

# Små brasilianske mira

Den brasilianske træplante urucum er den danske tilsætningskoncern Chr. Hansens brasilianske mirakelprodukt til resten af verden

## ■ Farvestof

AF RENEVITUS HARRITSHØJ

SÃO PAULO – Sækkene med de rødbrune frø på ladet af den ældre Mercedes-lastbil læsses af i en silo. Det er bare et af mange led i processen for Chr. Hansens naturlige og eksotiske farvestof, urucum, også kaldet annatto. Dette farvestof, udvundet af den brasilianske træplante urucum, kværnes, og den rødbrune saft fortsætter sin proces mod verdensmarkedet, mens restprodukterne genbruges til foder og gødning.

Sten Estrup er vicepræsident for Chr. Hansen i Latinamerika og chef for Brasilien-datterselskabet i Valinhos, der ligger halvanden times kørsel uden for São Paulo. Han tøver ikke med at kalde urucum for »et fantastisk godt eksempel på fremtidens bæredygtige ingrediensprodukt«.

Chr. Hansen har med andre ord store forventninger til dette naturlige farvestof og har de sidste par år udviklet, effektiviseret og investeret sig til en førerposition på verdensmarkedet.

Valinhos-fabrikken er ifølge Sten Estrup blevet centrum for Chr. Hansens globale urucumproduktion.

Produktet er bæredygtigt, sundt og mere og mere efterspurgt af store som mindre fødevarerkoncerner med det formål at tilfredsstille de globale forbrugeres sundhedskrav til fødevarer. Chr. Hansen er verdens største producent af urucum, og da Brasilien er verdens største marked, udgør er urucum i dag

ca. 5 pct. af den danske koncerns totale omsætning, der har haft to-cifrede salgsstigninger siden 2006.

## Højt udbytte

Urucum bruges til pølser, oste, margarine, smør, yoghurt, pasta og endda i Brasilien i visse tøjmærker. Der forskes også i dets virkninger mod kolesterol.

Chr. Hansen arbejder med en effektivisering og kvalitetsforbedring i alle led, fra konstant kontrol af urucums udbytte og assistance til de brasilianske landmænds produktionsmetoder.

Chr. Hansen har en udnyttelsesgrad på 6 pct. af urucumplanten og arbejder på at nå 8 pct. Snittet for de andre brasilianske producenter ligger langt lavere.

På Valinhos-fabrikken kan man se og fornemme det rødbrune urucum i hele processen.

Sten Estrup fortæller, at Brasilien i dag ikke mere er et *low-cost*-land, hvorfor Chr. Hansen konstant arbejder på at sikre det højeste udbytte af råvarerne.

Chr. Hansen har investeret penge i et af verdens mest effektive set-up i Brasilien. De enorme mængder dunke og containere med urucum afskibes primært til datterselskaberne i USA og Danmark, der viderdistribuerer til alverdens kunder.

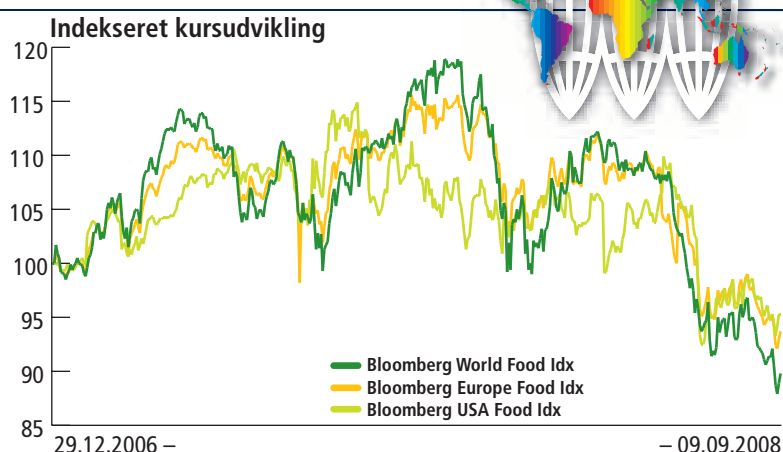
## Større bevidsthed

»Urucum er en del af fremtidens bæredygtige produkter, som på mange måder kan sikre vores kunders image og omsætning, fordi flere og flere forbrugere – ikke kun i Vesten, men i resten af verden – kræver sunde og naturlige fødevarer. Vi tror meget på urucum, fordi der hos forbrugerne er større bevidsthed om det naturlige alternativ til syntetiske farvestoffer og tilsætningsstoffer, samtidig med at lovgivningen verden rundt også hjælper den naturlige tendens,« siger Sten Estrup.

