit algen, insecten en zeewier gaan halen. Maar ook bij de traditionele grondstoffen valt de nodige winst te behalen, zo blijkt uit onderzoek: “Minder geraffineerde ingrediënten maken levensmiddelen duurzamer,” stelt prof. dr.

Atze Jan de Goot, die op 10 maart geïnstalleerd werd als persoonlijk hoogleraar Duurzame Eiwitstructurering.

EERSTE EVEN TERUGKIJKEN; WAT IS ONS VERTREK PUNT?

“De voedingsmiddelenindustrie heeft zich kundig toegelegd op het scheiden van agrarische producten – zoals aardappels, tarwe of sojabonen – in ingrediënten als eiwitten, oliën, vetten, kool- >>

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.

YOUR SOLUTION
www.verbuFA.nl

Hoe houdt u orde op zaken?

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 mogelijkheden voor de organisatie.



de juiste oplossing binnen handbereik!

- Relatiebeheer
- Orders
- Planning
- Inkoop
- Recepturen
- Voorraadbeheer
- Contracten
- Traceability
- Klantportaal
- EDI



GRATIS DEMO, VRAAG NU AAN

Westsingel 98 • 4461 DN GOES • T 088-0222800 • info@4food.nl • www.4food.nl



hydraten en restproducten. De productiewijze en de manier waarop de keten is ingericht, vraagt om voldoende shelf-life van ingrediënten en voedingsproducten. Die langere houdbaarheid wordt bereikt met intensieve sterilisatie, het gebruik van conserveringsmiddelen en door ingrediënten in gedroogde vorm op te slaan. Veel industriële voedingsproducten, zoals soepen, sauzen en emulsie-gebaseerde producten, worden gemaakt van droge en zeer zuivere, geraffineerde ingrediënten. Het voordeel van deze geraffineerde ingrediënten is dat een voor-gedefinieerde chemische compositie en een brede toepasbaarheid hebben.”

WAAROM ZOU DE INDUSTRIE DAN VERANDEREN? PRODUCTEN GEMAAKT OP BASIS VAN ZUIVERE INGREDIËNTEN HEBBEN EEN CON- STANTE KWALITEIT EN ZIJN VEILIG; PRECIES WAT MEN WIL TOCH?

“De keerzijde van dit systeem is dat een grote impact heeft op het milieu. Het kost veel energie, vooral door de enorme mate van dehydrateren. De huidige processen zijn ontstaan in een tijd dat er een overvloed was aan energie en grondstoffen. Nu energie en grondstoffen steeds schaarser worden, moeten er andere oplossingen komen. Zo wordt er voor duurzamer dehydrateren al geëxperimenteerd met het gebruik

van warmtepompen; dat kan leiden tot minder energieverbruik in droog-processen. Ook gebruik van zonne-energie blijkt veel potentieel te hebben.”

WAT HEB JE ONTDEKT?

“Dat het maken van heel zuivere fracties vaak helemaal niet nodig is! Ook met mildere scheidingstechnieken, waarbij meer oorspronkelijke stoffen behouden blijven, zijn fracties te verkrijgen waarmee goede levensmiddelen gemaakt kunnen worden. Het leidt niet alleen tot minder energie- en grondstoffenverlies, maar ook tot gezondere producten. De huidige producten

kunnen snel leiden tot overgewicht, maar tegelijkertijd tot is er een kans op ondervoeding (malnutrition) als gevolg van micronutriënttekort. Dat komt omdat met het raffineren heel vaak ook micronutriënten zoals vitaminen en mineralen worden verwijderd. Uit analyses blijkt dat zuiver zetmeel uit aardappelen nog nauwelijks voedingswaarde heeft, terwijl minder zuiver aardappelzetmeel ook nog mineralen, vitamines en vezels bevat die goed zijn voor de gezondheid. Een ander voorbeeld betreft het blad van suikerbieten. De zuiverheid van de eiwitten die met de huidige technieken uit dit loof gewonnen worden is weliswaar 90 procent, maar slechts 6% van het eiwit dat aanwezig is het blad, kan op deze manier gewonnen worden. Het duurzaam produceren van ingrediënten is belangrijk, omdat voor veel levensmiddelenproducten geldt dat de productie van ingrediënten de duurzaamheid van het product grotendeels bepaalt.”

“Er wordt veel onderzoek gedaan naar alternatieve scheidingsmethoden. Een voorbeeld van zo'n proces is 'shear-induced separation' van tawemeel, dat leidt tot de componenten tarwe-eiwitten (gluten) en zetmeel. Hoewel water noodzakelijk blijft voor de scheidingen, geeft dit voorbeeld aan dat slecht weinig water gebruikt hoeft te worden. Het concept is zo'n 10 jaar geleden ontdekt in onze groep. Het is alleen nog niet vertaald naar andere productindustrieën en processen. Dat is nog een uitdaging.”

HET GEBRUIKEN VAN MINDER ZUIVERE FRAC-TIES VRAAGT OM EEN HER-DESIGN VAN DE HELE KETEN: DOOR HET GEBRUIK VAN MINDER GERAFFINEERDE INGREDIËNTEN ZULLEN VELE RECEPTUREN EN PROCESSTAPPEN MOETEN VERANDEREN. DAT BRENGT HOGE KOSTEN MET ZICH MEE. IS HET DAT WAARD?

“We zijn zo naar veiligheid en gestandaardiseerde processen opgeschoven, dat we er een hoge prijs voor betalen in de vorm van verminderde duurzaamheid. Naarmate de zuiverheid van ingrediënten hoger is, zijn er intensievere bewer-

kingen nodig, die veel energie en water kosten. Bovendien worden daardoor de afvalstromen groter, omdat de opbrengst vaak afneemt bij hogere zuiverheid. Hoe zuiverder het eindproduct, hoe meer grondstof er dus voor een kilogram nodig is. Een andere aanpak kan bedrijven dus juist veel opleveren en kosten besparen. Ik realiseer me dat veranderingen stap voor stap in gang gezet zullen moeten worden. Misschien besluiten toeleveranciers van grondstoffen en producenten van eindproducten om intensiever te gaan samenwerken. Of om met hun productie-locaties fysiek dicht bij elkaar te gaan zitten; dan kunnen ze niet alleen duur transport uitsparen, maar ook de energieverlindende stappen van eerst drogen en later weer water toevoegen overslaan.

Grote bedrijven als Cargill en Unilever nemen al stappen in deze richting. Ook zien we dat dit soort bedrijven meer kennisleveranciers worden. Consumenten willen geen E-nummers meer in hun product en vragen meer en meer om lokaal geproduceerde producten; er vallen her en der al schakels uit de keten. Het is naar mijn idee een ontwikkeling die niet te stoppen is.”

BIJ JE INAUGURELE REDE PRESENTEERDE JE HARJES VAN DE VEGETARISCHE SLAGER. WAT IS DE LINK TUSSEN JOU EN DIT BEDRIJF?

“De productie van vlees vraagt veel energie en landoppervlak, omdat de conversie van planteiwit naar dierewit nu eenmaal niet erg efficiënt is. Om dat negatieve effecten van vlees te beperken, wordt er wereldwijd gezocht naar alternatieven voor vlees. Zodra de structuur van de duurzame alternatieven lijkt op die van vlees, zijn consumenten eerder geneigd deze vleesvervangers te kopen. Eind vorig jaar forceerden we met De Vegetarische Slager een doorbraak op dit gebied, met een vleesvervanger op basis van eiwitten uit soja. Opvallend was dat we de beste resultaten verkregen met een sojafractie die niet helemaal gezuiverd wordt. Voor zowel duurzaamheid, gezondheid en technologische functionali-

teit blijkt nu het gebruik van minder gezuiverde fracties uit plantenmateriaal de meest logische optie. Ik vind het een mooie vertaling van de theorie naar de praktijk.”

WAT IS JOU INTERNE DRIJFVEER OM DIT ALLE-MAAL TE ONDERZOEKEN?

“Ik wil op de eerste plaats dat wat ik doe nut heeft. Optimalisatie van de huidige productiewijzen is een belangrijke vooruitgang, maar niet voldoende om straks alle monden in de wereld te voeden. Ik wil erachter komen hoe processen en producten duurzamer en gezonder gemaakt kunnen worden; hoe kunnen we gewassen zo optimaal mogelijk benutten? Waar in de processen kunnen we inefficiëntie voorkomen? Ik onderzoek wat er mogelijk is. In hoeverre die oplossingen economisch haalbaar zijn, houdt me eerlijk gezegd minder bezig; De huidige economische haalbaarheid wordt namelijk bepaald door huidige energie- en grondstofprijzen en de belastingvervuiling. Dat gaat in de toekomst ook zeker veranderen, en daarmee de haalbaarheid van nieuwe technologieën.”

 www.wageningenur.nl

dyson airblade

Handen wassen en drogen bij de wasbak: een nieuwe hygiënische oplossing voor de voedingsindustrie.

Een samenwerking tussen Dyson en producent op het gebied van industriële hygiëne Elpress resulteerde in de ontwikkeling van een hygiënische, volledig geïntegreerde handwas- en droogoplossing. Deze is al geïnstalleerd in enkele van de meest hygiënebewuste werkomgevingen.

De nieuwe EWG-TAP, een compleet geïntegreerde oplossing.

Als leverancier van gespecialiseerd materiaal voor hygiënische ruimtes in de voedingsindustrie stelt Elpress hoge kwaliteitseisen aan hygiëne op de werkvloer. Zij werken al vele jaren samen met Dyson. Met de ontwikkeling van snelle en hygiënische handdroogtechnologie in een kraan heeft Elpress de Dyson Airblade Tap handdroger in hun roestvrijstalen handwasstations geïntegreerd.

