

# Mejeritekniskt årsmöte i Lund

Av Björn SigBjörn

Föreningens ett år gamle ordförande, Jonas Svensson, hade passande föreslagit att årsmötet skulle äga rum i Kemikalias lokaler (i samma hus som Svensk Mjölk). På årsmötet meddelades att föreningens "husorgan" Mælkeritidende inte längre skall vara en del av årsavgiften. En förbättrad och utökad hemsida skall vara basen för föreningens information.

Lena Nyberg från Skånemejerier presenterade en rapport från hennes och Yvonne Ivanssons studieresa till Japan förra året. De fick ifjol stipendium från föreningen. Årets stipendiater är: Fredrik Andersson, Martina Swedmark och Annika Lingstrand samtliga från Arla Foods.

Under verksamhetsåret har det inte skett någon ökning av antalet medlemmar. Men 31 st har invalts i föreningen. Nästa årsmöte kommer att förläggas till Jämtland och Östersund. Förra gången årsmötet var i dessa trakter var 1980.

Två styrelsemedlemmar lämnade styrelsen. Trotjänaren Kenneth Andersson, Skånemejerier kunde efter ett drygt decennium i styrelsen, varav tio år som ordförande, lämna styrelsen. Gina Kylin, Arla Foods, valde också att sluta efter flera års arbete i styrelsen. Till deras ersättare invaldes Annika Lingstrand, Arla Foods, Stockholm samt Hans Nilsson, Milko, Bollnäs.

Men ett årsmöte i Skåne måste ju vara mer än bara formaliteter och föredrag. Andlig och lekamlig spis behövs ju också. Det heter ju "Goer mad, möed mad och mad i rättan tid". Det fick vi på Häckeberga Wärdshus i rikliga mängder. Magra norrlänningar gjorde sitt bästa med att fylla sina magar. Som sig bör i mejeritekniska sammanhang utspisades vi också med musik och dessutom med ett intressant föredrag om skånsk matkultur.

Fortfarande mätta kunde deltagarna nästa dag lyssna till många föredrag under temat "[Framtidens förpackningar](#)".

Den nya styrelsens sammansättning:

Ordförande Jonas Svensson, AB Kemikalia, Lund  
Vice ordförande Birgitta Axelsson, Arla Foods, Växjö  
Sekreterare Björn Sigbjörn, Milkum, Sundsvall

Kassör Lennart Holmström, Svensk Mjolk, Stockholm  
Ledamot Annika Lingstrand, Arla Foods, Stockholm  
Ledamot Kaj Grenrud, Skånemejerier, Malmö  
Ledamot Hans Nilsson, Milko, Bollnäs  
Ledamot Magnus Larsson, Arla Foods, Lund/Skara  
Suppleant Gunilla Johansson, Arla Foods, Stockholm  
Suppleant Birgitta Sjögren, Norrmejerier, Umeå

## Framtidens förpackningar på mejeritekniskt årsmöte

Av Björn SigBjörn



### Zip-förpackningar som nappflaskor



Marknadsdirektör  
Ingrid Collin

Marknadsdirektör Ingrid Collin från Tetra Pak Sverige underströk att konsumenternas ändrade och varierande preferenser ställer nya krav på förpackningsindustrin. Miljö och säkerhet blir allt viktigare begrepp. Allt fler äldre konsumenter ställer nya krav. Eftersom kraften i händerna avtar med stigande ålder är det givetvis väsentligt att de äldre även orkar öppna förpackningarna, som de köpt.

#### **Konsumentvanorna förändras**

Mindre tid används till att äta. Det skall vara alltmer bekvämt och man äter alltmer ute. Andelen som inte äter frukost hemma före arbete eller skola blir allt fler. Än så länge är det inte så "illa" i Sverige som i England.

Fortfarande äter 75-80 procent av befolkningen mellan 30 och 64 år i Sverige frukost hemma. I England är det 50-70 procent. Bland ungdomarna, 15-29 år, är dock siffrorna lägre 70 resp. 40 %.

### **Grab and Go-produkterna ökar snabbt**

Exempel på dessa är drickyoghurt och yoghurt med müsli och sked i locket. Nya och bättre öppningar/förslutningar kommer. Ett bra exempel är Verum-produkterna från Norrmejerier. Produkter med Zip-lock (nappflaskor för vuxna) är bra för dem som måste dricka och gå samtidigt. Fler annorlunda förpackningar är att vänta. Är målet för en juiceförpackning att den skall se ut som en apelsin, undrade Ingrid? Men för framtiden kanske gäller att "Sometime the old is new"?

### **Mjölkkartongen - viktigaste kommunikationsmedlet**



*Lars E. Sahlin,  
VD på Elopak*

Att Elopak står för European license of Pure Pak var nytt för många av åhörarna. Den som berättade det var Lars E. Sahlin, VD på Elopak. Patentet som förpackningen vilar på är faktiskt så gammalt som 87 år. Också en nyhet. Varje tid har sin förpackning. Kommer ni ihåg lösmjölken i slutet av 80-talet, frågade Lars. Den försvann.

Men hur kan kartongen fortfarande vara kvar. Jo, genom minskad gramvikt, bättre miljöprofil, bättre tryckbarhet och bättre barriäregenskaper har den hela tiden moderniserats. Plastförpackningarna har lyckats i Sverige på små storlekar, men ännu inte på stora. Men en styrka för mjölkkartongen är att den vår tids viktigaste kommunikationsmedel.

