

#1 2022

FRÅN STENKULLEN OCH VÄRLDEN

Orkla  
Food  
Ingredients

# Inspiration

& AFFÄRSMANNASKAP

Hållbarhet!

SATSNING PÅ HAVETS  
RIKEDOMAR! s.6

TRENDSPANING  
2023 s.10

FYLLNINGAR TILL  
SEMLESÄSONGEN s.16

CRE DIN®





**Saffran till**  
biscotti, muffins,  
**amaretti, kladdkaka,**  
cupcakes och munkar.  
**Samt lussebullar,**  
**förstås.**



## VD HAR ORDET

# TROTS ATT OROSMOLNEN HOPAR SIG STORSATSAR VI FÖR FRAMTIDEN

**SENAST JAG SKREV** ett VD-ord hade vi just lagt första året med Covid-19 bakom oss och nu när vi är inne i hösten 2022 har det hunnit rinna mycket vatten under broarna och nya kriser har avlöst varandra. Det är lätt att känna sig nedslagen när man följer nyhetsflödet och vad som rapporteras om i medierna men trots allt negativt och alla utmaningar som vi står inför känner jag mig trygg med att vår bransch kommer att ta oss igenom detta också! Det kommer att bli både tufft och kämpigt men jag är övertygad om att vi kommer att hitta nya vägar för att ta oss ur det här.

**VI PÅ CREDIN** väljer att göra vår största satsning i fabriken sedan den byggdes på 1990-talet. Vi storsatsar för framtiden och bygger nya linjer för fyllningar i



Stenkullen. Läs gärna artikeln om vårt Kategoriägarskap inom Orkla Food Ingredients och passa på att "träffa" Håkan Svensson, Kategoriansvarig för Fyllningar hos oss.

**VI ÄR VÄLDIGT** glada över att SBK kommer att dela ut utmärkelsen Årets Företagare i bageribranschen igen. Credin är stolt huvudsponsor och vi ser oerhört mycket fram emot att få ta del av både nomineringarna och prisutdelningen på Bagerimässan i Högbo Bruk i Sandviken. Martin Lundell delar i tidningen med sig om varför SBK tycker att denna utmärkelse är så viktig för branschen.

**DETTA NUMMER AV** vår tidning innehåller en hel del kring olika samarbeten som vi på Credin ingår i, dels hur vi jobbar tillsammans med våra Industri- och

Exportkunder men också hur vi jobbar internt i koncernen. Att samarbeta är viktigt för oss och är ett sätt för oss att skapa mervärde för er, våra kunder. Jag lyssnade nyss på en intressant föreläsning med Svante Randler och han pratade mycket om vad som utgör värdet i ett företag. Hans sammanfattning löd "Värdet i ett företag är summan av problem vi löser för våra kunder" Läs mer om hur vi på Credin jobbar för att skapa lösningar och om vår tagline, "We Create Solutions".

**JAG OCH MINA** medarbetare på Credin önskar er trevlig läsning, en händerrik och inspirerande höst och låt oss hoppas att vi snart går mot ljusare tider igen!

*Karin Audemom*

## INNEHÅLL

Ökat fokus på utveckling och innovation.....	4
Havets rikedomar.....	6
Årets Företagare i bageribranschen.....	7
Nytt koncept: Funktionella fetter.....	8
Trendspaning 2023.....	10
Credin nya navet för fyllningar i Europa.....	12
Koncernens hållbarhetsarbete och våra egna mål....	14
Saffran – världens dyraste krydda.....	16

### Credin Sverige AB

Elvägen 4, 443 61 Stenkullen

Telefon: 0302 252 00

info@credin.se, www.credin.se

Grafisk form: Plentymore

Tryck: Alfredssons

Foto: Matthew Phillips, Sam Lindh, High Mind





# Bättre, enklare och lönsammare

## Credin Sverige fortsätter utveckla och producera bageriingredienser av hög kvalitet

**Credin Sverige utvecklar och producerar sedan många år bageriingredienser av hög kvalitet i Stenkullen utanför Göteborg. Det kommer vi att fortsätta göra, med fullt fokus på att underlätta för bagerier att producera bakverk av hög och jämn kvalitet med god lönsamhet.**

**SEDAN JUNI 2019** ingår Credin Sverige i Orkla Food Ingredients (OFI), ett affärsområde i norska Orklakoncernen. Andra affärsområden är Orkla Foods med varumärken som Abba och Felix, och Orkla Confectionery & Snacks med bland andra Göteborgs Kex och OLW i portföljen.

Men tillbaka till OFI. Affärsområdet består av totalt 10 olika affärsenheter, däribland Credin Group och KåKå Group. I den sistnämnda ingår även Werners Gourmetservice och Jästbolaget. I Credin Group ingår Credin Sverige och våra systerbolag i Portugal, Danmark, Polen och Spanien. Alla är producerande bolag utom Spanien, som är ett renodlat

försäljnings- och distributionsbolag. Det finns dessutom ett försäljningsbolag i Danmark, CBP, som är Danmarks motsvarighet till KåKå.

### **Ökat fokus på utveckling och innovation.**

En förändring när vi blev en del av Orklakoncernen var att vårt systerbolag KåKå fick ansvaret för lagerhållning, försäljning och distribution av Credin Sveriges produktsortiment till alla hantverks-, leverans- och butiksbagerier i Sverige. Något vi ser mycket positivt på eftersom det ökar tillgängligheten på våra produkter.

Samtidigt innebär det att vi kan

fokusera mer på produktutveckling, produktionsutveckling och innovation, vilket vi är säkra på kommer att vara till gagn för bagerinäringen på våra marknader. Vi kommer hela tiden att fortsätta vässa vårt erbjudande inom fyllningar, brödbaser, kakmixer, flytande margarin och funktionella fetter med mera, dels med produkter som är utvecklade och producerade i Stenkullen, dels med produkter framtagna och tillverkade av våra systerbolag i Credingruppen.