Handen worden boven een roestvrijstalen wasbak gewassen en gedroogd. Het is niet nodig om zich naar aparte handdroogvoorzieningen te verplaatsen, dus druppelt er ook geen water meer op de vloer – dit verlaagt het risico op uitglijden en verbetert de veiligheid.



Minder knelpunten. Verhoogde productiviteit.

Wanneer wassen en drogen plaatsvindt in aparte gedeeltes van de hygiëne-ruimte, ontstaan er vaak opstoppingen en knelpunten. Met een geïntegreerde oplossing stroomt het handwas- en droogproces beter en efficiënter door – zo wint men tijd en verhoogt de productiviteit.

Ontworpen voor hygiëne.

De Dyson Airblade Tap handdroger wordt door sensoren geactiveerd, dus handen raken geen besmette oppervlaktes aan. Het gebruikt ook een HEPA-filter die 99,9% van de deeltjes ter grootte van bacteriën opvangt uit de lucht die gebruikt wordt om handen te drogen. Handen worden dus gedroogd met schonere lucht, geen vieze lucht.

HACCP goedgekeurd. Veilig voor de voedingsindustrie.

De Dyson Airblade Tap handdroger is door HACCP International goedgekeurd voor gebruik in omgevingen waar voedsel wordt bereid. Daarom is er ook gekozen voor een samenwerking met Elpress, zij zijn momenteel de enige door HACCP International gecertificeerde producent van hygiënesluizen.

Vertrouwd door bedrijven die om hygiëne geven.

Een groeiend aantal belangrijke producenten in de voedingsindustrie vertrouwen Dyson om een belangrijke rol te spelen in het handhygiëne proces. Kellogg's en de Nederlandse koekjesfabrikant Merba mogen zich hiertoe rekenen. Na het installeren van 10 Dyson Airblade Tap handdrogers in twee wasstations, was de positieve feedback van het personeel aanleiding om de Airblade™ technologie verder uit te breiden in het bedrijf.

“Wij zochten naar een manier om water op de vloer te voorkomen door de papieren handdoeken te vervangen – dus een geïntegreerde was- en droogoplossing bij de wasbak was ideaal.”

Wim Boerman, Directeur, Merba.



Alleen de Dyson Airblade Tap handdroger heeft al deze voordelen:

- Geen water op de vloer.
- Kost minder in gebruik - tot 97% minder dan papieren handdoeken!
- Meest hygiënisch.
- Beter voor het milieu – geen papierafval en tot 71% minder CO₂ dan papieren handdoeken?
- De snelste handdroger boven de wasbak.
- Bespaart ruimte.
- 5 jaar garantie.



Voor meer informatie:
Telefoon: 0485-516969
E-mail: sales@elpress.nl
www.elpress.nl



*Voor berekeningen ga naar www.dyson.nl/calcs In samenwerking met Carbon Trust heeft Dyson een methode ontwikkeld om de impact van elektronische apparatuur en papieren handdoeken op het milieu te meten. De CO₂ berekeningen zijn geproduceerd met de GaBi software van PE International en zijn gebaseerd op een productgebruik van meer dan 5 jaar en gebruiken de VS als representatief land van gebruik. De droogtijden van de producten zijn geëvalueerd met DTM 769.



Het Carbon label is het keurmerk van de Carbon Trust. Het NSF logo is het geregistreerde keurmerk van NSF International. Het HACCP International non-food keurmerk is het geregistreerde keurmerk van HACCP International. HACCP International heeft Dyson producten gecertificeerd op basis van door hen aanbevolen installatie- en gebruiksaanwijzingen. Onder licentie van Dyson.

PRODUCTVERBETERING:

EEN TAAK VOOR DE HELE KETEN

Iedereen weet dat het eten van weinig zout, verzadigd vet en suiker beter is voor de gezondheid. Als consumenten massaal kiezen voor zoutarme alternatieven van bewerkte voedingsmiddelen, kan dat leiden tot 5% minder hartinfarcten en 7% minder beroertes. Waarom gebeurt dit dan nog niet op grote schaal? We vroegen het aan de branche.

De Wereldgezondheidsorganisatie (WHO) waarschuwt al jaren voor de gezondheidsrisico's van het eten van teveel zout, vet en suiker. Sinds 2005 is er een EU- platform opgericht 'for Action on Diet, Physical Activity and Health' en in Nederland is in 2014 een Akkoord Verbetering Productsamenstelling gesloten waarin sectorbrede afspraken zijn gemaakt over het terugdringen van zout, verzadigd vet en suiker in bewerkte voedingsmiddelen. Dit leidde tot enkele verbeteringen, zoals een aanzienlijke verlaging van het zoutgehalte in brood van 21 procent, zo blijkt uit onderzoek van het RIVM uit 2015. Toch zijn nog lang niet alle productcategorieën verbeterd. Kaas blijkt nog maar 11 procent minder zout te zijn dan voorgaande jaren. En de verlaging geldt niet voor iedere kaas. Vleeswaren bedoeld als beleg op brood zijn volgens dit onderzoek nog even zout als in

2011 en 2013. Dat geldt ook voor soepen. Op het gebied van verzadigde vetten zijn geen duidelijke verschillen in de hoeveelheden gevonden ten opzichte van 2011.

HOOG OP DE AGENDA

Ongeveer 80 procent van de dagelijkse zoutinname per persoon komt uit bewerkte voedingsmiddelen. Uit onderzoek van Marieke Hendriksen (RIVM) vorig jaar kwam naar voren dat wanneer het zoutgehalte van alle bewerkte voedingsmiddelen gehalveerd zou worden, dit een vermindering van 30.000 hartinfarcten en meer dan 53.000 beroertes in de komende twintig jaar kan opleveren. Vanuit de urgentie om het productaanbod gezonder te maken, zette Nederland sinds haar aantreden als voorzitter van de EU begin dit jaar productverbetering hoog op de politieke agenda door de introductie >>



‘Een uitdaging: minder zout, suiker en vet zonder concessies te doen aan de smaak’



©ISTOCKCOM/OLEA

van de 'Roadmap for Action on food product improvement'. In de Roadmap wordt een zoutinname van 5 gram per persoon in 2025 nagestreefd, ofwel een zoutreductie van 30%. Daarnaast moeten gezondere keuzes uiterlijk per 2020 beter beschikbaar zijn. 22 EU-lidstaten, Noorwegen en Zwitserland hebben de Roadmap ondertekend, tegelijk met Europese organisaties in de voedingsindustrie als FoodDrinkEurope en Europese gezondheidsorganisaties.

SMAAK

Wat betekenen deze ambities voor de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie? Zijn ze realistisch en haalbaar? Betty Groen, marketingadviseur van Dutch Spices: "Wat betreft zout denk ik dat de ambitie zeker haalbaar is. Over de reductie van verzadigde vetten en suiker zijn in de Roadmap geen duidelijke afspraken gemaakt, dus zijn ze niet meetbaar." Ook Erik Vliek, director Technology & Production van Vaessen-Schoemaker denkt dat een zoutreductie van 30% haalbaar is, evenals Tom van Zeeburg, Business Development Manager bij AkzoNobel en ook Walter Blom, New Business Director bij Barentz Food en Nutrition deelt die mening. Geen vuiltje aan de lucht dus.

Betty Groen: "Dat klinkt inderdaad heel makkelijk: de industrie moet het zout maar verminde-

nen. Dat geldt ook voor het verlagen van zout in voorgekruide producten, zoals aardappelpartjes. Onderzoek van bureau Nielsen wijst uit dat de verkoop van het zoutvolume in de retail nagenoeg gelijk is gebleven. Dit kan betekenen dat er niet meer zout is gekocht om bewerkte producten bij te zouten. Dat is een mooi inzicht."

ALTERNATIEVEN

Erik Vliek (Vaessen-Schoemaker): "Zomaar zout uit producten verwijderen kan de voedselveiligheid in gevaar brengen; het vervangen van vet kan het mondgevoel, de smaak en de structuur van een product veranderen. Vervangende ingrediënten, bijvoorbeeld het gebruik van koolhydraten of suikers in plaats van vet, kan leiden tot een nieuw probleem, zoals verhoging van energie in het eindproduct. Een kleine zoutvermindering is mogelijk zonder dat het wordt opgemerkt, maar daarboven moeten er alternatieven gezocht worden om de smaak te compenseren." Die zijn er voldoende: zout kan worden vervangen door het toevoegen van kruiden als nootmuskaat, paprika, peper of kruidenmixen. Ook voor het verlengen van de houdbaarheid zijn alternatieven, bijvoorbeeld met natuurlijke conserveermiddelen en

BRVAN/AJACKSON/SHUTTERSTOCK.COM



antioxidanten, zoals rozemarijn. Vliek: "Daar hebben we in vis mooie resultaten mee geboekt."

De andere optie is om de verhouding natrium en kalium in keukenzout aan te passen. OneGrain van AkzoNobel en Nu-Tek Salt (gedistribueerd door Barentz) zijn daar goede voorbeelden van. OneGrain bevat 50 procent minder natrium, terwijl de smaak hetzelfde blijft door het toevoegen van een natuurlijk aroma aan de korrel. Het van oorsprong Amerikaanse Nu-Tek Salt is gebaseerd op kaliumchloride, waarbij de bittere smaak middels een gepatenteerd proces is verwijderd. Tom van Zeeburg: "Producenten kunnen in één nacht overstappen naar een aangepast zout, dat zou de horde voor het verlagen van zout in de voedingsindustrie niet hoeven vormen."

