

matlyst

- for alle som jobber med mat i nord



NHO Reiseliv Nord-Norge:
10 år med Arktisk Verdiskaping



Kompetansenettverket for lokalmat

Kompetansenettverket hjelper deg!

Vi skal bistå små og mellomstore matprodusenter og serveringssteder med fokus på lokal mat til å lykkes med videre utvikling og verdiskaping. Kompetansenettverket er et landsdekkende tilbud. Gjennom kontakt med ditt regionale nettverk får du tilgang til matfaglig, bedriftsfaglig og markedsfaglig kompetanse i hele landet.

Matkontaktene

...kan du ringe til og spør om all slags problemstillinger innen lokal matproduksjon. I de senere åra har vi også hatt en del reiselivsbedrifter som satser på lokal mat som våre kunder. Dersom vi ikke kan hjelpe deg videre, kan vi gjennom vårt landsomfattende nettverk henvise deg til rette instans. (se oversikt og kontaktinfo til matkontaktene på baksiden av Matlyst).

Besøksordningen

I besøksordningen kan du få tilbud om et gratis besøk av en aktuell rådgiver inn i din egen virksomhet. Det kan være en kompetanseperson fra et matfaglig miljø eller annet, basert på det behovet du og din bedrift måtte ha. Kompetansenettverket i nord satser spesielt på å formidle produsentoverført kompetanse. I løpet av besøket kan det utføres noe konkret

arbeid i tillegg til rådgivning og en enkel analyse for å kartlegge dagens situasjon, potensialet og behov.

Oppfølgingstiltak

Enkelte virksomheter kan også få tilbud om videre oppfølgingsprosjekt med en kostnadsramme på inntil 30 000 kroner med en egenandel på 20 %. Søknader om oppfølgingstiltak sendes via kompetansenettverket (Bioforsk Nord Holt) til Innovasjon Norge, som behandler disse relativt raskt. Oppfølgingstiltak kan brukes til for eksempel hospitering i annen bedrift, menyutvikling, utvikling av planløsninger mv.

Kurs, produsentgrupper og andre tiltak som for eksempel smaksverksted

Vi samarbeider med en rekke kurstilbydere om kurs i hele landsdelen. Produsentgrupper er en blanding mellom kurs og besøksordning, hvor en liten gruppe bedrifter i samme geografiske område har en felles kursdag og et kortere besøk ute i egen bedrift. Ønsker og behov for tema kommer som oftest fra produsentene, slik at du har selv mulighet til å komme med innspill til kurs og andre kompetanstiltak for neste sesong!

Kursnavn	Sted	Dato	Kursarrangør	Kontakt
Kurs i beredskap og sporing	Trondheim	6. juni	Matnavet i Midt-Norge	beth.tronstad@ntfk.no
Basiskurs i diplomutdanning i kjøttfag (10 sp) Påmeldingsfrist 29. juni	Ås	04.09.2012- 13.06.2013	Nofima	bjorg.narum@nofima.no
Basiskurs i emballaering (15sp) Påmeldingsfrist 22. juni	Ås	10.09.2012 - 24.04.2013	Nofima	marit.kvalvag.pettersen@ nofima.no
Kurs i gammelost	Hemsedal	Sommer	Norsk Gardsost	Bitten Brennhovd, tlf. 95251901
Feltkontrollørkurs	Midt-Norge	Flere i 2012	Mære landbruksskole	beth.tronstad@ntfk.no
Grunnkurs i ysting med Michele Lepage	Öland, Sverige	10.- 14.09.2012	Eldrimner	bengt-ake@eldrimner.com
Ystning - smör,ricotta, creme fraiche med Michele Lepage	Öland, Sverige	15.sept	Eldrimner	bengt-ake@eldrimner.com
Pølsekurs	Vesterålen	13. sept, 11. okt. og 1. nov 2012	Landbrukstjenesten Midtre Hålogaland (LMH)	marte.sorbo.hoholm@lr.no
Nedskjæring av elg	Indre Troms	Høst	Bondens Marked Tromsø	Lise.Haug@bioforsk.no
Avklaringskurs - skal skal ikke	Tromsø	20.sept	Innovasjon Norge Troms	tove.forsa@innovasjonnorge.no
Avklaringskurs - skal skal ikke	Harstad	25.okt	Innovasjon Norge Troms	tove.forsa@innovasjonnorge.no
Lokal foredling og omsetning av mjølk del 1	Aurland	Okt/nov	Sogn jord og hagebruksskole (SJH)	57 63 26 50
Nybegynnerkurs i ysting ved Kristina Åkermo	Østersund, Sverige	29.-30.okt	Eldrimner	bengt-ake@eldrimner.com
Kunnskap om lokale råvarer/menyutvikling	Finnmark	Høst	Polarurt	polarurt@gmail.com
Turmat/Utematkurs	Helgeland	Vinter 12/13	MON	Cathrine.markussen@mon.no
HACCP for serveringsbedrifter	Senja		Bioforsk	Lise.Haug@bioforsk.no
HACCP for serveringsbedrifter	Vesterålen	Vinter 12/13	LMH	marte.sorbo.hoholm@lr.no
Lage og drifte eget nettportal	Finnmark	Vinter 12/13		Lise.Haug@bioforsk.no
Innføringskurs i ysting av rå mjølk	Aurland	Januar 2013	SJH	57 63 26 50
Lokal foredling og omsetning av mjølk del 2	Aurland	Februar 2013	SJH	57 63 26 50
Turmat/Utematkurs	Søndre Nordland	Høst	MON	Cathrine.markussen@mon.no
HACCP-kurs, spesielt fokus på serveringsbedrifter	Alle fylker		Bioforsk	Ulrike.naumann@bioforsk.no
Sjokoladekurs/konfekt	Tromsø	Vår	Bioforsk	Ulrike.naumann@bioforsk.no
Lage og drifte eget nettportal	Finnmark			Ulrike.naumann@bioforsk.no