### **Kundunika lösningar.**

När det gäller samarbetet med industri-bagerierna i Sverige och utomlands, kommer vi även fortsättningsvis att hantera dem själva från Stenkullen. Vi ska fortsätta vara en nära samarbetspartner till industribagerierna på våra marknader för att ta fram kundunika lösningar på våra kunders utmaningar.



**ORKLA AFFÄRSENHETER** och några kända varumärken inom respektive affärsenhet.



#### CREDIN GROUP

Credin A/S grundades i Danmark år 1930 av Herbert Schou. Affärsidén var att utveckla bageriingredienser i syfte att göra det enklare för bagarna att leverera en jämn och hög kvalitet.

Herbert Schou ville expandera Credin utomlands. Första steget blev Portugal 1973. Därefter fokuserade man på Östeuropa som man såg som mycket intressant. Credin Polen etablerades 1995 och Credin Ryssland 2010. Senaste etableringen är Credin Sverige 2019.

#### ORKLA

Orkla ASA, med huvudkontor i Oslo, är en ledande leverantör av kända varumärken inom konsumentvarusektorn, främst för dagligvaruhandeln, out-of-home, vårdsektorn och bagerinäringen. Orklas huvudsakliga marknader är Norden, Baltikum och Centraleuropa. Orklas verksamhet inom detta område består av fyra affärsområden, Orkla Foods, Orkla Confectionery & Snacks, Orkla Care och Orkla Food Ingredients. Några av de välkända varumärkena i produktportföljen är Kronjäst, OLW, Önos, Kalles, Abba, Ekströms och Frödinge.

Orkla har mer än 18 000 anställda och en omsättning på drygt 50 miljarder NOK.

#### ORKLA FOOD INGREDIENTS

Orkla Food Ingredients, OFI, bildades 1999 och är en ledande leverantör av bageri- och glassingredienser i Norden och Baltikum och på vissa utvalda marknader i Centraleuropa. OFI äger även starka varumärken på konsumentsidan, som t.ex. Odense Marcipan och Kronjäst.

Några av företagen som ingår i OFI är Odense Marcipan, Sonneveld, Dragsbaek, Idun Industri, KåKå, Jästbolaget och Credin.

OFI omsätter ca 12 miljarder NOK.

#### CREDINGRUPPEN







Linn Anne Bjelland Brunborg, VD Orkla Ocean A/S

# ORKLA OCEAN A/S

## skördar havets rikedomar.

**Hållbarhet är ett fokusområde för alltfler företag. Orkla Ocean A/S är ett nytt spännande företag i Orklakoncernen som stärker hela Orklakoncernens hållbarhets- och klimatarbete genom att låta odla, skörda och själva kommersialisera tång.**

**DET ÄR HELT** enkelt så att ska vi rädda klimatet och därmed livet på vår planet, så är en del att vi måste äta mer växtbaserad mat. Dessutom behöver vi äta mer varierat av det växtbaserade.

Enligt FAO, FN's Food and Agricultural Organization, finns det mellan 20 000 och 50 000 ätbara växter i världen. Av dessa konsumerar vi endast 150-200 stycken någorlunda regelbundet. Samtidigt utgör bara tre växter – ris, vete och majs – 60 % av de kalorier vi får i oss från växter. Det är inte hållbart. Och det är där Orkla Ocean A/S kommer in i bilden och kan göra skillnad.

Orkla har identifierat tång som en enorm möjlighet att bidra till en betydligt mer hållbar värld. Idag äter vi väldigt lite tång i Europa. Och det mesta av det lilla vi äter importeras från Asien, vilket innebär att klimatvinsten från tången till mycket stor del äts upp av transporten. Samtidigt är den norska Atlantkusten med sitt kalla, klara och rena vatten en fantastisk möjlighet att odla och skörda tång av

yypersta kvalitet. Alldeles runt hörnet. Av det skälet grundade Orkla år 2020 företaget Orkla Ocean A/S med affärsidén att utveckla och kommersialisera tång.

### **Därför är tång bra för kroppen och planeten.**

Tång är en smakfull, hållbar och näringsrik växt: Den är rik på vitaminer, mineraler, proteiner, antioxidanter och kostfiber. Tången innehåller samtliga essentiella aminosyror och är rik på kalium, järn, kalcium, magnesium, jod och zink.

Ur ett hållbarhetsperspektiv är tång strålande. Den binder mycket koldioxid och producerar mycket syre, och bidrar därmed till ett bättre klimat.

När det gäller smak- och matupplevelse är tång väldigt intressant för vår bransch. Den är rik på umami, den femte grundsmaken, som kan ge både smakförstärkning och nya smakinnovationer. Det faktum att tång binder mycket vatten är också intressant, eftersom det ger bröd en klart förbättrad färskhållning.

### **”Vi står på tröskeln till något väldigt stort.”**

Orkla Ocean bidrar alltså till att vi använder havet som en källa till mat. Med odling av tång i havet tar vi inte upp värdefull mark; tången kommer inte att tränga undan naturmiljöer eller konkurrera med annan odling. Dessutom behöver den varken gödulas eller bevattnas när den odlas i havet. Allt bidrar till en bättre miljö.

### **Så vad säger då Orkla Ocean A/S själva om att använda havet som källa till mat? Vi ställde frågan till Linn Anne Bjelland Brunborg, VD för Orkla Ocean A/S:**

– Vi står på tröskeln till något väldigt stort. Vi ser att tång skapar många nya möjligheter för våra produktutvecklare. Vi testar brett med många spännande resultat.

### **Linn Anne avslutar vårt samtal entusiastiskt:**

– Användning av tång är bara i startgroparna, och tång kan vara svaret på vår efterfrågan på hållbara ingredienser som är trendiga, hälsosamma och smakar gott.



