

Flaskevann i Norge

Av Øyvind Grimsland

Øyvind Grimsland er ansatt ved Ringnes Farris

Innlegg på Fagtreff 8. februar 1999

I uminnelige tider har mennesker latt seg fascinere av naturlige kilder, og med kjemiens utvikling på 1700-tallet ble det etter hvert mulig å analysere vannet fra disse. I denne epoken begynte også den engelske presten og naturforskeren Joseph Priestly å eksperimentere med kullsyreimpregnering av vann. Med disse kunnskaper fikk man viktige grunnlag for industriell tapping av flaskevann, og både "kildebaserete" og "kunstige" varianter så etter hvert dagens lys.

Det antas at A. Parelius Mineralvann-fabrikk, etablert i Oslo sent på 1800-tallet, også tappet kullsyreholdig vann, og var en av de første norske produsenter. Få år senere prøvetappet man kildevann fra Larvik Bad på flasker under navnet "Salus", som i 1915 ble omdøpt til "Farris". Utover 1900-tallet lanserte bl.a. bryggeriene flere typer kunstige mineralvann, ofte som "Selters" og "Soda", men fellesnevneren så langt var at produktene var kullsyreholdige.

I Norge ble det startet tapping av kullsyrefritt vann i 1970, i Kragerø.

Denne virksomheten ble videreført i Imsdalen fra 1971, med produktet "Norwater". Dette var i hovedsak eksportrettet over flere år, men har etter lansering som "Imsdal" blitt rettet mot det norske markedet, hvor det er et av de dominerende kildevann. De senere 5 - 6 år har vi opplevd en positiv utvikling for flaskevann i Norge, og i dag er produkter som "Imsdal", "Olden", "Farris" og "Christians" velkjente begreper for de fleste av oss.

Hensikten med dette foredraget er å diskutere noen aktuelle aspekter for flaskevann, sett med en av aktørenes øyne.

Produkter og forskrifter

Mangfoldet blant produktene gir grunnlag for ulike inndelinger og definisjoner. Ofte blir hovedproduktene benevnt som:

- * Kullsyreholdig vann på flaske
- * Kullsyrefritt vann på flaske
- * Kullsyrefritt vann på dunker (18,9 L til kildevannskjølere)

Denne modellen tar utgangspunkt i markedssegmenter, eller brukersituasjoner, og har ofte sin berettigelse.

FLASKEVANN I NORGE - HOVEDINNDELING OG FORSKRIFTER

VAREBETEGNELSE	EKSEMPLER	FORSKRIFT VEDR. VANN
Naturlig Mineralvann	Farris - Olden	Forskrift om utvinning og frambud mv av naturlig mineralvann og kildevann
Kildevann	Imsdal - "Coolers"	Forskrift om utvinning og frambud mv av naturlig mineralvann og kildevann
Mineralvann tilsatt salter og aromastoffer	Schwepes Soda - Giltre - Frisk	Forskrift om vannforsyning og drikkevann m.m.

ANDRE AKTUELLE FORSKRIFTER

- Næringsmiddel-forskriften
- Hygieneforskriften
- Merkeforskriften
- Forskrift om tilsetningsstoffer
- IK-MAT-forskriften
- mm

Fig. 1: Flaskevann i Norge - Hovedinndeling og forskrifter

Men vi har opplevd en rekke endringer i gjeldende regelverk de seneste år, primært som følge av tilpasninger til EU. Derfor kan det også være hensiktsmessig å benytte varebetegnelser og aktuelle forskrifter for klassifisering:

I de spesifikke forskriftene for vann er forhold som vannets opprinnelse, helsemessig sikkerhet, vilkår for vannbehandling og merking av produkter sentrale elementer. Det bør også nevnes at hvorvidt et produkt er kullsyreholdig eller kullsyrefritt, ikke er avgjørende for valg av varebetegnelse/forskrift det godkjennes etter. Man finner f.eks. naturlige mineralvann både med og uten kullsyre, men separate regler gjelder for merking av denne egenskap.