Chr. Hansen har høje forventninger til undersøgelser af na-



## Internationale fødevarerindeks – aktieoverblik



## Kursudvikling i den forløbne uge

Ændring i aktiekurs d. 01.09.2008 – 08.09.2008

Agrokemisk industri	Ændr. i pct.	Detailhandel	Ændr. i pct.
Bayer AG	-3,3	Metro AG	1,9
Syngenta AG	-7,5	Koninklijke Ahold NV	0,6
Monsanto Company	-7,6	Carrefour SA	-0,3
Auriga Industries A/S	-8,3	Whole Foods Market, Inc.	-1,0
Potash Corporation of Saskatchewan Inc.	-12,0	Tesco plc	-1,2
Fødevarerproducenter	Ændr. i pct.	Drikkevarerproducenter	Ændr. i pct.
Unilever NV	5,5	InBev NV	3,6
Kraft Foods Inc.	5,3	PepsiCo, Inc.	2,7
Nestlé SA	0,7	The Coca-Cola Company	2,5
Groupe DANONE	-2,5	Heineken NV	0,7
Danisco A/S	-6,1	Carlsberg A/S	-3,5

# kler



turstoffer som urucum og det såkaldte Southampton Study fra British Food Standards Agency, der viser en sammenhæng mellem hyperaktivitet hos børn og syntetiske farvestoffer.

## Vælger det naturlige

Chr. Hansen har ikke foretaget et direkte klinisk studie af urucums sundhedsmæssige fordele, men ræsonnerer således:

»Der er altid et syntetisk alternativ til vores naturprodukter. Vi oplever dog en klar tendens til, at kunder og fødevarerproducenter vælger naturlige farvestoffer. Flere af vores store kunder har taget en beslutning om, at de kun bruger naturproduktet urucum, uanset om der er billigere alternativer og ikke direkte forbud på visse af deres markeder. Fordele i forhold til sundhed – og på længere sigt image – tjener sig hjem,« siger han.

## Farven er vigtig

Hovedparten af den orange-farvede cheddarost i USA er farvet af Chr. Hansen-urucum.

Chr. Hansen holder også øje med udviklingen inden for læskedrikke, hvor farven er en vigtig faktor for forbrugers valg.

»Vi er meget glade for at kunne hjælpe vores kunder med at skifte en skrigende kunstig farve ud med en naturlig farve, så forbrugere stadig oplever produktet som attraktivt,« siger Sten Estrup.

»Phytonutrients, der er naturlige farvestoffer med sundhedsappet, er i stor vækst. Et eksempel er lutein, der er en



Størstedelen af den orange-farvede cheddarost i USA er farvet med urucum, som også bruges i fødevarer som margarine, yoghurt, pølser og pasta.

kraftig antioxidant, der hjælper med at beskytte synet. Det er et segment, vi investerer meget i og oplever en stor vækst.«

Sten Estrup fortæller, at selvom phytonutrients endnu ikke helt indgår i de almindelige mainstream-fødevarer, som f.eks. margarine med omega-3, gør potentialet stort, fordi folk opdager, at de med funktionelle farvestoffer får en sundhedsmæssig fordel sammen med f.eks. yoghurt.

»Med baggrund i vores kunders store interesse for sunde og bæredygtige fødevarer ser vi ekstremt positivt på fremtiden både for urucum og vores andre naturlige tilsætningsstoffer.«

Træplanten urucum er ifølge Chr. Hansen fremtidens bæredygtige ingrediensprodukt. Den danske virksomhed dyrker urucum i Brasilien, hvor det eksporteres videre til resten af verden.

## Landmænd dropper sukkerrør

SÃO PAULO – Flere hundrede landmænd har allerede udskiftet sukkerrør med urucum-træer.

Uden for São Paulo og i det nordlige og ekstremt fattige Brasilien har Chr. Hansen og Unilever et projekt om bæredygtighed med henblik på at få de fattige landsbyer til at eksistere med urucum-produktion.