# De nominerade i Årets Företagare i bageribranschen 2022.



**Förr handlade alla tävlingar i vår bransch om hantverket – Årets Bagare, Årets Konditor, SM Unga Bagare, Mack-SM. 2016 beslöt Sveriges bagare & konditorer, SBK, att som ett komplement skapa en utmärkelse som fokuserade på företagandet i vår bransch, Årets Företagare i bageribranschen.**

Den då nya utmärkelsen premierar sådant som omsättningsutveckling, lönsamhetsutveckling och gott ledarskap. Varför beslöt SBK att skapa denna utmärkelse? Vi ställde frågan till SBK:s VD Martin Lundell:

– Under lång tid har bageribranschen fokuserat på hantverket. Det har visat sig i en hög kvalitet hos landets hantverksbagerier och genom en mängd medaljer i internationella tävlingar inom bageri och konditori. Med Årets Företagare i bageribranschen vill Sveriges bagare & konditorer lyfta själva företagandet och hur viktigt det är att bli duktig även i det. Med utmärkelsen hoppas vi kunna inspirera än fler att både bli duktiga

bagare och framgångsrika företagare, säger Martin.

#### **Credin Sverige har sponsrat Årets Företagare i bageribranschen sedan starten 2016**

Vi på Credin Sverige tycker att detta initiativ är både beundransvärt och viktigt. Ett utvecklat företagande är en grundläggande parameter för branschens utveckling och framtid. Därför beslöt vi att kroka arm med SBK och stötta initiativet genom att bli huvudsponsor för denna utmärkelse. Vid denna tidnings pressläggning var tävlingen inte avgjord, men de nominerade är:

- Gustav Fagerman, Mattias Dröschmeister och Anders Hedberg, Artisan Bread AB, Karlstad
- Torbjörn Ullsten, Mjälloms Tunnbröd AB, Ullånger
- Robin Delselius, Delselius i Grisslinge AB, Grisslinge



*Martin Lundell, VD Sveriges bagare & konditorer*



#### **Tidigare vinnare**

- 2019 Roy Fares och Mattias Ljungberg, MR Cake, Stockholm och Göteborg.
- 2018 Markus och Linda Ekelund, Thimons Konditori, Nässjö
- 2017 Tobias Karlsson och Mikael Pettersson Engström, Urshultsbagarn, Urshult
- 2016 Christian Jörgensen, Dahls Bageri, Mölndal





Bara certifierad palmolja.  
Du vet väl att all palmolja  
som Credin Sverige köper  
är RSPO-certifierad,  
segregerad och hållbart  
producerad?

## FUNKTIONELLA FETTER

# – fett med fler fördelar

**Vi har skapat ett koncept vi kallar Functional Fats. Det är flytande fetter med tillsats av enzymer och/eller emulgatorer som ger ditt vetebröd den volym och färskhållning som du och dina kunder vill ha.**

**GENOM ATT INTEGRERA** bakhjälpmiddel i fett skapar vi förutsättningar för en mer kostnadseffektiv och rationell hantering och produktion. Ett flytande fett skapar också möjligheter för pumpbara lösningar, vilket är både tidsbesparande och mer ergonomiskt.

Lite längre färskhållning är ju viktigt inte minst för bagerier som förpackar sitt

vetebröd. I detta fall utlovar bageriet lite längre färskhållning, och konsumenten förväntar sig detta – och det med all rätt. Och då är vårt koncept Functional Fats den optimala lösningen.

### Pano Lux

Pano Lux är 100 % flytande fett av palm- och rapsolja. Den höga halten av



emulgatorer ger en fin volym och en god färskhållning till ditt vetebröd.

### Pano KB PF

Pano KB PF är ett palmfritt flytande 100 %-igt fett baserat på enbart rapsolja. Detta funktionella fett har ett enzym- och emulgatorinnehåll som är specialutvecklat för att ge just vetebröd en optimal kombination av volym och färskhållning.

## WE CREATE SOLUTIONS

– vår tagline och vårt varumärkeslöfte!

**Vår logotyp uttrycker visuellt vilka vi är. På samma sätt uttrycker vår tagline vilka vi är i ord. Tillsammans ger de en ögonblicksbild av oss och vårt erbjudande. Och sammanfattar på så sätt kortast möjligt vårt varumärkeslöfte.**

**NÄR VI TOG FRAM** vår tagline, utgick vi såklart från vårt varumärkeslöfte. Det lyder som följer:

”Vi skapar lösningar för såväl industri- bagerier som för hantverksbagerier och butiksbagerier. Vi gör alltid det där lilla extra för att göra deras jobb lite lättare och lite bättre genom att leverera förstklassiga ingredienser och värdeskapande service. Deras business är vår business.”

Analyserar du taglinen, ser du att varje ord visar olika sätt på vilka vi skapar nytta för dig:

**WE** gör vårt varumärke personligt och mänskligt, därför att det är människor bakom allt som görs. Det visar också att vi vill arbeta tillsammans med såväl kunder som leverantörer.

**CREATE** betyder att vi alltid är kreativa, motiverade och angelägna att ta tillvara



WE  
CREATE  
SOLUTIONS

möjligheter och lösa problem. Dessa lösningar är ibland väldigt kreativa, okonventionella och oväntade. För vi vågar ju skapa!

**SOLUTIONS** innebär att vi inte bara säljer produkter. ”Solutions” kan innehålla så mycket mer än produkter när vi söker lösningar på problem och utmaningar som hjälper våra kunder att utveckla sina affärer. Det kan röra sig om idéer om koncept, recept, försäljning eller trender. Vi delar med oss av vår kunskap. Vi är proaktiva för att hjälpa våra kunder att utveckla sina affärer.

Vi ser fram emot att få fortsätta skapa lösningar för bagerinäringen, såväl i Sverige som övriga Europa.



# One Voice – bra för dig!



**Credingruppen har produktutveckling och produktion i fyra länder, förutom i Sverige även i Danmark, Polen och Portugal. De olika länderna har byggt upp en bred och djup kompetens när det gäller olika produktområden, såsom fyllningar av olika slag, brödbaser, vaniljkrämer och vaniljkrämspulver, glutenfria produkter, alternativsötade ingredienser, kakmixer, veganska produkter, funktionella fetter, m.m.**



*Martin Olsson,  
Kommersiell Direktör  
för Credin Sverige*

Vi har myntat begreppet One Voice. Det innebär att varje företag representerar hela Credingruppen på sin hemmamarknad. I vårt fall betyder det att Credin Sverige samlar på sig produkter, kunskap och erfarenheter från samtliga marknader som kommer våra kunder tillgodo.