En rekke øvrige forskrifter har også relevans, og totalt sett er vi langt på vei harmonisert med EU i så henseende.

Dermed driver aktørene i vannbransjen en gjennomregulert virksomhet, som også er underlagt offentlige tilsyn og godkjenningsordninger. I dette ligger åpenbare fordeler for både forbrukere og aktører, på sikt er alle tjent med at hensiktsmessige rammebetingelser er etablert. Men samtidig må det erkjennes at nye forskrifter har elementer som er vanskelige å tolke, og kan avvike fra enkelte av våre tradisjonelle oppfatninger om vann som et næringsmiddel.

Markedsutvikling

Som nevnt er det utover 90-tallet den markerte utviklingen har kommet for flaskevann i Norge (volumene i grafen er estimert, evt. avvik er sannsynligvis minimale):

Vi ser at totalt volum er doblet over 4 år, og at økningen er høy for både

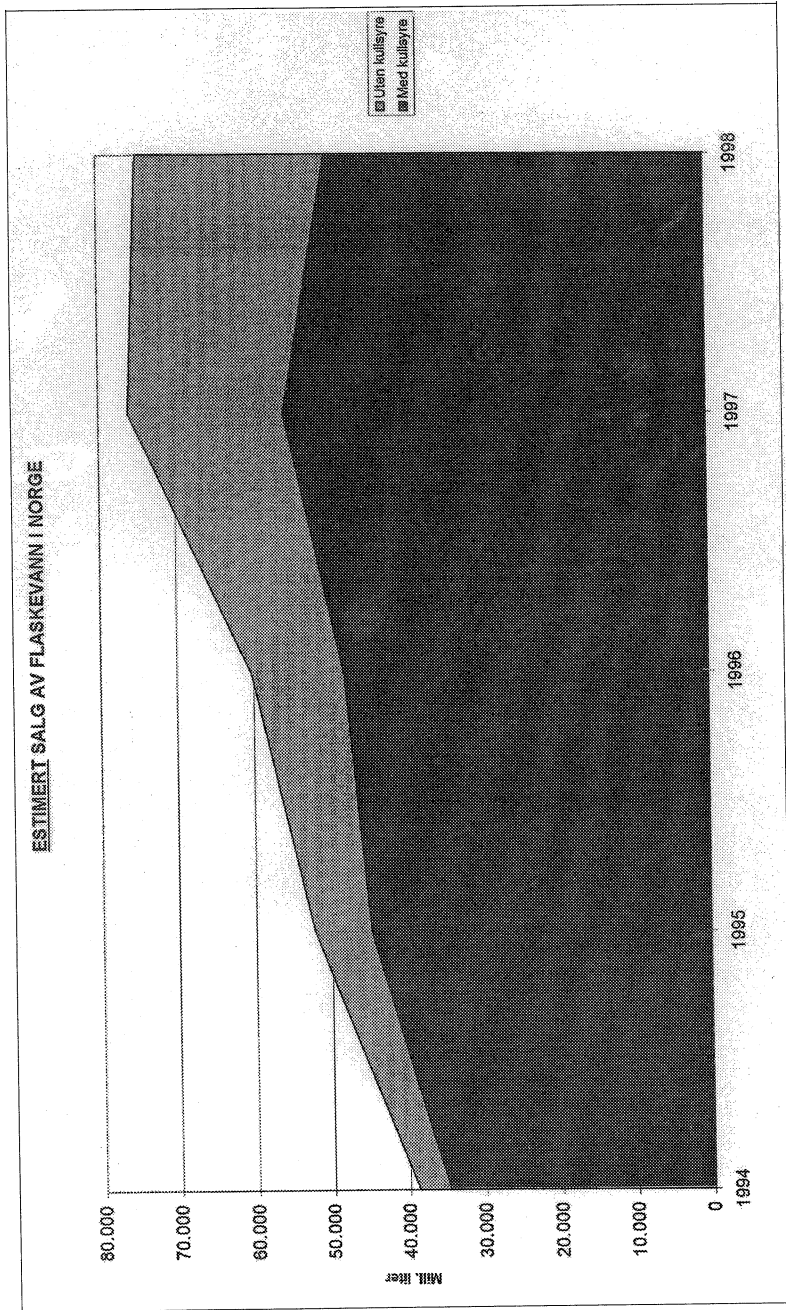


Fig. 2 Estimert salg av flaskevann i Norge

FORBRUK AV FLASKEVANN I NOEN EUROPEISKE LAND 1997 (EKS. "COOLERS")