COMPLEX

Naast smaak speelt ook het kostenaspect een belangrijke rol in de afweging van zowel producenten als consumenten bij het maken en kopen van minder zoute producten. Walter Blom (Barentz Food en Nutrition): "Zout is het meest goedkope ingrediënt in een product, naast water en lucht. Vervanging door een alternatief kost altijd meer geld. Zonder heldere wetgeving zijn nog niet veel producenten bereid om deze kosten door te berekenen."

Tom van Zeeburg (AkzoNobel) beaamt dit: "Bij retailers leeft het idee dat consumenten niet bereid zouden zijn om een iets hogere prijs te betalen voor hetzelfde product. Wij denken dat dit niet zo is. In het geval van brood gaat het bijvoorbeeld om een bedrag van één cent per brood." Toch ontvangt de industrie regelmatig verzoeken voor het ontwikkelen van minder zoute producten. Erik Vliek: "Ook het aantal verzoeken voor suikerreductie begint te groeien." Dat merkt ook Dutch Spices; dit bedrijf staat voor een extra uitdaging omdat het volledig vrij van allergenen produceert. En ook dan zijn er opties: "De eerste zoetsmaak kan worden opgevangen met een cajunkruid", zegt Betty Groen. Dan zijn er nog de verschillende wensen per land

of werelddeel. Vliek: "De trend in West-Europa is om het zout- en vetgehalte te reduceren. Engeland loopt al jaren vooruit op het gebied van natriumreductie. In Duitsland wordt vastgehouden aan een volle, vette smaak. Het heeft niet veel zin om de Nederlandse producten aan te passen als tegelijkertijd vettere en zoute varianten uit het buitenland worden geïmporteerd."

DEZELFDE NORMEN

De producenten juichen het gelijktrekken van de normen voor productverbetering in alle aangesloten landen dan ook toe. Tom van Zeeburg: "Als afspraken gebaseerd zijn op richtlijnen, zijn producenten nog huiverig om mee te gaan. Wetgeving kan dan een goede oplossing zijn." Walter Blom: "Wetgeving is beter omdat er op dit moment geen 'level playing field' is." Erik Vliek voegt daaraan toe: "Het is van belang dat overall hetzelfde vertrekpunt en dezelfde meetmethoden worden gehanteerd." "Regelgeving dwingt leveranciers, producenten en retailers om als keten samen te werken om het doel te bereiken," aldus Betty Groen.



©ISTOCKCOM/WKIF

BEWUSTWORDING

Uiteraard is in deze discussie ook een rol voor de consument weggelegd, die een product al dan niet in zijn of haar karretje legt. Betty Groen: "Bewustwording en beschikbaarheid zijn belangrijk. Het zou mooi zijn als in ieder geval van de basisproducten twee varianten naast elkaar liggen, de reguliere en een aangepaste versie. Nu is het aanbod nog overwegend regulier."

"Veel consumenten ontbreekt het aan kennis van voedingsmiddelen," zegt Erik Vliek. "Kinderen leren op school opnieuw waar voedsel vandaan komt, omdat zij dat niet meer weten. Zonder de juiste kennis maakt de consument makkelijk verkeerde keuzes en consumeert hij eenzijdig of teveel van bepaalde stoffen, zoals natrium." Om deze reden pleit Tom van Zeeburg voor duidelijke etikettering, waarop de hoeveelheid zout goed te vinden is. Walter Blom besluit: "Naarmate consumenten zich meer bewust zijn van de hoeveelheid zout die ze binnenkrijgen, kunnen zij zelf ook invloed op de markt uitoefenen door te vragen naar minder zoute producten."

VAN 7 TOT EN MET 12 MEI

IFFA 2016: 'MEET THE BEST'



Ontdek tijdens IFFA 2016 innovatieve technologieën, trends en toekomstgerichte oplossingen voor slachterij, verwerking en verpakking van vlees.

Het belooft een prima beurs te worden: Messe Frankfurt verwacht een recordaantal exposanten uit ongeveer 50 landen.

IFFA biedt de vleesindustrie een internationaal podium, waar de belangrijkste trends en oplossingen voor de branche te zien zijn. Sterker: veel innovaties en verbeterde technologieën worden op deze beurs voor het eerst aan het publiek gepresenteerd.

IFFA FORUM

Nieuw op de beurs is het IFFA Forum, in de foyer van Hall 11.1. Van 8 tot 11 mei staat dit forum elke dag in het teken een ander thema. Op zondag ligt de focus op carrièremogelijkheden in de vleessector, op maandag staat 'Voedselveiligheid en traceerbaarheid' centraal, op dinsdag draait alles om 'Automatisering en optimalisatie van rendement' en woensdag om 'Efficiëntie van resources en duurzaamheid'. In de ochtenden wordt het programma gevuld met lezingen van experts, terwijl 's middags praktijkverhalen van exposanten kunnen worden gevolgd. Verder zijn er shows, podiumgesprekken en competities; volop gelegenheid voor

bezoekers om zich te laten informeren, met elkaar in gesprek te gaan en nieuwe contacten te leggen.

DE BEURSVLOER

De steeds sneller veranderende consumententrends, nieuwe recepturen, verpakkingen en materialen; up-to-date blijven en tijdig blijven inspelen op deze ontwikkelingen vraagt veel van de branche. Op de beursvloer (ruim 110.000 m²) treft de bezoeker de meest recente innovaties. Marktleaders presenteren er verbeteringen in het hygiënisch ontwerp van een diversiteit aan machines en installaties, technische oplossingen die nog sneller en flexibeler produceren mogelijk maken, innovaties in controle-apparatuur en inspectie maatregelen, en talloze automatiseringsoplossingen. Ook op het gebied van specerijen en ingrediënten is IFFA een trend-barometer. Kortom; een beurs die je niet mag missen.

www.iffa.com



MAREL

HOGE AUTOMATISERINGSGRAAD

Marel lanceert tijdens IFFA (hal 8.0, stand J96/K90) een groot aantal innovatieve oplossingen voor de primaire en secundaire verwerking van vlees. De systemen voor de verdere verwerking hebben een hoge automatiseringsgraad en bieden oplossingen voor volumeproductie van diverse worst- en convenienceproducten. Daarbij zijn consistente productkarakteristieken, voedselveiligheid en duurzaamheid belangrijke uitgangspunten. Machines die op de IFFA te zien zijn, worden ook van 7 t/m 9 juni gedemonstreerd tijdens het (gratis te bezoeken) event SEE•TRY•LOVE in Boxmeer. Meer informatie en aanmeldingen via Mark.Boom@marel.com.

marel.com/iffa-fp

RBK

GEÏNTEGREERDE BEDRIJFSOPLOSSINGEN

Heeft u (ver)bouw plannen? Wilt u uw productieproces beter stroomlijnen, uw goederenstroom beter beheersen, of IT efficiënt en effectief inzetten? Kom dan tijdens de IFFA voor een oriënterend gesprek naar de RBK Group (hal 9.1 stand B41). Zij zijn al meer

dan 35 jaar actief, en daarmee een ervaren aanspreekpunt voor ondernemers. De kennis op het gebied van logistiek, automatisering, architectuur, koudetechniek, energiebeheer en milieu is volledig gericht op de foodbranche. "De combinatie van deze kennis met de



INTRALOX

DE REVOLUTIE VAN TRAY PACK HANDLING

Intralox (stand 9.0 D77) heeft een revolutionair nieuw systeem ontwikkeld voor het transport van Tray-Pack schaaltes: Active Integrated Motion™ (AIM™). De AIM-technologie is ontwikkeld voor het samenvoegen, sorteren en wisselen van trays met een capaciteit tot 130 trays/min. AIM voorkomt trayschade, behoeft geen manuele correctie en kan de trays snel en gecontroleerd verplaatsen zonder zijgeleidingen en pushers. Onderhoud, productieverlies en veiligheidsproblemen zijn met deze systemen nagenoeg nihil.

www.intralox.com



SUPRASEL EN ONEGRAIN

GEMAKKELIJK EN GEZOND



AkzoNobel (stand 4.1-A40) heeft een breed scala aan zouten voor de vleesindustrie. Suprasel® zout, verrijkt met jodium, helpt het voorkomen van jodiumtekort. Aangevuld met nitriet is het ideaal om de houdbaarheid en de kleurontwikkeling in ham, bacon en verwerkt vlees te bevorderen. Ter bevordering van de gezondheid is er het in natrium verlaagde OneGrain®. Deze één-op-één vervanging is kosteneffectief; één oplossing voor al uw producten, met vergelijkbare smaak en houdbaarheid, en geen veranderingen in de verwerking of apparatuur. Een gemakkelijke manier om te voldoen aan wettelijke natrium-richtlijnen.

www.onegrain.com / www.suprasel.com

mogelijkheden van onze geïntegreerde bedrijfsoplossingen, heeft ook voor veel bedrijven toegevoegde waarde," aldus RBK.

www.rbk.nl

REINIGING EN DESINFECTIE TOELATING CTGB VOOR NOCOLYSE FOOD

In maart heeft Sijpelt Desinfectoren 'Nocolyse Food' op de Nederlandse markt gebracht. Eind december 2015 gaf het College voor de toelating van gewasbeschermingsmiddelen en biociden (Ctgb) de Nocolyse Food-vloeistof de officiële toelating voor gebruik in de voedingsindustrie via toekenning van het N-nummer 15012N.

Het Nocospray-concept is een geautomatiseerd desinfectie-apparaat waarmee een gehele ruimte (inclusief alle machines, de verdamper en oppervlakken in die ruimte) met één druk op de knop, biologisch gedesinfecteerd kan worden. Het is mogelijk een log-6 reductie te behalen. Het concept bewijst zich wereldwijd overigens al jaren in de medische wereld.