***Martin Olsson, Sales Director för Credin Sverige, vad betyder det här för våra kunder anser du?***

– Vi inom Credingruppen är i ständig kontakt med varandra för att dela information, erfarenheter, kunskap och

produkter, och det inom många olika områden. Jag och mina kollegor utvärderar många olika produkter från andra Credinbolag för att hitta nya produkter och ingredienser som kan passa den nordiska marknaden. I många fall vet vi vad våra kunder söker i form av lösningar på sina utmaningar, och då kan vi ta hjälp av hela Credingruppens samlade erfarenheter och produktsortiment. På detta sätt bygger vi kunskap hos både oss för oss själva och för våra kunder.

Det faktum att vi inom Credingruppen har fyra produktionsanläggningar, var

och en med stor kunskap inom produktion och produktutveckling, är självklart en mycket stor tillgång när vi ska skapa lösningar för våra kunder. Sammantaget betyder One Voice att vi kan erbjuda våra kunder ett mycket brett och väl utvecklat sortiment produkter, ingredienser och kunskap.

## **CRE DIN DENMARK**

Juelsminde, Denmark  
Category company

## **CBP**

Juelsminde, Denmark  
Distribution company

## **CRE DIN IBERIA: PT & SP**

Freixeira, Portugal & Barcelona, Spain  
Category and Distribution company

## **CRE DIN POLAND**

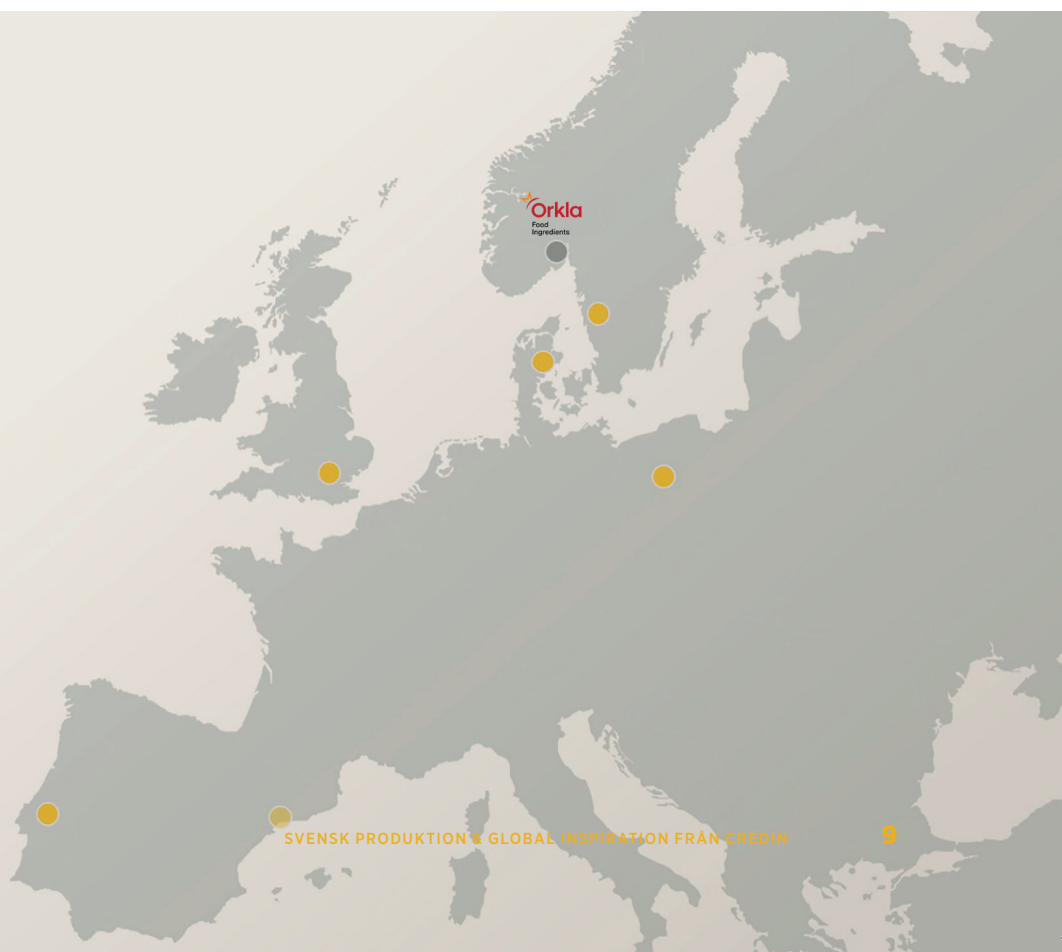
Sobótka, Poland  
Category company

## **CRE DIN SWEDEN**

Stenkullen, Sweden  
Category company


**4** PRODUCING SITES

**2** DISTRIBUTION SITES



SVENSK PRODUKTION & GLOBAL INSPIRATION FRÅN CREDIN





— ● —  
*Hållbarhet i fokus.  
Fler och fler äter  
vegetariskt och  
veganskt.*





# 9 Trender och insikter – att ha koll på inför 2023.

**Inte minst i vår bransch är det viktigt att hålla koll på vad som händer i världen. Vilka trender råder inom olika områden? Här är några av de spaningar vi gjort ur olika källor. Sådant som är bra att ha koll på inför 2023. Se det som lite inspiration!**

1. **ÄTA TRYGGT.** I kristider, som under pandemin, söker vi trygghet, vi vill känna oss säkra. Under pandemin sökte till exempel folk efter traditionella recept som köttbullar och pannbiff på ICA.se. Det amerikanska begreppet comfort food ligger nära till hands. När krisen väl är över vill vi ha nya, spännande rätter och smaker. Nu googlar man på "heta såser", "chili", efter mer textur, etc.
2. **ÄTA UTE.** Vi äter ute allt oftare. Efter pandemin gjordes en undersökning i England där 62 % svarade att de skulle äta ute oftare än före pandemin, 50 % t.o.m. mycket oftare. Det är dock lite mer osäkert med tanke på inflation och allmän ekonomisk osäkerhet.
3. **ÄTA OFTARE.** Snacking och att äta i farten ökar. 5 – 6 mindre måltider ersätter de traditionella 3 om dagen. Och det är nyttigare snacks eller minimåltider som efterfrågas. Känns

som att vår bransch har något att bidra med här.