Flere kurs er under utarbeiding. Følg med på www.bioforsk.no/matnett! Har du et kursønske? Vet du om kurs som bør være med i oversikten? Ta kontakt med Kompetansenettverket for lokalmat ved hilde.halland@bioforsk.no

Denne utgaven av “Matlyst”

I 2012 er det tiende gang at prisen ”Arktisk Verdiskaping” skal deles ut. Konkurransen er ekte nordnorsk og ble initiert i 2003 av NHO Reiseliv Nord-Norge (den gangen Rbl) i samarbeid med Fylkesmenn i Nordland, Troms og Finnmark og Kompetansenettverk for lokalmat.

Denne utgaven av Matlyst er et tilbakeblikk hvor vi ser på noen av tidligere deltagere: Hvordan har det gått med disse, og hva har de å si om nytteverdien av en slik regional konkurranse? Finnes vinnerproduktene på markedet i dag? Er de videreutviklet, og har det å vinne en slik konkurranse eller få hederlig omtale hatt en effekt for salget?

Vi ønsker leseren en fornøylig reise gjennom Nordland, Troms og Finnmark og noe av det beste, nordnorsk matproduksjon har å tilby. Vær så god – det er servert!



Arktisk Verdiskaping ti år!



Det er med stolthet og glede NHO Reiseliv Nord-Norge feirer ti år med konkurransen Arktisk Verdiskaping. De siste ni årene har sett en fantastisk utvikling hva gjelder produktspekter, interesse og oppmerksomhet for lokal mat, og det har vært spennende og lærerikt å være en del av denne utviklingen.

Da prosjektet ble lansert for ti år siden var det for å stimulere til nyskaping, produktutvikling og bedriftsutvikling innen matsektoren i Nord-Norge, og bidra til å profilere kvalitetsprodukter fra landsdelen. Positive tilbakemeldinger fra deltakerbedriftene, og økende interesse for konkurransen lever i beste velgående den dag i dag.

Selv om konkurransen hvert år kårer en vinner, er ingen tapere. Gjennom hederlig omtale og tilbakemelding til alle produsenter ønsker vi å bidra med faglige innspill på alle produkter som deltar. Vi ønsket å nå ut til både ”grønne og blå” produsenter, og listen over påmeldte produkter har inneholdt alt fra klippfisk til syltetøy, oster og viner, reinsdyr og flatbrød. Et virkelig eksempel på mangfoldet av gode råvarer vi har her i nord.

Prisen har utviklet seg gjennom disse ti årene, men målsettingen har hele tiden vært den samme: Å finne frem til de nye, innovative og gode nordnorske produktene som skal bidra til å sette Nord-Norge på matkartet, og gjøre oss til en matdestinasjon. NHO Reiseliv Nord-Norge ønsker å benytte anledningen til å takke alle våre samarbeidspartnere gjennom årene. Uten både faglig og økonomisk bistand, hadde det vært umulig å arrangere Arktisk Verdiskaping over ti år. Takk for støtten!