Bij Klaas Puul

HOE WERKT HET?

De Nocospray-machine blaast de vloeistof Nocolyse-Food met 80 meter per seconde via een gepatenteerde nozzle een productieruimte in. Hierdoor ontstaat een droge damp die zuurstofradicalen produceert. Die zorgen vervolgens voor de desinfecterende werking van oppervlakken. Overal waar de zuurstofradicalen

komen, worden de (pathogene) micro-organismen geëlimineerd, in ruimtes tot 20.000 m³. Na circa anderhalf uur kan de volledig gedesinfecteerde ruimte weer in gebruik worden genomen. Lees enkele praktijkcases in Voedingsindustrie 8 2015, waaronder bij Klaas Puul.

www.simpeldesinfecteren.nl

INGREDIËNTEN EN GRONDSTOFFEN GECERTIFICEERDE KETEN VOOR GLUTENVRIJE HAVERPRODUCTIE

Vandinter Semo is partner in de ontwikkeling van een glutenvrije haverketen door Wageningen UR. Dankzij deze keten is de haver gegarandeerd 100% vrij van glutenhoudende granen als tarwe, gerst en rogge.

Haver is van nature glutenvrij en ontving de gezondheidsclaim van European Food Safety Authority (EFSA) vanwege de unieke gezondheidseigenschappen. Het is ideaal als basis voor brood-, koek- en ontbijtproducten voor consumenten met een glutenallergie. Geproduceerd in de reguliere productieketen raakt haver echter gemakkelijk vermengd met kleine hoeveelheden tarwe, gerst of rogge.

De glutenvrije haverketen van Vandinter

Semo start bij de eigen productie van haverzaden die 100% vrij zijn van tarwe-, gerst- en roggezaden. Deze zaden worden geteeld op uitsluitend Nederlandse akkers waarop tenminste acht jaar geen granen zijn geteeld. Er wordt nauw samengewerkt met eigen boeren. Na het oogsten doorloopt de glutenvrije haver een streng schonings- en controletraject. De technieken en methodes die daarvoor worden gebruikt, zijn afkomstig uit de zaadveredeling en werden in samenwerking met Wageningen UR verder ontwikkeld. Alleen 100% glutenvrij bevonden haver wordt verkocht als gecertificeerde haver.

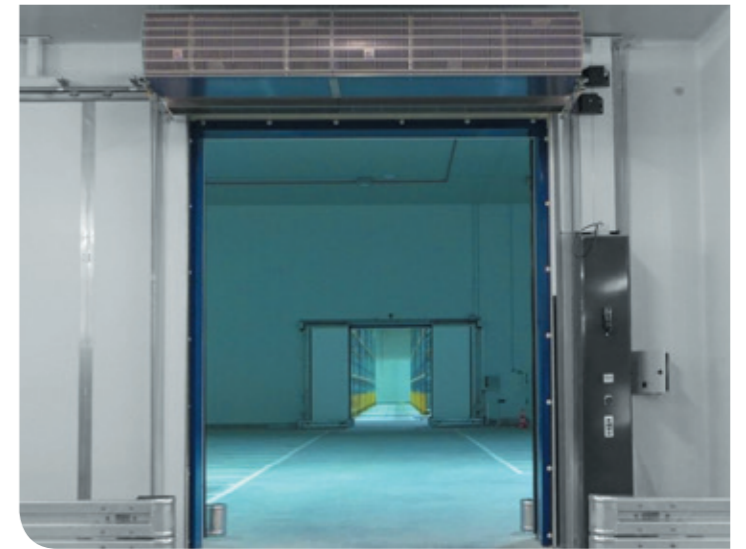
www.vandintersemo.nl

INNOVATIE AWARDS PUBLIEKSPRIJS TECHNISHOW

De collaborative robot CR-35iA van FANUC heeft bij de uitreiking van de TechniShow Innovatie Awards de publieksprijs gewonnen. Paul Ribus, general manager FANUC Benelux: "Industriële collaborative robots maken het mogelijk om ook in processen die met gewone robots moeilijk te automatiseren zijn, bijkomende productiviteitswinsten te realiseren. Met zijn hefkracht van 35 kg is het de meest krachtige collaborative robot ter wereld." Collaborative robots zijn

zo ontwikkeld dat ze veilig in de omgeving van mensen kunnen werken en ook met mensen kunnen samenwerken. De veiligheid wordt gegarandeerd door een aantal fysieke kenmerken, zoals een zachte bekleding en afgeronde hoeken. Dit in combinatie met sensoren die een eventuele aanraking meteen detecteren en daar ook gepast op reageren.

www.fanuc.eu



KOELEN EN VRIEZEN ENERGIEBESPRENDE KLIMAATSCHEIDING

Het Biddle industrie-luchtgordijn, model IndAC2 ambient, garandeert niet alleen een optimale klimaat-scheiding in de deuropening, maar zorgt ook voor een constante temperatuur in het vrieshuis en reduceert het energieverbruik. De onverwarmde IndAC2 is zeer geschikt voor toepassing boven de deuropening tussen een (on)geconditioneerde voorhal of laadruimte en het vrieshuis en werkt uitstekend in

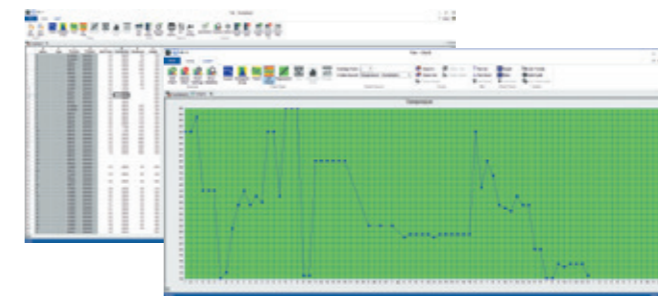
combinatie met een snelloopdeur. De vochtuitwisseling tussen de twee ruimtes wordt er aanzienlijk door beperkt, waardoor de mist- en ijsvorming minimaal is. De IndAC2 ambient maakt deel uit van de complete range van industrie-luchtgordijnen, is standaard uitgerust met energiebesparende EC-ventilatoren.

www.biddle.nl



AUTOMATISERING TECHNISCHE ANALYSE-MODULE VERNIEUWD

QiSOFT heeft nieuwe functies toegevoegd aan de Technische Analyse (TA) module. Een moderne gebruikersinterface maakt het nog makkelijker om ermee te werken. De module stelt de QIS-gebruiker in staat op eenvoudige wijze statistische analyses te maken over gegevens die in QIS zijn verzameld. Stap 1 is Verzamelen, stap 2 Analyseren, stap 3 Rapporteren. Dit leidt tot relevante rapportages, eventueel ondersteund met grafieken. De module past uitstekend



in uw dagelijkse toepassing van PDCA. De TA module is niet het enige vernieuwde onderdeel van QIS: met Release 2016-R1 zijn bestaande

functies uitgebreid en nieuwe functies in QIS toegevoegd.

www.qisoft.nl

CLIP-XL

SPECIALIST IN CLIPTECHNIEK

clipmachines
clips (U en Ω)

worstlabels
lussen en touw

reparatie
onderhoud

www.clip-xl.nl

www.industrial-auctions.com 

14 april: Online veiling machines voor de voedingsindustrie, bakkerij en horeca apparatuur in Oirschot (NL)



18 mei: Online veiling machines voor de complete voedingsindustrie in Brokstedt (DE)

25 mei: Online veiling machines en inventaris voormalig slachthuis Velisco in Rot am See (DE)



**Kijkdagen:
23 mei & 24 mei**



www.industrial-auctions.com 




CO₂ Koelsystemen

Energie efficiënt, betrouwbaar en milieuvriendelijk

Bel ons voor een vrijblijvend advies op maat

Specialisten in koeling

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




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

KIES NIET DE MAKKELIJKE WEG

Het moet gezegd worden (ook al realiseer ik me dat het niet heel netjes is om collega- ontwikkelaars af te vallen): Productontwikkelaars bij voedselproducenten kiezen te vaak de makkelijke weg. Zonde, want er zijn genoeg mogelijkheden om lekkerder en natuurlijker eten te maken zonder gebruik te maken van allerlei chemische toevoegingen zoals conserveermiddelen.

Een product ontwikkelen is natuurlijk wel even wat anders dan iets lekkers koken in je keuken. Zaken als houdbaarheid, stabiliteit, opschaalbaarheid en beperkte kosten zorgen ervoor dat de puzzel snel complex wordt. Veel ontwikkelaars grijpen, als het ze te complex wordt, al snel naar de trukendoos om met behulp van chemicaliën het product veilig en lang houdbaar te maken. Geen gedoe, een poedertje toevoegen en klaar.

In veel gevallen zijn er ook andere manieren om tot een veilig en houdbaar product te komen. Hiervoor moet je wel tot in detail de samenstelling van het product kennen, en weten aan welke knoppen je kunt draaien. Soms volstaat het om de zuurgraad, de wateractiviteit of een combinatie ervan aan te passen. In andere gevallen moet je ingrediënten verwisselen of zelfs de hele samenstelling aanpassen.

Een andere optie is te kijken naar wat mogelijk is met milde conserveringstechnieken, zoals Pascalisatie (hoge druk) of PurePulse (elektrische velden) om zo bacteriën af te doden. In veel gevallen zorgt een dergelijke conserveringstap voor minder noodzaak van chemische conserveermiddelen, terwijl smaak, kleur en nutriënten behouden blijven. Er zijn ook steeds meer mogelijkheden om natuurlijke conserveermiddelen toe te passen. Hightech startup Phytonext heeft onlangs bijvoorbeeld met haar extractietechnologie natuurlijke alternatieven voor benzoëzuur en sorbinezuur weten te winnen uit natuurlijke bronnen.