4. **MER ÄN MAT.** För att öka sin lönsamhet söker främst restauranger hitta nya intäktskällor. Det kan vara sylt, klädesplagg, köksutrustning med mera. Finns det något du kan tjäna pengar på förutom bakverk och fika?
5. **HÅLLBARHET I FOKUS.** Fler och fler äter vegetariskt och veganskt. Och råvarorna ska gärna vara närproducerade eller närodlade. Hänsyn till människor, natur och djur väger allt tyngre i beslut när det gäller mat och livsmedel.
6. Försäljningen av ekologiska livsmedel minskade första kvartalet 2022, samtidigt som andra livsmedel ökade. Mest minskade importerade ekologiska livsmedel. Istället för ekologiskt blir **NÄRODLAT, NÄRPRODUCERAT** allt viktigare.

7. **ÄTA DIVERSIFIERAT.** Vi måste hitta nya grödor och växter att äta. 60 % av vårt intag av kalorier från växtriket kommer från endast tre grödor, vete, ris och majs. Det är inte hållbart. Denna snudd på monokultur måste vi komma bort från genom att äta mer av andra växter och grödor, som tång och bönor.
8. Knorr/Unilever, WWF och Dr Adam Drewnowski vid University of Washington har skrivit en rapport som heter "Future 50 foods – 50 foods for healthier people and a healthier planet". Den berättar om **50 VÄXTER BÖR VI ÄTA MER AV:** De är hälsosamma, har en lägre påverkan på vår miljö än animaliebaserad mat, har ett rimligt pris, är lättillgängliga och smakar bra. Några exempel är alger, bönor, groddar, rotfrukter, spenat och svamp.
9. **VARIERA TEXTUR.** En ny och bättre textur får människor att uppleva nya och annorlunda smaker i en produkt. Samma produkt, men med annorlunda textur får oss att uppleva nya smaker.



Håkan Svensson, Kategorichef för Fyllningar

## CREDI® Fillings

# Nu får hela Europa fyllningar från Stenkullen!

## CRE DIN SVERIGE BLIR NAVET

**Sedan lång tid tillbaka är vi, med rötter i Norlander Food, kända för våra smakfulla, lättarbetade och funktionella kaffebrödsfyllningar. Vår erfarenhet av att utveckla och producera fyllningar av högsta kvalitet är lång, och vår kunskap är både bred och djup.**

**STENKULLEN BLIR EUROPANAVET** inom fyllningar. Därför har Credin Sverige utsetts till Kategoriägare för Fyllningar inom hela Orklas affärsområde Orkla Food Ingredients (OFI). Rent konkret innebär det att vi leder och koordinerar det internationella arbetet med att utveckla sortimentet av RTU-fyllningar (Ready to Use, Färdiga att använda) inom OFI. Vi arbetar då under varumärket CREDI®Filling.

En direkt konsekvens av kategoriägarskapet, vår kompetens inom kategorin och den ökande efterfrågan på våra fyllningar, är att vi kommer att investera i en kraftig utveckling och utbyggnad av både sortiment och produktion av fyllningar. Nya fyllningar kommer att se dagens ljus i Stenkullen, som kommer till användning i bagerier inte bara i Sverige, utan i hela Europa.

### Förtydligande av vårt sortiment

För att göra det lättare för dig som bagare att botanisera i vårt sortiment har vi delat upp våra fyllningar i tre kategorier:

- Kärnbaserade fyllningar. Dessa innehåller antingen mandel eller aprikoskärnor.
- UMK-fyllningar (Utan mandel eller kärnor). Dessa fyllningar innehåller inte mandel eller aprikoskärnor. Efterfrågan på denna typ av fyllningar växer ständigt.
- Semlefyllningar av tre typer: Lyx, Lyx Rostad och Premium Rostad. Läs mer om dessa nedan.



*Nya fyllningar kommer  
att se dagens ljus i  
Stenkullen, som kommer  
till användning i bagerier  
inte bara i Sverige, utan i  
hela Europa.*

### **Nya spännande smaker**

– Vår smakpalett är bred, och den växer. Självklart har vi de mest efterfrågade smakerna som kanel, mandel och pistage. Och vi kan hjälpa dig att göra din kaffebrödsdisk ännu mer spännande och smakfull med smaker som apelsin, kardemumma, smörkola, choko och lönnsirap, säger Håkan Svensson, Kategorichef för Fyllningar hos Credin Sverige.

Förutom dessa har vi säsongsfyllningar som ger dig en naturlig variation som gör dina kunder extra nyfikna. Till exempel bärfyllning på sommaren, äppelfyllning på hösten, apelsinfyllning över vintern eller en härlig mangofyllning på våren. Vi skapar möjligheterna för dig!

### **Dags att planera för semlesäsongen!**

Apropå fyllningar, närmar vi oss den underbara semlesäsongen med stormsteg. Inför den har vi tre fina semlefyllningar av olika karaktär.

- **Semlefyllning Lyx** med mandelbitar är baserad på en hög halt av bakmassa och väldigt fin smakprofil.
- **Semlefyllning Lyx Rostad** är med rostad mandel och baserad på bakmassa och har en fin rostad ton i smaken.
- **Semlefyllning Premium Rostad** är en semlefyllning med rostad mandel och baserad på härlig mandelmassa för att få den fina smaken att smälta i munnen.