Geir Solheim
Avdelingsdirektør
NHO Reiseliv Nord-Norge

Bianca M. Johansen
Prosjektleder
NHO Reiseliv Nord-Norge/Arena Nord

Arktisk Verdiskaping - synliggjør kulturbærere fra hele Nord-Norge

Da jeg første gang fikk se oversikten over produsentene som deltok i Arktisk Verdiskaping, ble jeg slått over antallet produsenter, og mangfoldet i produktutvalget. I tillegg at det var så jevnt fordelt over de tre nordligste fylkene.

Jeg som har viet livet mitt til å reise rundt i landet som artist, og dermed har opplevd så mange kulinariske gullkorn, trodde at jeg hadde en viss oversikt. Men så feil kan man altså ta. At min egen landsdel hadde utviklet seg så enormt og skapt et eget kulinarisk univers med svært høy kvalitet, gjorde meg svært stolt og imponert.

Produsentene skaper og utvikler ”gullet” som synliggjøres blant annet gjennom Verdiskapingsprisen. Entusiasmen og engasjementet fra matbransjen og deltagerne varmet også veldig, og jeg oppdaget hvor viktig denne prisen er. Synliggjøring av vår kulinariske identitet er enormt viktig både for oss selv, men også for alle tilreisende som gjennom dette får sterkere nærhet til folket og landsdelen, og kulturen i Nord-Norge.

Jørn Hoel



Forsidefoto: Joachim Førster var den første vinneren av Arktisk Verdiskaping i 2003.
Fotograf: Tor Guttormsen/Nordlys



Matlyst utgis av Bioforsk Nord Holt
Postboks 2284, 9269 Tromsø

Ansvarlig redaktør: Øystein Ballari

Redaktør: Ulrike Naumann
ulrike.naumann@bioforsk.no
Tlf: 406 42 074

Opplag: 1000

Design og trykk:
www.kursiv.no



Foto: Ragnar Våg Pedersen

Østlia Gårdsprodukter i Kautokeino, Finnmark

- Drives av Joachim Förster.
- Vant Arktisk Verdiskaping 2003 med Reinsdyrsalami.

Juryen om reinsdyrsalami: Den smaker aldeles nydelig! Smaken på pølsa bringer tankene inn på kontinental matvarekultur, og bedriften er svært opptatt av å levere kvalitet.

Joachim Förster har lang fartstid som lokalmatprodusent i Finnmark, og juryen i Arktisk Verdiskaping 2003 som den gangen ble ledet av Aina Bartmann (Edelmann), var ikke i tvil om at Reinsdyrsalamien fortjente førsteprisen. – Prisen er hyggelig å få, utløste en del oppmerksomhet umiddelbart og bidro nok dermed til noen av våre avtaler den gangen, blant annet med Rema, Colorline, Hurtigruten og Norwegian, sier Joachim Förster. Pølsa er fortsatt i salg, men i dag har bedriften gått tilbake fra å levere hovedsakelig en gros til kun å selge direkte til forbruker igjen, både fra gård, på torg og festivaler og til storhusholdning. – Back to basic, kan du si. Dette gjør jeg ut fra den erkjennelsen at bedrifter i min størrelse kun tar ut en rettferdig del av verdiskapingen ved å kontrollere siste leddet i salgskjeden, forteller Joachim. – I dag er pølseproduksjonen igjen et supplement til gårdsdrifta når ressursene tillater det. Produktpalletten er også spisset til å omfatte 5 typer salami, et utvalg som man ikke finner i dagligvarebutikkene.



Foto: Sæterstad gård

Sæterstad Gård i Hattfjelldal, Nordland

- Drives av Siri Kobberød og Knut Kastnes. 4 ansatte.
- Fikk hederlig omtale i Arktisk Verdiskaping 2003 for rakfisklompe, i 2007 for kjøpølse og varmrøkt røye og i 2010 for ferskosten Snøhvit.

Juryen om Snøhvit: Dette er en ærlig ost, både når det gjelder emballasje, design og ikke minst smaken som er god og distinkt, samtidig som det ikke er tvil om at dette er en geitost.

Produktene som fikk hederlig omtale viser bredden i det Siri og Knut holder på med, en produksjon som omfatter både geit, fisk, servering og overnatting. Filosofien er å kjøpe inn minst mulig og være selvforsynt i størst mulig grad, både i det daglige livet, i gårdsrestauranten og konferanseavdelingen og i butikken. Denne måten å drive på er kompetansekrevene, og en motivasjon for å sende inn produkter til Arktisk Verdiskaping er å få vurdert produktene av en profesjonell jury. – Jeg kunne tenkt meg en enda grundigere tilbakemelding på produktene, også til de som ikke vinner, sier Siri.