Voldoende mogelijkheden dus. Het vraagt wel meer tijd en expertise om niet voor de makkelijke chemische weg te gaan; maar als dat resulteert in meer natuurlijke, lekkere en gezonde producten is het naar mijn mening de moeite meer dan waard.

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



SAMEN MET DE KLANT INNOVATIEVE CONCEPTEN ONTWIKKELEN

‘VERNIEUWING IS EEN CONTINU PROCES’

Bij familiebedrijf Ruitenberg Ingredients in Twello komen concept-idee, ingrediënten en processen samen. Deze drie pijlers vormen de basis voor de succesvolle ontwikkeling van kwalitatief hoogstaande producten. Ze gaan zelfs een stap verder: applicatietechnologen begeleiden het in productie nemen van de ontwikkelde oplossingen op locatie bij de klant.



DE VOORDELEN VAN ROKEN MET VLOEIBARE ROOK:

- Constante kleur en smaak
- Tijdbesparing in het proces
- Meer capaciteit in productie
- Lagere energiekosten
- Minder gewichtsverlies (3-5%)
- Verlengen van de houdbaarheid
- Lage investeringskosten
- Schonere proces en ook gezonder voor de werknemer
- Omgevingsvriendelijk

Ruitenberg richt zich op een aantal sectoren, waaronder de vlees-, bakkerij-, en convenience-sector, maar ook zoetwaren. Bij voorkeur worden partners, of het nu klanten of leveranciers zijn, uitgenodigd in Twello, om hun productideeën vorm te geven. “Recent hebben we ons vierde technologiecenter in gebruik genomen. In deze centra kunnen we industriële productieprocessen op pilotschaal uitvoeren en nabootsen,” vertelt Ward van der Kaaij, Managing Director bij Ruitenberg. “We kunnen met deze vierde locatie klanten nog meer flexibiliteit bieden met state-of-the-art apparatuur. Ons doel is de klant van dienst zijn met zowel ingrediëntsamenstellingen als advies die het probleemloos produceren van een eindproduct verzekeren. Wij zijn pas tevreden wanneer de klant tevreden is.”

MEER SPECIFIEK

Eén van de innovaties die Ruitenberg op haar naam heeft staan, is bij de worstindustrie bekend onder de merknaam RudinVegaCasing. R&D Manager Marian Verbruggen legt uit: “Deze ‘ready-to-use’-pasta is gebaseerd op zeewierextract (alginaat) dat een eetbaar huidje rond worstdeeg vormt. Er wordt daarbij gebruik gemaakt van co-extrusie als productieproces van de worst. Deze oplossing werd begin 2000 samen met de bijbehorende co-extrusietechnologie ontwikkeld. Sindsdien hebben diverse worstproducenten de overstap gemaakt vanwege functionele en economische voordelen.” Al die tijd werd het product doorontwikkeld tot een productlijn, waarvan verschillende varianten geschikt gemaakt werden voor alle typen worst. Eén van de nieuwe VegaCasings die in mei op de IFFA in

Frankfurt onder de aandacht gebracht wordt, is uniek door zijn optimale hechting aan vleesdegen voor gekookte producten. Een andere variant werd speciaal ontwikkeld voor toepassingen waarbij de sterkte van de casing van belang is. Met deze casing kunnen worsten met een hoger gewicht toch hangend verder verwerkt worden.”

IFFA

De IFFA (7-12 mei) zal voor Ruitenberg ook in het teken staan van de laatste innovaties op het gebied van vloeibare rook. Gerwin Mulderij, Account Manager Benelux en Product Manager Smoke vertelt dat veel bedrijven hun vlees- en visproducten nog op de traditionele manier roken: op hout. “Het ambachtelijke van het roken staat echter lijnrecht tegenover ons milieubewustzijn en de toegenomen aandacht voor gezondheid,” zegt Gerwin. “Roken met vloeibare rook biedt allerlei voordelen, maar het omschakelen kan gepaard gaan met forse investeringen, zoals de aanschaf van nieuwe rookkasten. Wij hebben mogelijkheden bedacht om de overstap te faciliteren, door vloeibare rookvarianten te ontwikkelen die we met een mobiele atomiseerunit kunnen testen op locatie bij de klant; dit kan zonder de traditionele rookkast te beschadigen. Klanten die hiermee ervaring opdoen kunnen daarna zelf beslissen of ze willen investeren in een nieuwe rookkast of in een veel goedkopere mobiele unit in combinatie met de bestaande rookkast.”

KENNIS EN ERVARING

“Wij zien meer mogelijkheden voor het gebruik van de co-extrusielijnen voor worstproductie,” vervolgt Marian Verbruggen. “RudinBreadCasing

bijvoorbeeld, is ontwikkeld als een deegvariant op de VegaCasing. Met dezelfde co-extrusietechnologie wordt een speciaal gistvrij brooddeeg om vlees of een andere voor dit doel ontwikkelde vulling gebracht. Zo is het voor bijvoorbeeld de vleesverwerkende bedrijven mogelijk om continu worstbroodjes te bereiden. Natuurlijk hebben wij bij deze ontwikkeling gelet op het achterwege laten van allergenen die niet wenselijk zijn in een vleesomgeving. En we hebben ervoor gezorgd dat een dergelijk deeg gemakkelijk te vervaardigen is op een cutter die in iedere vleesomgeving te vinden is. Voor deze bedrijven kan dit een uitbreiding van hun productportfolio betekenen. Maar ook opvulling van eventueel ontstane overcapaciteit.”

IN ONTWIKKELING

Die overcapaciteit dreigt te ontstaan door nieuwe voedingsadviezen en duurzaamheidstrends, waardoor consumenten minder vleesproducten gaan consumeren ten gunste van vleesvervangers. “Ook hierbij kunnen we klanten ondersteunen. Bijvoorbeeld door onze kennis en ervaring in te zetten bij het formuleren van smakelijke vleesalternatieven, zowel vegetarisch als veganistisch. Dit kan met bestaande duurzame eiwitten uit bijvoorbeeld zuivel of planten. We hebben inmiddels een eigen technologie ontwikkeld om allerlei eiwitten meer structuur, beet en sappigheid mee te geven. Vernieuwing is een continu proces. Deze technologie is momenteel nog in ontwikkeling en komt naar verwachting begin 2017 op de markt.”

‘Uniek door de optimale hechting aan vleesdegen voor gekookte producten’





EXBERRY®

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

GROWING COLOURS **GNT**

Ingrediënten en grondstoffen

WERELDWIJDE STUDIE

KLEURRIJK EN NATUURLIJK!

Wereldwijd zijn consumenten steeds bewuster bezig met hun gezondheid en de producten die ze dagelijks eten of drinken. Wat zijn de implicaties van deze langlopende trend naar meer natuurlijke producten voor de voedsel- en drankenfabrikanten?

De GNT Group (marktleider in de productie van kleurende levensmiddelen) wilde een beter beeld krijgen van de trend en besloot dit samen met onderzoeksbureau TNS te onderzoeken. Het onderzoek naar de eet- en winkelgewoonten werd gehouden onder 5000 consumenten in 10 landen binnen Europa, Azië, Noord- en Zuid-Amerika.

NATUURLIJK IS HOOFDZAAK

De meerderheid van de consumenten kiest bewust voor een gezondere productvariant in de supermarkt. In het bijzonder wordt er gelet op kunstmatige toevoegingen. Bovenaan de zwarte lijst staan conserveermiddelen en kunstmatige kleur- en smaakstoffen. Van de ondervraagden vermijdt 50% deze ingrediënten bij het doen van de boodschappen; 54% geeft aan alleen natuurlijke kleuren in hun eten en drinken te willen. Om ervoor te zorgen dat er geen ongewenste ingrediënten in hun aankopen zitten, wordt bij aanschaf

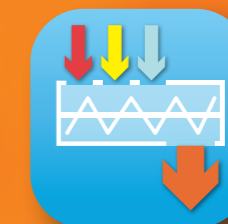
het etiket goed bestudeerd. De voorkeur gaat daarbij uit naar korte ingrediëntenlabels met begrijpelijke ingrediënten. Ongeacht de behoefte naar meer natuurlijke producten, wensen consumenten geen compromissen te sluiten met betrekking tot de aantrekkelijkheid van de producten die ze kopen. Voor een derde van de consumenten is kleur het beslissende criterium bij de keuze van een bepaald product.