**VI HAR SÄKERT** en förpackningslösning som passar dig. Hink och spritspåse är de vanliga, men vi kan även erbjuda oktabin vid kundunika lösningar.



# Hållbarhetsarbete – pågår hela tiden

**Att arbeta med hållbarhet omfattar både människa och produkt, miljö och framtid. Och det är en process som pågår hela tiden, inte ett projekt med ett slutdatum. För Credin Sverige och för hela Orklakoncernen är hållbarhetsarbetet centralt.**



*Karin Ståhl Lindh, ansvarig för hållbarhetsarbetet på Credin Sverige*

**FÖR ATT FÅ** veta lite mer om det bad vi Karin Ståhl Lindh, ansvarig för hållbarhetsarbetet på Credin Sverige, att utveckla vad vi gör:

-Vårt hållbarhetsarbete tar avstamp i FN:s 17 globala mål för hållbar utveckling. Av dessa har Orkla valt ut fem områden att särskilt fokusera på, näring och hälsa, säkra produkter, hållbara leverantörer, engagemang i miljön samt omsorg om människa och samhälle. Anledningen till att vi valt just dessa, är att det är de områden som är mest relevanta för vår verksamhet och där vi kan göra störst nytta.

## **30 % mindre brännbart avfall och 100 % grön el.**

Men vi har såklart länge arbetat med miljöfrågor hos Credin Sverige. Under många år har vi jobbat hårt med att minska vårt brännbara avfall. Dels genom att sortera mera – material som går att återvinna ska inte eldas upp – dels genom att se till att avfall inte skapas. Noggrann produktionsplanering kopplat

till vårt behov av råvaror bidrar till minskat spill. Under 2021 genomförde vi våra hittills största förändringar och minskade det brännbara avfallet med hela 30 %.

Ett annat exempel är el och energi, ett hett ämne i dessa dagar. Vi är glada och stolta över att Credin Sverige sedan januari 2021 använder 100 % grön el. Hela vår maskinpark är eldriven och ingen del av produktionen drivs av fossila bränslen.

## **Hållbarhet är mer än miljö.**

Det är lätt att stanna tanken kring hållbarhet vid att arbetet handlar om enbart miljö; avfall, utsläpp och energi. Men hållbarhet är också att råvarorna vi köper in ska vara hållbart odlade och framställda, både för miljön och för människorna som är inblandade i alla led, från jord till bord. Produkterna vi sen producerar ska vara säkra att framställa för vår personal, att hantera för våra kunder och att äta för konsumenten.

Tillsammans med Orkla granskar vi därför alla våra leverantörer, inte bara för att få en högkvalitativ råvara med alla önskade egenskaper, utan också för att tillgodose mänskliga rättigheter i alla led.

Hållbarhet är också helt enkelt att individen mår bra. Och då ska vi ska äta gott och nyttigt. Credin Sverige har nu fokus på att utveckla hälsosamma produkter med mycket fullkorn och mindre salt och socker. I detta arbete ingår också att i möjligaste mån justera de produkter vi redan har, i enlighet med våra målsättningar.

## **Sponsring av ungdomsidrott.**

Att visa omtanke om omvärlden, våra anställda, kunder och samhället i stort är också hållbarhetsarbete. Vi sponsrar till

*Vårt hållbarhetsarbete tar avstamp i FN:s 17 globala mål för hållbar utveckling.*



exempel ungdomsidrott i vår egen kommun, Stenkullen. Vi har också under många år skänkt pengar till Barncancerfonden.

På vår egen arbetsplats jobbar vi hårt med arbetsmiljön. Ingen ska skada sig på jobbet. Under de senaste 14 månaderna har vi inte haft några incidenter där någon blivit sjukskriven. Något vi är mycket stolta över!

Vårt hållbarhetsarbete utvecklas och utvidgas hela tiden. Att arbeta hållbart på alla fronter är ett ansvar vi har, nu och inför framtiden. Vi driver och bär det ansvaret med stolthet.

## CREDINS **5** HÅLLBARHETSMÅL

- Nutrition & Wellness: Utveckla hälsosammare produkter och uppmuntra till en hälsosam livsstil.
- Safe products: Se till att våra produkter är säkra att producera, hantera och konsumera.
- Sustainable sourcing: Såväl ingredienser som råvaror och förpackningar ska vara hållbara.
- Environmental engagement: Fokus på avfall, vatten, energi, CO2-utsläpp.
- Care for people & society: Omtanke om både anställda, kunder och samhället i stort.

*Detta är de fem av FN:s 17 globala hållbarhetsmål som är mest relevanta för oss.*

## Våra kärnvärden

# – ledstjärnor som visar oss den rätta vägen.

**Med våra kärnvärden vill vi skilja oss från våra konkurrenter och ge dig som kund ett unikt erbjudande. Vi ska vara unikt företag, lätt att känna igen, både i det vi faktiskt gör och i hur vi uppfattas. Vi och våra produkter ska uppskattas av både dig och dina kunder.**

**VI INGÅR I** Orklagruppen, och känner att vi delar hela gruppens kärnvärden – modiga, pålitliga och inspirerande. Men vad menar vi rent praktiskt med det?