Sæterstad gård ligger i Hattfjelldal, sør i Nordland kommune, og er kjent for mange gjennom profilering i ulike sammenhenger. – Vi vet derfor ikke om det å få hederlig omtale har gitt økt interesse i gårdsdrifta og økt salg, men all omtale er bra, og prisene gir inspirasjon til det arbeidet vi holder på med, sier Siri Kobberød.

Produktene lever i beste velgående, og mens rakfisklompe serveres i egen gårdrestaurant, kan kjøpølse, varmrøkt røye og Snøhvit kjøpes både på gården og i butikker i regionen. Rakfisk fra Sæterstad gård vant for øvrig NM i Rakfisk i fjor. Gården omsetter for ca. 3 millioner i året, fisk og ost står for størsteparten.

Strandli gård i Fiplingdalen, Nordland

- Drives av Siri og Tor Stabbforsmo.
- Vinner av Arktisk Verdiskaping 2010 med Rabarbrayoghurt og 2011 med blåmuggosten Golvertind.

Juryen om Rabarbrayoghurt: Produsenten tar i bruk eget lokalt råstoff, melk og rabarbra fra egen gård. Nyskapingen ligger i å benytte en klassisk nordnorsk råvare (rabarbra) som er lite i bruk. I tillegg er det i dag få som lager yoghurt i Nord-Norge. Produktet har en enkel og tiltalende design, og har et stort markedspotensial både i storhusholdnings- og dagligvaremarkedet.

Strandli Gård ligger ved Nedre Fiplingvatn i Grane kommune. Siri og Tor Stabbforsmo produserer slaktegris og kumelk. Som tilleggsnæring har gården eget gårdsysteri og et hyttefelt. I skrivende stund legges det også siste hånd på Tømmerstua, opprinnelig satt opp av Tor's tippoldefar i 1870. Stua skal nå brukes til overnatting, restaurant, møtelokale og gårdsbutikk. I gårdsbutikken vil du få kjøpt blant annet vinnerproduktet fra 2011, osten Golvertind.

Gården og produksjonen på Strandli er i en rasende utvikling, og å vinne prisen to år på rad har betydd mye for ekteparet Stabbforsmo. – Strandli Gård ble definitivt satt på kartet, og vi er overveldet av all den gode omtalen i kjølvannet av konkurransen. Det gir inspirasjon og hjelper til å holde interessen oppe hos våre kunder. Dermed har det effekt ikke bare



for osten og yoghurten, men også for alle andre produksjonene på gården, sier Siri.

– Bare vi spiller kortene våre rett nå, så vil vi også ha effekt av suksessen fra 2010 og 2011 i årene fremover, påpeker hun. – Vi har noen utfordringer med volum av produksjonen, blant annet når det gjelder yoghurten. Hadde vi hatt alt klappet og klart litt tidligere, hadde salget gått i taket nå. Men vi er i slutten av en utbyggingsfase, og kommer til å fokusere mye mer på produktutvikling i årene fremover, avslutter hun.

Reisa AS i Nordreisa, Troms

- Daglig leder Bjarne Henry Josefsen.
- Fikk hederlig omtale i Arktisk Verdiskaping 2003 for tyttebærsirup, i 2005 for tyttebærgele og i 2009 for moltemarmelade.

"Endelig en marmelade av molte!" uttalte juryen som likte smaken, konsistensen og aroma og tror at dette helt nyutviklede produktet har potensial i markedet.

Både tyttebærsirup og tyttebærgele er å få kjøpt både regionalt og nå også i Oslo, men tross tilbakemeldingen fra Arktisk Verdiskapings jury i 2009 finnes ikke Moltemarmeladen på markedet i dag. Hvert år råtner store mengder bær i den nordnorske utmarka, men erfaringen viser at det ikke er lett verken å få tak i nordnorske bær eller å få lønnsomhet i produksjon av lokalmatprodukter basert på ville bær. Hermod Larsen, gründer bak Reisamat, har imidlertid klart å bygge opp et grunnlag for en slik bedrift. For vel ett år siden har han overlatt roret til Bjarne Henry Josefsen og de andre eierne i aksjeselskapet som nå heter Reisa AS og produserer nesten utelukkende sirup basert på krøkebær, molte, blåbær og tyttebær. Krøkebær kjøpes inn fra Finnmark mens tyttebær, molte og blåbær kommer fra Finland.