INGREDIËNTEN

Met dit gegeven in het achterhoofd, gaan levensmiddelenfabrikanten over op kleurende levensmiddelen. GNT's kleurende levensmiddelen, in de markt bekend onder de naam EXBERRY®, zijn uitsluitend gemaakt van fruit, groente en eetbare planten. Omdat 'Kleurende Levensmiddelen' geïnclassificeerd zijn als ingrediënten

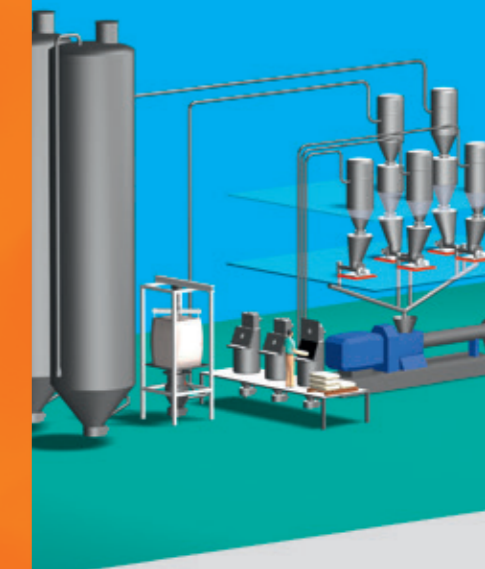
en niet als toevoegingen, kunnen ze ook zo gedeclareerd worden. Als Kleurende Levensmiddelen (concentraat van pompoen, vlierbessen) zijn het ideale componenten voor een clean-labelproduct en voldoen ze aan de wens van consumenten naar meer natuurlijke ingrediënten. Gezien de laatste consumenten-trends verwachten GNT-experts dat Kleurende Levensmiddelen binnen enkele jaren tot industriestandaard verheven zullen worden.

 www.gnt-group.com



Grondstof-
toevoer in
continu
processen

Automatisch continu



Continu
voedingssystemen
voor mengers:

- optimaal
- nauwkeurig
- betrouwbaar

**AZO. The No. 1
in mixer feeding**

Right
to the Point

AZO.®
www.azo.be

KWALITEITSBEHOUD DANKZIJ SKINVERPAKKINGSMACHINE

FOLIE ALS TWEEDE HUID VOOR LAMSVLEES

Polderlam in Deurne verwerkt lamsvlees uit Nederland tot koelverse retail- en horecaproducten. Het vlees wordt direct na het uitsnijden vacuüm verpakt in een skinverpakking. Dit levert niet alleen een langere houdbaarheid op. De mooie presentatie in het schap oogt professioneel en weet klanten te verleiden tot aankoop.

Al vier generaties is Vee- en Vleeshandel Van Veen in Zuilichem actief in het vermarkten van schapen en lammeren. Het begon een eeuw

geleden met de aankoop van Friese weidelammers. Het moederbedrijf, Vee- en Vleeshandel Van Veen, heeft inmiddels meerdere schakels van de lamsvleesketen in eigen hand. Het bijvoer voor lammeren die in de Bommelerwaard grazen, is afkomstig uit eigen productie. Dit bestaat uit een mengsel van maïs, granen, suikerbieten en kruidige grassoorten. De lammeren worden geslacht als ze zes tot acht maanden oud zijn. Met de oprichting van dochteronderneming Polderlam in Deurne in 2014, is ook de verwerking van lamsvlees toegevoegd aan het portfolio van Vee- en Vleeshandel Van Veen.

SKIN PACK

Bas Scheffers, directeur bij Polderlam, vertelt dat de houdbaarheid en de productpresentatie voor hem belangrijke issues zijn. "Een goede uitstraling in het schap is essentieel bij de verkoop van lamsvlees. Het is een nicheproduct, veel consumenten kennen het niet. Door mensen het te laten proeven, maar zeker ook door een goede retailverpakking, kunnen we klanten voor ons

winnen."

Bij de keuze van een nieuwe verpakkingmachine viel gasverpakking meteen af, omdat de houdbaarheid dan slechts acht tot tien dagen is. "Bovendien oogt het vlees in zo'n gasverpakking minder goed," vindt hij. Om de lamskoteletten, -bouten, -steaks, -schouders en shoarma te verpakken, koos hij daarom voor skin packing. Zoals de naam zegt, ligt deze verpakking als een tweede huid om het product. "Ik zag de techniek bij MULTIVAC op de Anuga en bij andere vakbeurzen. Deze methode heeft zich bewezen, de Zwitsers passen hem al vijftien jaar toe."

MULTIVAC

Bas kende Multivac BV en had positieve ervaringen met het bedrijf. "Ze hebben een uitstekende naam in de branche en de service is goed. Ik heb mijn wensen op tafel gelegd. Vervolgens zijn ze daarmee aan de slag gegaan en hebben ze een MULTIVAC R 570 MultiFresh dieptrekverpakkingmachine gebouwd, die verpakkingen maakt zoals wij die hebben gespecificeerd." Robert



FOTO: BERT JANSSEN

Ruesen, key accountmanager bij Multivac, legt het werkingsprincipe uit: "Vanuit een rol onderfolie wordt er in iedere cyclus een aantal trays

gevormd. Een medewerker legt het te verpakken product handmatig in deze trays. Bij een volgende slag wordt er in iedere cyclus een aantal trays

duct samen met de bovenfolie in het sealstation. De bovenfolie wordt in het gesloten sealstation eerst verwarmd en opgerekt in een koepelvormig sealbovendeele. De ruimte tussen de tray met product en de opgerekte bovenfolie wordt gevacuümeerd, waarna de bovenfolie bij het op atmosferische druk brengen van het werktuig, strak over het product gedrapeerd wordt. Het verpakkingmateriaal volgt exact de contouren van het vlees en hecht zich naadloos aan de tray rondom het product. De heldere folie oogt als een tweede huid."

DOORRIJPING

Bas: "Het vlees is met deze verpakking ruim twee keer langer houdbaar. We kunnen de pieken uit de productie halen en een buffer aanleggen. Positief is dat het lamsvlees in de verpakking doorrijpt. De kleur van het product verandert niet, het vlees blijft er mooi en vers uitzien. Bovendien is er veel minder vochtverlies. Dat komt allemaal de kwaliteit ten goede." Bas weet zeker dat de productpresentatie heeft bijgedragen aan de omzetgroei en stijging van de naam bekendheid van Polderlam. Deze is niet alleen onder private label en onder de eigen merknaam in de retail verkrijgbaar, maar ook in de horeca.

MARKTCOMFORME PRIJZEN

"Multivac levert niet alleen machines; ook voor de folie kunnen we bij hen terecht," laat Bas weten. "Ze leveren die tegen marktconforme prijzen. De MultiFresh™ skinfolie is perfect afgestemd op de machine, zodat die optimaal werkt." Bovendien heeft Bas nu één aanspreekpunt mocht er iets zijn met de machine of de folie. Sinds 2014 staat de verpakkingmachine vijf dagen per week te draaien. "Probleemloos en zonder storingen. Nu heb ik alleen een extra klep nodig in verband met de waterafvoer maar dat heeft niets met de verpakkingstechniek te maken." De machineleverancier kijkt er meteen naar. Robert: "Dat lossen we zeker op."

 www.multivac.nl

CONTINUÏTEIT EN EEN GOED PRODUCT

100 PROCENT NEDERLANDS RUNDVLEES

Vorig jaar opende Hutten Traditional Beef haar nieuwe pand. Rick Hutten was projectleider en vertelt over keuzes die het bedrijf bij de ontwikkeling maakte. Het gebouw moest duurzaam zijn, de continuïteit waarborgen en de kwaliteit verhogen. Vertrouwd vakmanschap (sinds 1928), én voorloper in de verwerking van Nederlands rundvlees.

Sinds april 2015 is het behalve voor rundvlees, ook voor varkens-, geiten- en schapenvlees en voor pluimvee, verplicht om de herkomst op de verpakking te vermelden. In diezelfde periode vorig jaar werd in Europa gediscussieerd over het vermelden van de herkomst van vlees op etiketten van bewerkte producten, zoals vleeswaren. En die discussie loopt tot op de dag van vandaag door. Tegenstanders van de vermelding op bewerkte vlees vinden het lastig te administreren en zijn bang dat de producten daarmee duurder worden. Rick Hutten van Hutten Traditional Beef is juist voor. Hij gelooft dat goede producten zich daarmee onderscheiden

van minder goede: "We moeten in Nederland trots zijn op de goede kwaliteit van ons vlees."

TRACEABILITY

Rick is de vierde generatie in het familiebedrijf. Zijn vader en oom zijn directeur-eigenaar, Rick is verantwoordelijk voor een groot deel van de sales, onder andere in Zuid-Europa. Volgens hem wordt Nederlands vlees daar meer op waarde wordt geschat dan hier in Nederland. "De Nederlandse consument zit het liefst voor een dubbeltje op de eerste rang. De Spanjaard heeft het Nederlandse vlees veel hoger in het vaandel staan dan de Nederlander zelf. Dat zegt genoeg." En hoewel de

vraag "Waar komt ons eten eigenlijk vandaan?" in Nederland steeds vaker wordt gesteld, is supermarkten er volgens Rick weinig aan gelegen dit te vermelden. "Zolang het niet hoeft, verzinnen ze zelf iets voor op de verpakking. Zoals 'duurzaam geproduceerd'. Terwijl het zo zou kunnen zijn dat de koe in Hongarije is geboren, geslacht in Polen, en verwerkt in Duitsland. Hoe is dan de traceability? Hoe is het proces geborgd? Daarbij vind ik betrokkenheid bij Nederlandse boeren en duurzaamheid ook belangrijk."

NEDERLANDSE BOER

Trots vertelt hij dan ook dat het vlees van Hut-

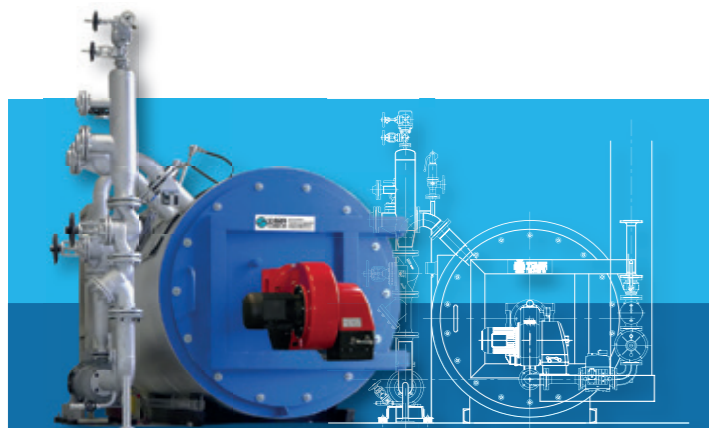
ten honderd procent Nederlands is. "De koeien die wij gebruiken, worden bij een Nederlandse boer geboren en vaak gehouden als melkkoe. Op een bepaald moment brengt de boer zijn koeien naar onze slachterij." Daar werken medewerkers met de meest moderne technieken die voldoen aan de strengste eisen, waarbij ook het welzijn van de koe niet uit het

oog wordt verloren. Kwaliteitscontroles zorgen ervoor dat de producent aan deze eisen blijft voldoen.