**MODIGA** betyder att vi vågar, på flera sätt: Vi vågar prova nya vägar, sätta ambitiösa mål samt ta oss an och slutföra

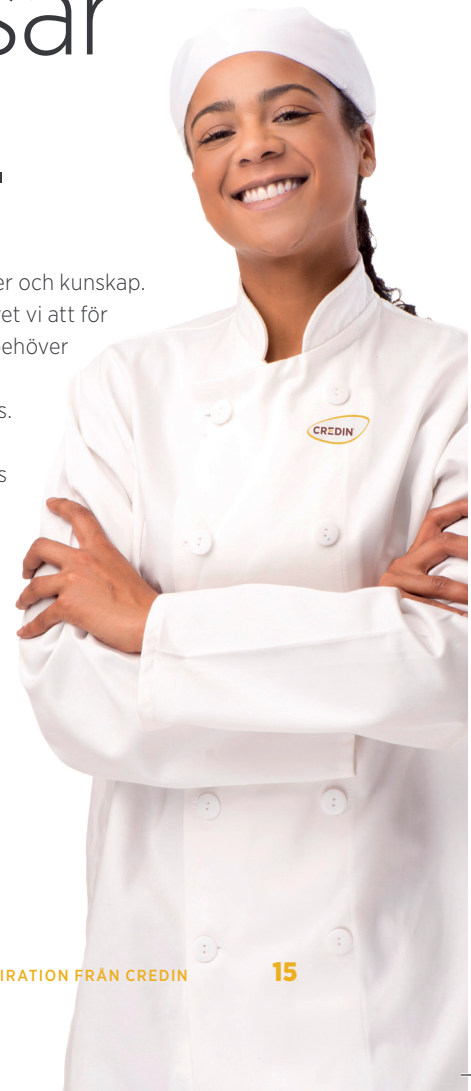
Inspirerande  
Modiga  
Pålitliga

svåra uppdrag och utmaningar. Det betyder också att vi utmanar oss själva att överträffa kundernas förväntningar. En Credinare gör alltid det där lilla extra som ger dig den absolut bästa lösningen.

**PÅLITLIGA** betyder att vi tar ansvar, både gentemot varandra och våra kunder. Vi är ärliga och håller alltid våra löften. En Credinare kan man alltid lita på.

**INSPIRERANDE.** En äkta Credinare inspirerar. Vi inspirerar varandra, våra kunder och andra genom att hjälpa varandra och dela med oss av

erfarenheter och kunskap. På Credin vet vi att för att lyckas behöver vi jobba tillsammans. Jobbar vi tillsammans och i nära samarbete med våra kunder, blir det roligare att jobba och lättare att lyckas.



# saffran

## Därför är saffran världens dyraste krydda

**Saffran är världens dyraste krydda, och har genom historien använts till väldigt mycket; som medicin, färgmedel och parfym, och för att färga och smaksätta vetebröd, som våra lussekatter.**

Redan för 6 000 år sedan omnämndes saffran på sumeriska stentavlor. Saffran ansågs ha medicinska egenskaper. Man trodde att den kunde förebygga bakfylla, höja sinnesstämningen, minska depressionssymptom och hjälpa mot sömnsvårigheter. Saffran anses idag av vissa forskare kunna skydda hjärnceller och vara bra mot mag- och menstruationsproblem.

Det höga priset beror på att det krävs

ca 150 000 saffranskrokusar, som plockas och rensas för hand, för att få 1 kg torkad saffran. För att få de ca 300 ton saffran som produceras årligen måste man alltså handplocka 45 miljarder blommor, främst i Iran.

Ett väldigt högt pris lockar naturligtvis till förfalskningar, men det kan också ha ett högt pris. År 1444 blev en person i Nürnberg bränd på bål för att ha förfalskat saffran, och 1456 blev tre



personer levande begravda för samma brott.

Saffranspistillen består av ett märke och en bas. Pistillens märke är rött och basen är vit. Basen blir ljus gul när pistillen torkas.

Saffranskvalitéerna benämns Coupé, Mancha, Rio eller Sierra. Coupé-kvalitén består enbart av pistillens märke, den röda och mest smakfulla delen av pistillen. Vid kvalitéerna Mancha, Rio och Sierra används även pistillens bas, i större eller mindre omfattning. Basen ger inte samma smak som pistillens märke och därmed ger saffran som innehåller delar av pistillens bas mindre smak och färg till bakverken.

Den saffran som Credin Sverige använder vid produktion av saffranspastor under varumärket Hagelberg's består enbart av kvalitén Coupé, alltså enbart av pistillens märke, den allra finaste och smakfullaste delen av pistillen. Denna kvalitet kallas också Kategori 1.

**FÖR ATT GE** dig ännu mer inspiration att fylla din kondisdisk med saffransbakverk får du här ett smakfullt recept. Lycka till!



## SAFFRANSAMARETTI

### INGREDIENSER

Mandelmassa 50/50	1000 g
Socker	700 g
Hasselnötter rostade hackade	400 g
Saffran Hbg Premium	40 g
Äggvita	ca 340 g
Florsocker	

### ARBETSBEKRIVNING

Blanda mandelmassa, socker, hasselnötter och saffran med vinge tills mandelmassan fördelat sig. Tillsätt äggvita tills massan är spritsbar. Spritsa upp massan på florsocker. Rulla till kulor och sätt av på plåt. Baka av i 170° C ca 15 min.



# Kesskos moussepulver

– naturliga smaker och god ekonomi

**Med moussepulver från Kessko gör du snabbt, enkelt och kostnadseffektivt en riktigt god mousse. Utan att kompromissa med smak eller kvalitet. Eller med det naturliga: Kessko använder enbart naturliga aromer och riktig frukt i sina moussepulver.**

**ALLA MOUSSEPULVER INNEHÅLLER** torkad frukt, antingen i bitar eller i form av pulver. Vilket såklart ger fina, naturliga smaker. Därför upplevs de som "äkta" och "mycket goda" i våra smaktester. Du levererar fina bakverk samtidigt som du sparar tid och pengar.

Det är allt fler som inte vill äta vanligt socker. Vill du göra

goda moussebakverk för dem, rekommenderar vi sortimentet Diabella, sötat med maltitol. Där finns tre smaker, choklad-, citron- och jordgubbsmousse.

Som inspiration bjuder vi på recept på en härlig blodapelsintårta. Låt dig väl smaka! Även dina kunder kommer att älska den!