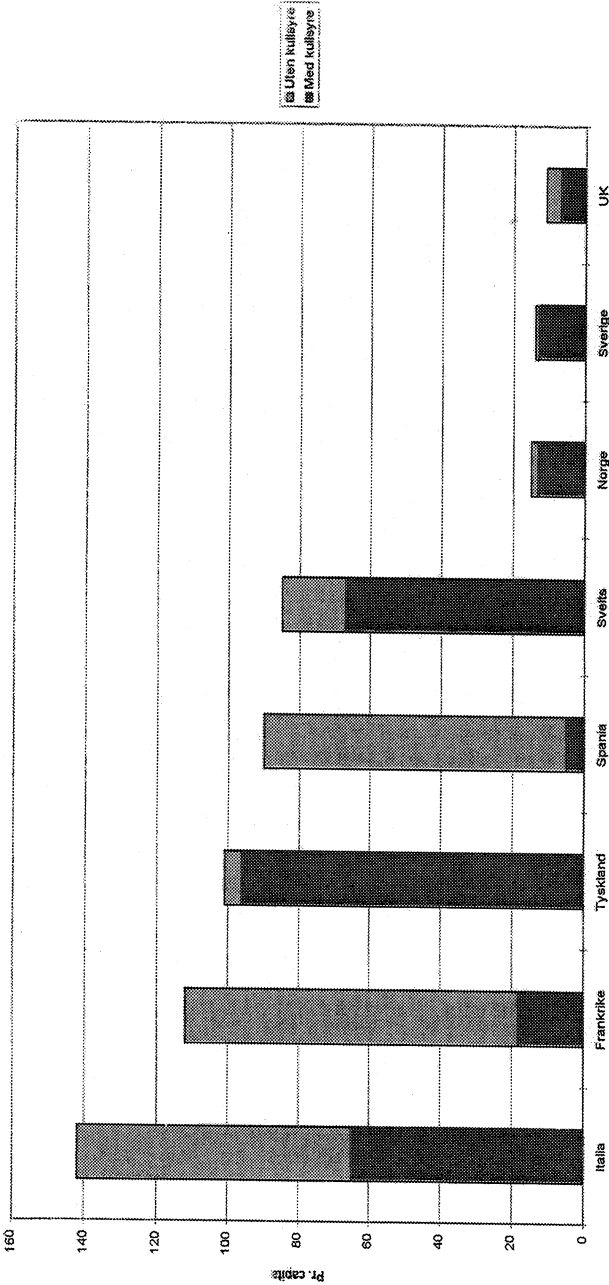


Fig. 3. Forbruk av flaskevann i noen europeiske land 1997 (eks. "coolers")

kullsyreholdige og kullsyrefrie produkter. Mekanismene bak dette er sammensatte, men vesentlige faktorer er:

- * Vi opplever en generell fokus på helse
- * Flere seriøse aktører har satset i markedet, og drevet merkevarebygging
- * Det er utviklet et bredt spekter av produkter som forbrukerne verdsetter og etterspør.

Eksempler kan være aromatiserte varianter av kullsyreholdige produkter, og utbredelsen av kildevannskjølere siste 2 - 3 år.

På en annen side må det fremheves at vi tross alt har et beskjedent forbruk av flaskevann i Norge, sett med internasjonale øyne:

I denne grafen er riktignok forbruk via kildevannskjølere ikke inkludert. Men det endrer ikke det faktum at forbruket i Norge, målt pr. capita, er anslagsvis 12 - 20 % av det man finner i en rekke europeiske land. På denne bakgrunn kan man stille spørsmål om ikke den fokus som rettes mot "flom av kjøpevann" i for stor grad baseres %-vis vekst, fra et svært marginalt utgangspunkt ?

