

special gezonde zuivel

De zuivelfabrikanten willen meer halen uit de grondstof melk.

De ingrediënten van melk staan in de belangstelling. Rob van Dongen: 'De boer levert ons de melk en wij moeten zien hoe we die melk zo goed mogelijk kunnen vermarkten.'

Met de regelmaat van de klok introduceren melkverwerkers nieuwe producten op de Nederlandse en Vlaamse markt. Het zuivelassortiment is uitgegroeid uit tot één van de kleurrijkste en meest uitgebreide afdelingen in supermarkten. Verschillende aspecten zijn van belang bij de ontwikkeling van nieuwe zuivelproducten.

Rob van Dongen, woordvoerder bij de Nederlandse zuivelcoöperatie Royal Friesland Foods, geeft als eerste de wens van de consument aan. 'De consumenten tonen een verschillend gedrag. Het ene moment is de smaak belangrijk, het andere moment stellen ze zich vragen bij de inhoud van het product.'

Keuze voor consument

Voldoende keuze aanbieden aan de verbruikers van zuivel vormt volgens Van Dongen een voornaam punt. 'Daarin is de zuivelsector een voorloper binnen de voedingsmarkt. De verwerkers zijn bijvoorbeeld al heel lang bezig met magere producten. Ook de bewuste omgang met suiker in de voeding is een ontwikkeling waar we tijdig bij zijn.'

Van Dongen verwijst hierbij naar de jonge generatie zuivelproducten met nul procent vet zonder toegevoegde suiker. 'Het is natuurlijk ook belangrijk om de verschillende eisen van de consument in balans te houden. Vetarme producten ontwikkelen is eenvoudig, maar de smaak voldoende in evenwicht houden is veel moeilijker. Vet vormt een belangrijke smaakmaker in onze voeding. Daardoor is het een kunde om zonder vet

lekkere producten te ontwikkelen.'

Wetenschappelijke bevindingen spelen net zo goed een rol bij het tot stand komen van nieuwe producten. 'We kijken zeker naar de wetenschap', trekt Van Dongen een lijn naar de ingrediëntenbedrijven Kievit en Borculo Domo Ingrediënts. Beide bedrijven halen diverse bestanddelen uit melk, maken die vermarktbaar en richten zich daarmee weer naar andere producenten.

De verwijzing naar innoverende componenten zoals galacto-oligo-sacchariden voor het maken van babyvoeding blijft niet uit. Maar ook Vivinal Dental, een recent product dat de zure invloed van frisdranken op de tanden neutraliseert, past in dat kader. 'De boer levert ons de melk en wij moeten zien hoe we die melk zo goed mogelijk kunnen vermarkten. Hoe meer we dus uit die melk kunnen halen, hoe beter.'

Alle zuivel gezond

Willy Boon, communicatieverantwoordelijke bij Milcobel, springt met de term gezondheidsbevorderende zuivel op een voorzichtige manier om. Het stilaan ingeburgerde begrip plaatst hij liever in de context van het fractioneren van melk of het ontwikkelen van hoogwaardige producten uit de grondstof melk.

Zo geeft Boon het voorbeeld van een aseptische productenlijn voor ziekenhuisgebruik. 'We zijn bezig met de ontwikkeling van een lijn die specifiek gericht is op klinische voeding voor gebruik in ziekenhuizen. De splitsing in melkbestanddelen met andere doelein-



De zuivelsector wil erop blijven hameren dat zuivelproducten in de basis gezond zijn

den is voor ons wezenlijker dan iets toe te voegen aan melk of andere zuivelproducten.'

De Belgische coöperatie die sinds kort de zuivelactiviteiten van Belgomilk en BZU bundelt, bekijkt het marktsegment van zuivelproducten die bevorderend zijn voor de gezondheid vanuit een andere hoek. 'Wij gaan ervan uit dat alle melk gezond is en willen dat ook zo naar de verbruiker overbrengen', nuanceert de Milcobel-medewerker de trend van de laatste jaren. Behalve enkele light-, magere en cholesterolarme melkproducten blijft dit bedrijf vooral traditionele zuivel produceren. 'Ons doel is in de eerste plaats te verhinderen dat bij de consument de perceptie ontstaat dat er gezonde zuivel bestaat en er daarnaast nog andere op de markt is.'

De vraag vanuit de markt is ook bij dit zuivelbedrijf gedeeltelijk bepalend bij het ontwikkelen van nieuwe producten. 'De markt speelt zeker een rol, maar we vragen ons altijd af: wat is de globale interpretatie?', stelt Boon nuchter. 'Voor we een bepaalde nichemarkt ontwikkelen kijken we eerst of we daardoor de totale markt niet in het nadeel brengen.'

Melk bevat meer

De onlangs opgestarte campagne 'Je lijf schreeuwt om zuivel' van de Nederlandse Zuivel Organisatie, afgekort NZO, gaat eveneens uit van de basisgedachte dat alle zuivel gezond is. Het project wil de consument opnieuw bewust maken van de voordelen van elk zuivelproduct. Het zuivelassortiment met een gezondheidsbevorderende werking vormt immers slechts een deel van de totale markt. Aad Vernooij, woordvoerder van NZO, verduidelijkt: 'Veel mensen weten eigenlijk niet wat in zuivel zit. De consument weet wel dat het calcium bevat. Dat melk bijvoorbeeld ook vitaminen, zoals vita-

Functioneel project

In samenwerking met de Katholieke Universiteit Leuven start de Vlaams-Brabantse stad Tienen een project rond functionele voeding. Onder de naam 'Feed Food Health 016' is het de bedoeling een groei- en kenniscentrum voor gezondheidsbevorderende voeding op te richten en uit te bouwen. Het doel van het project bestaat er onder meer in de kennis rond functionele voeding tot bij de consument te brengen. Vooral in de strijd tegen welvaartsziekten zoals hart- en vaatziekten, kanker en zwaarlijvigheid is een goede kennisoverdracht rond dit type voeding van belang.

Naast de KU Leuven als kenniscentrum wordt in de regio Tienen een informatiecentrum opgericht. Dit centrum richt zich op consumenten en op de producenten van functionele voeding. Bovendien wil de stad een bedrijfstech-nische ontvangstinfrastuctuur inrichten met onder meer een bedrijventerrein en een bedrijvencentrum specifiek gericht op jonge hightech starters voor de productie van functionele voeding.

mine A en B12, aanbrengt is minder bekend.'

Doel van het project is niet zozeer om het verbruik van melkproducten te laten stijgen. 'Met deze voorlichtingscampagne willen we de kennis rond zuivel verbeteren en mensen erop wijzen dat gewone zuivel ook gezond is. Op die manier wordt het imago op langere termijn versterkt en blijft de positie van zuivel goed in de dagelijkse voeding.' Vernooij wijst onder meer naar het stijgende bewustzijn rond voeding en voedingsgewoonten bij de consument. 'De consumenten zijn ook kritischer geworden en willen meer weten over hun product.'

Annelies Debergh

Consument en wetenschap belang rijke schakels in productontwikkeling

Van koe naar consument