Het bedrijf werkt met vaste leveranciers: "Boeren van wie we weten hoe zij met hun koeien omgaan. Onze leveranciers hebben hun boerderij in Nederland, daarmee beperken we transportkilometers. Dat is beter voor de koe en

voor het milieu. Bovendien komt het de traceability ten goede. Vlees uit de regio heeft daarbij extra belangstelling bij onze regionale klanten. Restaurants in de wijde omgeving vermelden dan: biefstuk uit Twente, of: een Overijsselse gehaktbal." Ongeveer de helft van de afnemers komt uit Nederland, zoals restaurants, horeca, foodservice, instellingen en producenten van >>





THERMISCHE OLIEKETELS

van 80 tot 8000 kW, NOx < 70 mg

MEER INFORMATIE? WWW.THERMISCHEOLIEKETELS.NL
OF BEL VRIJBLIJVEND (030) 241 09 72



Revolutionair voorraadbeheer

Het Milmeq systeem: Fully Automated Stock Transfer (MFAST) biedt automatisch sorteren, opslag en uitslag voor het efficiënt beheren van koel- en vriesproducten.

- Vermindert productverspilling
- Vermindert aantal heftruck operators
- Optimaal gebruik van opslagruimte
- Geïntegreerd koelsysteem

Milmeq p/a Ice & Easy | Genualaan 3 | 5237 EC 'S-HERTOGENBOSCH
+31(0) 73 642 7061 | RHoffman@milmeq.com | www.milmeq.com



IFFA

Dé nummer 1 van de vleessector
Frankfurt am Main, 7 t/m 12. 5. 2016



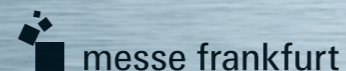
Trends in de levensmiddelenindustrie.

Beleef het op de IFFA 2016:

- spraakmakende concepten voor meer rendabiliteit
- nieuwe vormen van automatisering
- innovaties voor meer kwaliteit en voedselveiligheid
- levensmiddelensector 4.0

Daar bovenop krijgt u nieuwe impulsen op het gebied van duurzaamheid en energiezuinigheid. Meet the Best – alle markt- en technologieleiders onder één dak!

www.iffa.com
info@messefrankfurt.nl
Tel. +31 (0) 70 262 90 71



‘Voor elke klant liggen bij onze medewerkers snij-instructies klaar’

vleeswaren en snacks. Buiten Nederland gaat het vlees vooral naar horeca en cash & carry.

NIEUWBOUW

In 1928 begon Gerrit Hutten met een kleine lokale slachterij. Het bedrijf groeide uit tot landelijke speler en ontwikkelde vanaf 2010 een nieuwe productielocatie. Deze werd in 2015 opgeleverd. Bij de nieuwbouw was Rick nauw betrokken. “Het heeft ons ertoe aangezet om visie te ontwikkelen. We hebben gekozen voor duurzaam ondernemen en voor nog hoogwaardigere kwaliteit, aangepast aan de klant. Wil een klant een stukje van de lende afgesneden, dan doen we dat. Voor elke klant liggen bij onze medewerkers snij-instructies klaar.” Sinds de nieuwbouw bespaart het bedrijf per koe 600 liter water. Dat is het gevolg van een aantal maatregelen: elke medewerker veegt, voordat de schoonmaakploeg komt, zijn werkplek alvast aan; tijdens het slachtproces verplaatst het vlees door zwaartekracht in plaats van met stroom en water; en veewagens worden gewassen met zelf gezuiverd proceswater. Zo is voor

de slachting en verwerking van één koe geen 1000 liter water nodig, maar slechts 400 liter.

CONTINUÏTEIT

Warmte genereert Hutten uit lichaamswarmte van koeien en uit restwarmte van installaties. “Investeren in dit soort systemen zijn hoog en de terugverdientijd is ongeveer tien jaar. Dat is lang, maar we denken ook in lange termijn.” Verder gebruikt het bedrijf ledverlichting. Ook aan de ongeveer 100 medewerkers is gedacht. In de snijzaal staan zij bij

het uitbenen op een plateau dat zij zelf in hoogte kunnen verstellen; dat voorkomt een ongemakkelijke houding. Er is gekozen voor de meest geavanceerde werkmaterialen. Wat valt er nu nog te wensen? Rick: “We willen continuïteit bieden, een goed product leveren – aangepast aan de klant, en blijven verbeteren. Binnenkort introduceren we een premium selection line. Vlees dat nog beter is toespitst op de horeca en kleiner verpakt.”

www.huttenbeef.com





E-MOTIE VERSUS KENNIS DELEN

HELP: EEN E-NUMMER!

Het gebruik van additieven bij de bereiding van levensmiddelen blijft de gemoederen bezighouden: de consument wil er zo min mogelijk van, de producent kan ze niet zomaar weglaten en de wetenschap worstelt met het bepalen van de veiligheid van alternatieven. Hoe verder?

Om gefundeerd te kunnen discussiëren, moet je je mening met argumenten kunnen onderbouwen. Of je gebruikt tegenargumenten om het standpunt van de ander onderuit te halen. Daarvoor is kennis nodig. Dat geldt ook voor E-nummers. In de media laait de 'discussie' rondom E-nummers soms hoog op. Argumenten worden doorgaans onderbouwd met de 'E' van Emotie. Nu heeft de gemiddelde consument weinig tot geen kennis van voedingsleer en voedseltechnologie, en dat hoeft ook helemaal niet. Maar iets meer basiskennis zou wel prettig zijn voor het maken van bewuste keuzes. Dat begint al met het feit dat de meeste consumenten geen idee hebben waar 'E-nummer' voor staat. Het zijn 'A-nummers' geworden: met de hoofdletter A van angst.

HISTORIE

In de jaren zestig en zeventig van de vorige eeuw harmoniseerde de Europese Commissie wetgeving over het gebruik van additieven in de Europese Unie. Er werd gekozen voor een systeem waarin het aantal te gebruiken additieven zoveel mogelijk werd beperkt (een systeem

waarin zoveel mogelijk verschillende stoffen met vergelijkbare technologische functie werden toegelaten, haalde het daarmee niet). De gekozen optie leidt tot een relatief hoog gebruik van een beperkt aantal stoffen. Het gevolg hiervan is dat consumenten een grotere kans lopen om meer van dezelfde additieven binnen te krijgen. Om de mate van acceptabele blootstelling te bepalen, werd begin jaren zestig een ADI (Acceptable Daily Intake) concept in het leven geroepen. In 1986 paste de EU de etiket-

teringswetgeving van levensmiddelen aan. Waar eerst het vermelden van alleen de generieke functie van een additief voldoende was, moest nu ook de chemische naam ervan vermeld worden. Omdat de tekst daardoor te lang werd voor veel bestaande etiketten, was het toegestaan het 'E-nummer' te gebruiken. Een E-nummer is niets anders dan de code voor een stof die binnen de Europese Unie (EU) toegelaten is als additief in voedingsmiddelen die bedoeld zijn voor menselijke consumptie. >>

Een alternatief voor nitriet gebruiken, is niet zondermeer een goed idee.



PRODUCTMARKETING

Hoe breng je als marketeer jouw product aan de man? Ook dat verandert onder invloed van de tijdsgeest. In de jaren tachtig was er al veel aandacht voor de nutritionele aspecten van voedingsmiddelen. Ondernemers produceerden vooral producten die laag waren in vet en suiker. Verder was er veel aandacht voor het vergroten van het gemak voor de consument. In de jaren negentig werd de focus verlegd naar de positieve voedingswaarde: meer vezels, vitamines of mineralen. In het eerste decennium van deze eeuw kwam functionele voeding volop in de belangstelling; voeding die een bijdrage levert aan het welzijn en de gezondheid van de consument. Een logische ontwikkeling daarop is de huidige focus op vers: minder bewerkt en vrij van additieven.

KENNISOVERDRACHT

Er is veel wetenschappelijk onderzoek gedaan naar additieven en veiligheid, maar de resultaten zijn maar mondjesmaat doorgedruppeld naar de consument. En ook publicaties vanuit de Europese Unie en de European Food Safety Authority hebben niet bijgedragen aan een kennisboost bij gebruikers. Welke consument leest nou zo'n onleesbaar en voor de leek onbegrijpelijk rapport? Wat wel gretig wordt gelezen zijn de verhalen op internetforums. De persoonlijke anekdotes over afgrijpselijke gevolgen die men heeft ondervonden na consumptie van producten met additieven. De meest bekende verhalen gaan over het gebruik van monosodiumglutamaat (MSG/Ve tsin): want daar zijn mensen onwel van geworden, door flauwgevallen of zelfs erger... Toch: gedegen onderzoek (o.a. Rijksuniversiteit van Groningen) heeft nimmer kunnen aantonen dat hier iets van klopt. MSG zit van nature in groente, zoals in tomaten, en in vele voedingsmiddelen, zoals kaas. Het glutaminezuur is een bouwstof van eiwitten en onmisbaar voor het metabolisme.