For Chr. Hansen er projektet først og fremmest humanitært, men virksomheden lægger ikke skjul på, at udbuddet af urucum ikke er nok til dens ambition om at øge det globale salg af urucum. Ud af en samlet brasiliansk høst på 9000 ton måtte Chr. Hansen sidste år importere urucum fra Afrika for at kunne efterkomme kundernes behov.

## Hjælper landmænd

»Vi er ude med det samme for at købe høsten, og vi arbejder på bedre udbud af urucum. Derfor har vi aftaler med de brasilianske urucum-landmænd om at købe hele deres høst til aftalt pris, og denne bæredygtige produktionsform (hvor restprodukterne bruges til dyrefoder og gødning, red.), sikrer familier i landområder en indtægt, der kan modvirke en allerede udtalt affolkning af de brasilianske landområder mod de større byer,« siger Sten Estrup, der er vicepræsident for Chr. Hansen i Latinamerika.

## Ændret levestandard

Indkøbschef for Chr. Hansen i Brasilien, Plínio Mansim, rejser flere gange årligt ud til producenterne for at sikre Chr. Hansen forret til urucum-høsten og sikre den højeste mulige råvarekvalitet og effektivitet.

Ifølge brasilianske medier har den bæredygtige urucum-produktionsmodel ændret landmændenes levestandard, alene af den grund at indtægten per hektar er næsten det dobbelte af sukkerrør.

»Vi er glade for at kunne sikre vores kunder over hele verden naturlige farvestoffer igennem et bæredygtigt produktionssamarbejde i Brasilien,« siger Sten Estrup. rune

## De gamle bakterier får nyt liv

### ■ Innovation

AF JETTEWARRER KNUDSEN

En rigtig tidsmaskine, som kan sende smagsløgene og andre sanser tilbage til vores olde- og bedsteforældres tid. Sådan en råder Chr. Hansen-koncernen over.

Tidsmaskinen er en bakteriebank, som indeholder mælkesyre- og probiotiske bakterier fra gammel tid, det vil sige, dengang mejeriprodukter blev produceret lokalt på små mejerier, spredt over hele landet.

Det er bakterier, som giver mejeriprodukter smag og konsistens, men i takt med at mejeri-produktion hovedsagelig er overgået til at ske i meget store enheder, skulle der andre bakterier til. Derfor var de gamle bakteriekulturer dømt til at uddø i forbindelse med de massive mejerilukninger og sammenlægninger, men en dedikeret medarbejder hos Chr. Hansens begyndte for år tilbage at indsamle de bakterier, som mejerierne brugte i 1940'erne og 1950'erne og har dermed reddet dem for

eftertiden. Bakteriebanken hos Chr. Hansen kaldes i daglig tale for Tofte Jespersen-samlingen med henvisning til den ihærdige medarbejder, som sørgede for, at de gamle bakterier ikke blev smidt ud, da koncentrationsbølgen for alvor tog til og senere banede vejen for Arla Foods.

I alt har Chr. Hansen 11.000 deponeringer af gamle bakterier til mejeribrug liggende i store skabsfryser, og i takt med at forbrugere efterspørger nostalgiske nicheprodukter, er der

igen ved at være brug for de gamle bakterier.

»Vi mærker nu en stigende efterspørgsel, fordi forbrugere gerne vil have nostalgiske mejeriprodukter med en historie,« siger Anette Wind, der er afdelingschef i Chr. Hansen-koncernen.

## En unik mulighed

De gamle bakterier har i årtier været frosset ned til minus 80 grader celsius, og ifølge Anette Wind er der ingen problemer med at vække dem til live igen.

»Derfor har vi en unik mulighed til de små producenter, som vil differentiere deres produkter og satse på ægte nostalgi,« siger Anette Wind og understreger, at det er bakterier, som ikke er optimeret til storproduktion.

Men hun tilføjer, at det også vil være oplagt at blande de gamle bakterier med mere moderne bakteriekulturer.

»På den måde er der mulighed for at producere en række innovative mejeriprodukter, som også vil være velegnet til en større pro-

duktion,« siger Anette Wind og tilføjer, at Chr. Hansens bakteriebank hele tiden får tilført nye bakteriekulturer, som både nutiden og eftertiden kan have gavn af.

»Da vi er en global virksomhed, er det ikke kun i lille Danmark, vi indsamler bakterier. Det er overalt i verden. Dermed kan en asiatisk kunde også få mulighed for at producere en særlig ost med en unik historie i sit eget land,« siger Anette Wind.

jette.knudsen@borsen.dk