Kvalitet

Det er få, om i det hele tatt noen, som er uenige i at vann er vårt viktigste næringsmiddel. De aller fleste vil nok også slutte seg til at vann er det beste middel for å dekke vårt fysiologiske væskebehov, forutsatt at det har "god kvalitet". At dette uttrykket innbefatter egenskaper som helsemessig betryg-

gende, og god sensorisk kvalitet, er udiskutabelt. Men utover disse grunnleggende tanker ser man at vurderinger og utsagn vedr. kvalitet er mer sprikende, og ofte farget av hvilken innfallsvinkel man har. Dette inkluderer de de grupper som er representert her i dag, og vi ser at våre ytringer i noen tilfeller preges av angrep på øvrige "vannleverandører".

Debatten om kommunalt drikkevann kontra flaskevann inneholder også slike elementer. Innen vår bransje reageres det f.eks. sterkt på hvordan parameteren "heterotroft kimtall" håndteres. Sentrale myndigheter har vedtatt forskrifter som forbyr desinfeksjon av flere typer flaskevann, og aksepterer den utvikling av vannets naturlige bakterieflora som dermed vil komme. Samtidig angripes vår bransje ved noen anledninger av andre offentlige miljøer, av nettopp det sistnevnte forhold. I ett tilfelle oppgir f.eks. en av våre kunder på kildevannskjøler at lokal tilsynsmyndighet frarådet å drikke produktet, da man hadde funnet et kimtall som overskrider drikkevannsforskriftens norm for vann levert på nett i det. For ordens skyld nevnes at indikatorbakterier for patogene organismer ikke er funnet i produktene.

Når begrepet "kvalitet på flaskevann" diskuteres er m.a.o. argumentene i stor grad preget av den som fremfører dem, og ofte rettet mot produktet / vannet som sådan fra en teknisk synsvinkel. Dette er ikke den eneste, eller nødvendigvis beste, måten å tilnærme seg begrepet på. Er det ikke mer riktig å ta utgangspunkt i den viktigste parten,

KVALITET - FLASKEVANN

«Kvalitet er å oppfylle forbrukerens krav og forventninger»

Tilgjengelighet

Sikkerhet

Helse

Livsstil

Image

Valgfrihet



Sensorikk

Kjemisk /fysisk

Mikrobiologi

Volum

Egnethet

Etikett/merking

Fig. 4: Kvalitet - flaskevann

nemlig forbrukeren? Og denne vil ha ofte ha et par oppfatninger vi bør merke oss:

- * Kvalitet er å oppfylle en rekke krav og forventninger
- * Kvalitet er langt mer enn produkt kvalitet / vannkvalitet

Selv om marketing ikke er mitt fagfelt, forsøker jeg å utdype dette ved:

Samsvar med sensoriske, kjemiske/ fysiske og mikrobiologiske krav er som sagt sentralt. Men vel så viktig er en rekke øvrige egenskaper, av både praktisk og følelsesmessig karakter. Vi har

sett at forhold som emballasjeutvikling og tilgjengelighet kan øke forbrukerens aksept, som f eks. ved å erstatte glassflasker med ref-PET, eller å gi tilgang til kaldt kildevann på et kontor (kaffe-forbruket synker !). For "Farris" har vi fått nye brukere ved lansering av aromatiserte varianter, flere av disse har trolig "konvertert" fra lett-brus. For mange er det å drikke kildevann også blitt et uttrykk for en sunn livsstil, hvor man ønsker å velge naturlige og sunne produkter.

Min konklusjon på dette er at forbrukerne selv må avgjøre hva som er god kvalitet for dem. Det er individuelt, og vi kan ikke fortelle dem den "hele og fulle sannhet". Vår oppgave må heller være å gi dem gode alternativer å velge mellom, slik at rent og trygt vann blir en større del av vårt daglige væskeinntak. Og vi er vel enige om at det er det viktigste ?