Een ander voorbeeld is er een uit de lijst van Hopital de Villejuif (deze lijst uit de jaren zeven-



©ALEXANDER BATHS/SHUTTERSTOCK.COM

Kritische instanties blijven onderzoeken welke additieven in het product aanwezig zijn

tig met levensgevaarlijke additieven die ten koste van alles vermeden zou moeten worden). Als meest gevaarlijke stof noemen ze E330, citroenzuur. Tot op heden is ook van deze stof wetenschappelijk niet aangetoond dat er sprake is van enig gevaar bij inname van citroenzuur. De stof zit van nature in citrusfruit (bij citroenen 8% van het droge gewicht).

VERVANGENDE ADDITIEVEN

Bijna alle voedingsproducenten zijn er flink mee bezig: met het verwijderen of vervangen van een of meerdere additieven uit de samengestelde producten in assortiment. Voor sommige producten heeft het weinig of geen effect gehad op processing, houdbaarheid of smaak. Maar er zijn ook producten waar het effect onoverkomelijk groot bleek.

Wat in de biologische vleeswarenssector al jaren speelt, is het gebruik van nitriet bij de bereiding van vleeswaren. Nitriet is een conserveermiddel dat via toevoeging moet voorkomen dat het ongewenste micro-organisme *Clostridium botulinum* uitgroeit en toxine vormt. Dosering vindt plaats via kleurzout: dit is keukenzout met 0.6% natriumnitriet. Geen kleurzout gebruiken maar een alternatief, zoals nitraatrijk groente-extract van knolselderij, geeft ook nitriet in het vleesdeeg, en na verhitting bescherming tegen ongewenste groei van *C. bot*. Veel mensen zullen denken: Mooi toch? Doen!

Toch is er een kanttekening. Diverse onderzoeken hebben namelijk aangetoond dat de

eindconcentratie nitriet in deze vleeswaren zeer sterk varieert. Dit wordt veroorzaakt door de wisseling in grondstofgehalte en het wisselende effect van omzettingen tijdens de processen. Vervelende bijkomstigheid: er wordt geen E-nummer gebruikt, dus er wordt niets gedeclareerd op het etiket. Toch is het niet-declareren van nitraat dat is toegevoegd als nitraatextract een onjuiste toepassing van de etiketteringswetgeving (EG 1333/2008). Een ander voorbeeld is het vervangen van natriumglutamaat door tomaten- of champignonextract te gebruiken. In deze extracten is natriumglutamaat al van nature aanwezig. Daarmee 'vervalt' de etikettering van smaakversterker E621.

KENNIS DELEN

De vraag is of dit is wat de consument wil: het op deze manier vervangen van E-nummers staat immers haaks op de transparantie die de consument óók verlangt. Vaststaat dat er legio mogelijkheden zijn om de (door consumenten ter discussie gestelde) additieven te vervangen door alternatieven met een soortgelijke functionaliteit. Chemisch onderzoek zal echter nog steeds aantonen dat er wél een additief in het product aanwezig is. Er zijn genoeg kritische instanties die dit onderzoeken. Imagoschade ligt nog steeds op de loer. Als producent is het beter om open en transparant te zijn, en de noodzakelijke toevoegingen te benoemen. Leg, bijvoorbeeld op de site, aan de consument uit waarom je bepaalde keuzes maakt: Kennis hebben is macht, kennis delen is kracht.

FOR YOUR NEXT CAREER MOVE IN FOOD

PEIJNENBURG JUNIOR R&D PROJECTMANAGER

ESSENTIELE ROL BIJ ONBETWISTE MARKTLEIDER GELDROP/SINTJOHANNESGA
Koninklijke Peijnenburg BV, sinds 2006 onderdeel van Lotus Bakeries, is een zeer succesvolle fabrikant van diverse soorten kwalitatief hoogstaande (ontbijt)koeken. Peijnenburg produceert onder de merknamen Peijnenburg, Wieger Ketellapper, Echte Enkhuizer en Lotus o.a. ontbijtkoek en luxe koeken. Zij is de marktleider in de ontbijtkoeksector. Het bedrijf heeft vestigingen in het Friese Sintjohannesga, het Noord Hollandse Enkhuizen en het Brabantse Geldrop, tevens hoofdkantoor. Totaal zijn er circa 260 medewerkers werkzaam. De afdeling R&D bestaat uit 7 medewerkers en is gevestigd in Geldrop. Deze medewerkers zijn continu op zoek naar vernieuwing of optimalisaties voor de verschillende merken voor de 3 vestigingen in Nederland. Voor deze afdeling zijn wij op zoek naar een ambitieuze Junior R&D Projectmanager die verantwoordelijk is voor de ontwikkeling van nieuwe producten en de verbetering van bestaande producten op de Nederlandse markt.
 Consultant: Annemarie van den Bos, telefoon 0317-468686 of 06-53310126

H&S GROUP QA MEDEWERKER

DIE QA VANUIT OPERATIONSVISIE IMPLEMENTEERT IN EEN DYNAMISCHE PRODUCTIEOMGEVING BENEDEN-LEEUWEN
H&S Group is één van de grootste logistieke food-dienstverleners van Europa en gespecialiseerd in het vervoeren en produceren van vloeibare levensmiddelen. Daarnaast ontwikkelt H&S logistieke concepten en ondersteunt zij steeds vaker toonaangevende verladers op het gebied van supply chain management. H&S Coldstores is één van 3 werkmaatschappijen en is gevestigd in Beneden-Leeuwen. Deze site produceert fruitconcentraten naar klantspecifieke wens. Het gaat hier om pureren en homogeniseren, blenden, (aseptisch) afvullen en ompakken. Op deze locatie werken in totaal 50 medewerkers. Ter aanvulling van deze autonome, groeiende locatie zijn wij op zoek naar een startende QA Medewerker die verantwoordelijk is voor het borgen van de kwaliteit door middel van het opzetten, onderhouden en verbeteren van de verschillende kwaliteitssystemen.
 Consultant: Michiel Dekkers, telefoon 0317-468686 of 06-86805669

BiFi R&D PROJECT LEADER PACKAGING EMEA

NEW POSITION THAT PROVIDES STRATEGIC AND LONG TERM VISION AMSTERDAM
 Headquartered in Minong, Wisconsin, **Jack Link's** is the undisputed No. 1 U.S. meat snack brand and fastest growing meat snack manufacturer worldwide. Jack Link's is a family owned business that started producing the famous Beef Jerky in 1986. The company has been very successful in hiring and developing a team that lives the entrepreneurial spirit, while still maintaining the atmosphere of a family owned and value driven environment. In 2014 Jack Link's bought the brands BiFi and Peperami from Unilever. In 2015 Jack Link's EMEA was up and running autonomously. As from 2016 they also lead the expansion of the Jack Link's Beef Jerky brand in the EMEA region. For the EMEA HQ in Amsterdam we are looking for a R&D Project Leader Packaging EMEA. This Project Leader is responsible for leading innovation and development of new packaging technologies from scale-up to implementation in production in collaboration with local R&D teams.
 Consultant: Janneke van der Logt, telephone: +31(0)317-468686 or +31(0)6-23637490

Selko HSEQ OFFICER

VEELZIJDIGE FUNCTIE BINNEN EEN DYNAMISCHE EN GROEIENDE ORGANISATIE TILBURG
Selko Feed Additives is onderdeel van Trouw Nutrition en daarmee onderdeel van Nutreco. Nutreco is wereldmarktleider in dier- en visvoerders. Selko is een jong en dynamisch bedrijf en ontwikkelt, produceert en verkoopt additieven voor diervoeding die unieke oplossingen voor diervoederproducenten en agrariërs biedt. Door nauwe samenwerking met andere Nutreco bedrijven profiteert Selko van de kennis en de commerciële infrastructuur. Deze achtergrond en de creatieve energie en expertise van het Selko team zorgt ervoor dat Selko voortdurend op de hoogte is van technologische ontwikkelingen. Vanwege wereldwijde groei van het bedrijf, zijn wij voor het Health Safety Environment Quality team op zoek naar een zelfstandige HSEQ Officer die verantwoordelijk is voor de continue verbetering van het kwaliteitssysteem en de SHE prestaties, zoals reductie of eliminatie van ongevallen en het verbeteren van veiligheidsbewustzijn.
 Consultant: Annemiek van der Lee, telefoon 0317-468686 of 06-22158557

novosana PLANT MANAGER

AN EXCITING EXPAT POSITION IN THE MOST DYNAMIC ENVIRONMENT IN THE WORLD TODAY SHANGHAI – CHINA
NovoSana is a leading manufacturer/refiner in China of Omega-3 oils and lipids mainly based on fish oils. The factory became operational in 2012 with the production of Omega-3 oils for the dietary supplement and the infant and functional food markets. Novosana (Taicang) Co. Ltd is 100% owned by Novosana (Europe) BV. The fully certified factory is 100% dedicated to Food Safety and is approved by major players and A-brand Food Companies in China and worldwide. Around 40% of the production is being exported to EU, US and Asia. The experienced and expanding team consists currently of 51 people and operates 24/7. To keep complying with the ever growing and expanding market possibilities in both China and globally, we are searching for an ambitious and entrepreneurial Plant Manager who takes care of the factory operations and existing production processes. The Plant Manager is also assisting in the building of new production facilities to venture into new markets.
 Consultant: Michiel Dekkers, telephone: +31(0)317-468686 or +31(0)6-86805669

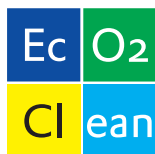
Voor meer informatie zie onze website: www.dupp.nl of mail uw reactie naar: info@dupp.nl



GENERAAL FOULKESWEG 66
 6703 BW WAGENINGEN
 0317-468686



Past dit nog wel op uw bord?



Zorg voor hygiëne in de food
www.eco2clean.nl