## BLODAPELSINTÅRTA

### INGREDIENSER

#### Kokosbotten

Mormors Ljusa Kaka	1000 g
Kokos	200 g
Rapsolja	300 g
Vatten	500 g

#### Blodapelsingelé

Kessko Blodapelsinmousse	200 g
Vatten (Varmt)	400 g

#### Blodapelsinmousse

Kessko Blodapelsinmousse	200 g
Vatten	250 g
Grädde	1000 g

#### Kardemummamousse

Kessko Neutral gräddmousse	150 g
Vatten	200 g
Kardemumma	10 g
Grädde	1000 g

### ARBETSBESKRIVNING

#### Kokosbotten

Blanda ingredienserna på låg hastighet i 4 min. Fördela smeten i 16 cm anslagsringar. Baka av i 180°C i ca 20 min.

#### Blodapelsingelé

Vispa ihop moussepulvret med vatten. Fördela i tre stycken 16 cm silikonformar. Frysas.

#### Kardemummamousse

Vispa grädden löst. Lös upp moussepulvret i vatten. Tillsätt kardemumma och blanda ner i grädden. Fördela moussen i tre stycken 16 cm silikonformar. Frysas.

#### Blodapelsinmousse

Vispa grädden löst. Lös upp moussepulvret i vatten och blanda ner i grädden.

#### Montering

Dela en kokosbotten i tre och placera i botten av 3 st 18 cm silikonformar eller anslagsringar. Ta ut blodapelsingelén och kardemummamoussen från frysen och placera på botten. Fyll upp tårtan med Blodapelsinmousse. Frysas.

Ta ut tårtan och spraya med röd och gul kakaospray. Dekorera efter eget tycke och smak.



## KVALITET OCH KUND- ANPASSNING SEDAN 1905

Kessko, formellt namn Kessler & Comp. GmbH & Co. KG, grundades i Hilden utanför Düsseldorf år 1905 av Gustav Kessler. Affärsidén var att utveckla och producera ingredienser av hög kvalitet för bagerinäringen.

Tidigt bestod sortimentet av bland annat moussepulver, marsipan, nötnougatmassa och andra produkter baserade på mandel och hasselnötter. Sortimentet har med tiden breddats med exempelvis choklad- och kakaoprodukter.

En stor del av försäljningen består av produkter utvecklade i samarbete med enskilda kunder. 1917 flyttade firman till Bonn, där Kessko fortfarande finns kvar med utveckling, produktion, lager och administration.

Kessko är fortfarande ett familjeföretag och ägs till 100 % av familjen Kessler.



- Omsättning:  
ca 350 MSEK
- Ca 800 artiklar i  
sortimentet.

### Kesskos moussepulver utan tillsatt laktos eller mjölkpulver\*

ART. NR.....	NAMN .....	FÖRPACKNING
1697.....	Apelsinmousse.....	3 kg hink
1716 .....	Caramel-krokantmousse.....	3 kg hink
1698 .....	Chokladmousse.....	3 kg hink
1696 .....	Citronmousse .....	3 kg hink
1693.....	Hallonmousse.....	3 kg hink
1692.....	Hasselnötsmousse .....	3 kg hink
1702.....	Irish coffeemousse.....	3 kg hink
1695.....	Jordgubbsmousse .....	3 kg hink
1691 .....	Maracuja/Peachmousse .....	3 kg hink
1703.....	Nougatmousse .....	3 kg hink
1729.....	Skogsbärs­mousse .....	3 kg hink
1699 .....	Svartvinbärs­mousse .....	3 kg hink

\*Kan innehålla spår av mjölk då tillverkning sker på samma produktionslinje som övriga moussepulver

### Kesskos moussepulver

ART. NR.....	NAMN .....	FÖRPACKNING
1697.....	Apelsinmousse.....	3 kg hink
1709 .....	Blodapelsinmousse .....	3 kg hink
1715 .....	Blåbärs­mousse.....	3 kg hink
1716 .....	Caramel-krokantmousse.....	3 kg hink
1698 .....	Chokladmousse.....	3 kg hink
1711.....	Chokladmousse vit .....	3 kg hink
1696 .....	Citronmousse .....	3 kg hink
1693.....	Hallonmousse.....	3 kg hink
1692.....	Hasselnötsmousse .....	3 kg hink
1702.....	Irish coffeemousse.....	3 kg hink
1695.....	Jordgubbsmousse .....	3 kg hink
1690 .....	Mangomousse .....	3 kg hink
1691 .....	Maracuja/Peachmousse .....	3 kg hink
1694 .....	Neutral gräddmousse.....	3 kg hink
1703.....	Nougatmousse .....	3 kg hink
1725.....	Päronmousse.....	3 kg hink
1708.....	Rabarbermousse m jordgubbsbitar .....	3 kg hink
3950.....	Salty Caramelmousse .....	3 kg hink
1729.....	Skogsbärs­mousse .....	3 kg hink
1699 .....	Svartvinbärs­mousse .....	3 kg hink
1710 .....	Ägglikör­mousse.....	3 kg hink

### Diabella

Vi har även moussepulver sötade med maltitol istället för med vanligt socker. Diabella kallar vi dessa.

ART. NR.....	NAMN .....	FÖRPACKNING
3645.....	Chokladmousse Diabella.....	2 kg hink
3646.....	Citronmousse Diabella .....	2 kg hink
3650.....	Jordgubbsmousse Diabella .....	2 kg hink

WE  
CREATE  
SOLUTIONS

## TILLSAMMANS SKAPAR VI FRAMGÅNG

Credin arbetar ständigt för att göra det lättare för bagerier och konditorier att nå sina mål. Det gör vi genom att leverera högkvalitativa och innovativa ingredienser och en förstklassig service. Tillsammans med våra kunder skapar vi framgång. Det är så vi har jobbat ända sedan starten 1930.

Vi kompromissar aldrig med våra kärnvärden – **modiga, pålitliga och inspirerande**. Vi vågar ta oss an våra kunders utmaningar, vi tar ansvar för våra åtaganden och de lösningar vi presenterar och vi vill inspirera till utveckling.

**Credin skapar lösningar för dig.**

CRE DIN



Credin är stolt huvudsponsor.

Elvägen 4, 443 61 Stenkullen  
Telefon: 0302 252 00, info@credin.se, www.credin.se

