



Norwegian Centres of Expertise  
**NCE Culinology**

## Å ta et produkt fra kjøkkenbenk til dagligvare

- Kunnskap og tilgjengelighet er avgjørende for å ta en matidé fra kjøkkenbenk til butikk. Dessuten må gründerne sjekke om markedet vil ha idéen. Det sier Helge Bergslien fra NCE Culinology til vinnerne i Det norske måltid 2014.

En del av premien til vinnerne var en workshop i Måltidets Hus, der temaene var å sikre nok produksjon, emballasje og markedstilgang. - Ting tar tid, men vi ser at mange har gode produktideer som alle i familie og nettverk liker godt, problemet er at de ikke sjekker ut ideen med fagfolk og marked. Ofte stopper det der, sier Bergslien.

### **Adams Matkasse deler erfaring**

Landslagskokk og gründeren bak Adams Matkasse (omsetter over 30 millioner kroner), Adam Schive Bjerck jobber med råvarene han sender hjem til 11.000 husholdninger hver uke. Der ligger det både ingredienser og oppskrifter til gode, smakfulle og næringsrike hverdagsmiddager. Han hadde klare beskjeder til produsentene.

- Våre middagsråvarer skal ha god smak, kvalitet, holdbarhet og konkurransedyktig pris. De som leverer til oss må kunne klare så store leveranser som vi krever. Vi er også svært opptatt av design og spesialforpakninger som passer til en middagsrett, påpeker Schive Bjerck.

### **Sikre vinnere god utvikling**

Det norske måltid vil gi finalistene helt konkret veiledning for videre utvikling av produkter og forretningsideer. - Vi vet at oppmerksomheten rundt Det norske måltid gir mange muligheter for vekst. Derfor vil vi ruste finalistene til å sikre sine gründerarbeidsplasser lokalt, sier Kristin Austigard og Sigve Skretting i Det norske måltid.

### **Fra diplom til butikk**

Flere av vinnerne i Det norske måltid rapporterer om økt interesse og anerkjennelse for sine produkter. Men det er vanskelig å måle om det gir økt salg og inntjening. - Derfor er vi glade for at NCE Culinology ville gi premien et reelt innhold. Våre deltakere skaper innovasjoner, arbeidsplasser og verdier, sier Austigard.

### **Kunnskap for videre utvikling**

Workshopen i Måltidets Hus diskuterte å skape en stor nok produksjon til å nå hyllene i dagligvarebutikkene, uten å måtte kompromisse på smak og kvalitet. Emballasje og logistikk var også på agendaen. Flere ekspert fra produktutvikling, dagligvare og gründerelskaper delte sine erfaringer.

- Det er veldig kjekt å kunne dele kunnskapen slik at finalistene i Det norske måltid får med seg denne ekstraverdien, sier Helge Bergslien i NCE Culinology.

Det norske måltid er straks klar til å lansere konkurransen for 2015.

**Følg Det norske måltid på:**

Facebook.com/detnorskemaaltid

Twitter: @DNMaltid

Instagram: @detnorskemaltid #dnmaltid14

www.detnorskemaltid.no

**Kontakt:**

Kristin Austigard [ka@ipaxmat.no](mailto:ka@ipaxmat.no) mobil: (+47) 90 19 38 77

Sigve Skretting [ssk@ipaxmat.no](mailto:ssk@ipaxmat.no) mobil (+47) 90 75 10 25

Det norske måltid startet i 2008 og er nå landets viktigste matpris.

**Her er vinnerne av Det norske måltid 2014:**

Vinner av Årets det grønne – naturelle:

Piccolotomater, Wiig Gartneri AS, Rogaland

Vinner av Årets det grønne – bearbeidet:

Friskpressed Rabarbra Naturell, Köhler-paviljongen, Rogaland

Vinner av Årets kjøtt – naturelle:

Heil Lårstek "Black Turkey", Økodrift Homlagarden AS, Hordaland

Vinner av Årets kjøtt – bearbeidet:

Fenalår av villsau, DalPro Gårdsmat, Sør-Trøndelag

Vinner av Årets meieriprodukt – naturelle og bearbeidet:

Kraftkar, Tingvollst, Møre og Romsdal

Vinner av Årets godbit – åpen kategori:

Klippfisk 321 Ovn, Jakob og Johan Dybvik AS, Møre og Romsdal

Vinner av Årets sjømat – oppdrett naturelle:

Vesters (flatøsters) Vest i havet AS, Hordaland

Vinner av Årets sjømat – bearbeidet:

Røkelaks, Ryfylkelaks AS, Rogaland