Lars menade att i framtiden kommer logistikens betydelse att öka. Mejeriindustrins styrka ligger i den egna distributionen. Det blir lastbärarna som kommer att styra framtidens förpackningar. Lars avslutade med att hävda att förpackningen i framtiden kan se ut hur som helst bara den anpassas till befintliga butiks- och distributionssystem.

### **Äggskalsförpackning för mjölk**



*Marknadschef Mats  
Harborn, Ecolean*

Äggskal i förädlad form. Där har man i ett "äggskal" förpackningen från Ecolean. Företaget startade 1995 och kom kommersiellt ingång på allvar i slutet av 1999. Huvudägare är Hans Rausing, f.d. Tetra Pak.

Förpackningen består av kalciumkarbonat ( $\text{Ca CO}_3$ ), bindemedel och plast. Barriäregenskaperna blir bättre än för vanlig mjölkkartong. Ett intressant område är matfettförpackningar, berättade Mats Harborn, marknadschef på Ecolean. Mills Margarin i Norge har bytt från aluminiumfolie till Ecolean. Han underströk de stora

miljöfördelarna med materialet genom den stora andelen kalciumkarbonat som enkelt återgår till naturen. Även den låga energiförbrukningen av energi vid framställningen underströks. Stor framgång har man haft med "stående påsar" i öststaterna och Kina. Skånemejerier använder Ecolean i sin produkt Åsens mjölk, som förpackas i 2-liters dunk.

## Ingen handpackad ost mer



*VD Percy Tidebom  
Cryovac Sealed Air*

I dagligt tal är det lätt att glömma att en stor del av mejeriprodukterna är ost och den förpackas också. VD Percy Tidebom och försäljningsingenjör Thomas Nilsson från Cryovac Sealed Air redogjorde för det senaste när det gäller förpackning av ost.

Det gamla företaget Cryovac ingår numera i Sealed Air och står för 60 procent av omsättningen. Mejerierna är en storkund och står för ungefär en femtedel av försäljningen.



*Förs.ing. T Nilsson,  
Cryovac Sealed Air*

Allt mer ost förpackas och skivade produkter är på frammarsch. Utvecklingen går mot alltmer totala förpackningslösningar. Ett par intressanta applikationer presenterades.

## Konsument med e-postmage



*VD Lars Medin,  
Tritello*

Det är inte alltid lätt att veta vilka de nya företagen är och var de kommer ifrån. En del av det välkända Åkerlund & Rausing (ÅR) har konverterats till Tritello, berättade VD Lars Medin. Det är numera ett helägt dotterbolag till Amcor, ett av världens största förpackningsföretag. Produkten som tillverkas heter Tritello, därmed glömmes man inte företagets namn.

Man koncentrerar sig på bordsförpackningar och baserar sig på den kunskap om plast och kartong som fanns i gamla ÅR. Man har funderat över konsumentscenariot fram till år 2017. Intryckströtthet riskerar att drabba konsumenterna. Den nya konsumenten blir kanske en "stimuli-responsmänniska med e-postmage". Bilden av förpackningarna är de blir resurssnåla, miljövänliga, säkra och smarta.

Framtidens Tritello kommer att bli många "...ello": Tampello - garantiförslutning utan oblat, Compello - komposterbar, majsstärkelsebaserat, Monello - ett nytt plastmaterial och Excello - präglad/folierat/transparent.

## Häng förpackningen i fingret



Marknadsdir. Felix Helander, Rexam

Tre fjärdedelar av världen behöver mer förpackningar, en fjärdedel behöver färre förpackningar, inledde marknadsdirektör Felix Helander, Rexam, sitt föredrag med. Han fortsatte att berätta att företaget är nr fyra i världen på konsumentförpackningar. Ökat välstånd och urbanisering driver på behovet av förpackningar.

Det finns några så kallade "megadrives" som driver på utvecklingen. Bekvämligheten är en sådan. Det har lett till flaskor, som har en ring så att man kan bära med sig flaskan i fingret! En annan megadrive är "Speed of market". Det går så snabbt att det gäller att göra produkten synlig - "stand out of shelves".

Andra nyheter är förpackningar som värmer eller kyler. Tänk att när som helst kunna dricka en kall öl! Framtidens förpackningar kommer att innebära mer positionering och mer dekoration. Kanske kommer självlysande förpackningar, som gör att man kan äta i mörker?

## Termometer på förpackningen



Docent Tim Nielsen, SIK

Temadagen avslutades med att docent Tim Nielsen, SIK, pratade om aktiva och intelligenta förpackningar. Aktiva förpackningar har blivit vanliga i Japan och USA. Ett exempel är när syret avlägsnas ur förpackningen. En syreabsorbent, t.ex. i form av en syreabsorberande plastfilm, tar ner syrehalten till noll och ger därmed en kraftig förlängd hållbarhet. Ett annat exempel är absorbenter för att ta bort aldehyder och aminer, som ger dålig lukt och smak.

Tim visade exempel på brödförpackningar där etanol hade tillsatts för att hålla bort möglet och samtidigt hålla brödet mjukt. Ampuller som rivs sönder och ger mer kaffedoft är också en möjlighet. Laktas i plastfilm kan reducera laktos.

Intelligenta förpackningar finns redan på marknaden. Ett exempel är förpackningar som känna av tillståndet i produkten och kan "tala om" detta. Det finns ölburkar som har termometer och visar om det är rätt temperatur för att dricka. Temperaturindikatorer som kan indikera att produkten har passerat gränsen för godkänd temperatur är en annan smart sak. I dagsläget för dyrt för konsumentförpackningar, men möjligt för transportförpackningar.