– Per i dag er ikke produksjonen av sirup og gele en heltidssyssel for noen av oss, sier Bjarne. – Men Reisa AS er på offensiven, vi har nå tatt det første steget inn i Oslo-markedet gjennom en avtale med Spesialgrossisten og deres satsning "Godt lokalt". Om vi får fotfeste i det sørnorske markedet, vil vi kunne øke produksjonen, vi har god kapasitet, avslutter Bjarne.



Foto: Reisa AS



Arntzen Vin og Cigar i Lakselv, Finnmark

- Drevet av Arnt M. Arntzen
- Vant Arktisk Verdiskaping 2005 med Nordkapp 2004 (krøkebærvin) og fikk hederlig omtale i 2009 for Togo Dessertvin.

Juryen om Nordkapp 2004: Det er brukt kun lokale råvarer (krøkebær og vann) fra Finnmark, og etikett og produktinformasjon profilerer nordnorsk natur og identitet. Juryen mener Nordkapp 2004 har et bredt bruksområde, og er overbevist om at vinen passer svært godt i det norske restaurantmarkedet.

– Selskapet mitt, Arntzen vin og cigar, solgte bra totalt sett, men vi fikk ikke økonomi i produksjonen av krøkebærvinen, sier Arnt Matthias Arntzen, som nå har lagt ned produksjonslokalet i Lakselv. – Vi hadde femti personer i sving som leverte mange tonn med bær, og både Togo Dessertvin og Nordkapp 2004 er unike produkter laget i Nord-Norge utelukkende av nordnorske råvarer. Men under finanskrisen hadde vi behov for mer offentlig støtte, noe vi dessverre ikke fikk, forteller Arnt. Det er fortsatt et restopplag av begge typer vin i salg, mens Arnt nå konsentrerer seg om sitt firma Kafebrenneriet ved Handelsstedet Forvik i Nordland.

Arktisk Verdiskaping har god effekt for de som vinner fordi omtale i media i etterkant gir mye oppmerksomhet, mener Arnt, mens de som kun deltar og de som får hederlig omtale, får lite ut av dette hvis ikke lokale media er på banen. Han etterlyser litt klarere regler for deltagelse i konkurransen og tiltak som gjør at nytteverdien blir større også for de produktene og bedriftene som ikke når helt til topps.



Borealis Gourmet i Talvik, Finnmark

- Drives av Kolbjørn Moe.
- Fikk 3. plassen i Arktisk Verdiskaping 2011 for gravet sei med bjørk.

Dette sa juryen om gravet sei med bjørk: Dette er et produkt som er tvers gjennom nordnorsk, nyskapende og nydelig godt.

Kolbjørn Moe er kokk og har jobbet som kjøkkensjef i mange år. I 2006 fikk han spørsmål fra en bekjent om å levere fiskeprodukter. Det sa han ja til, og siden har det "ballet på seg". Et nytt produksjonslokale er i skrivende stund så å si klar til innflytting, og i stedet for å leie seg inn ulike plasser vil Kolbjørn nå kunne produsere sine kjøtt- og fiskeprodukter i eget lokale, som blant annet inneholder et røykeri.

– Jeg tror helt klart at det er en markedsføringsverdi i å vinne eller bli plassert i en slik konkurranse, sier han. – Jeg har vært i en byggefase og har derfor ikke hatt tid til å ta ut denne verdien tilstrekkelig, men kommer nok helt sikkert til å konkurrere med flere produkter. Gravet sei med bjørk selges i dag til restaurant, og i nytt produksjonslokale vil Moe kunne produsere flere tonn i måneden. – Vi jobber nå med markedsføring blant annet for å nå kunder utenfor Finnmark, og jeg kommer til å bruke plasseringen i Arktisk Verdiskaping i markedsføring av produktet, det er helt sikkert, forteller Moe.

Råvarene er nordnorske, men Moe må helt TROMS for å få tak i sei til sin produksjon. – Det er selvfølgelig også fiskemottak i Finnmark, men det er vanskelig å få til en god logistikk, spesielt mellom Øst- og Vest-Finnmark. Trailerne fra Troms kjører så å si forbi oss, så med de mengdene fisk vi trenger, er dette enklere, sier han.

Halvors Tradisjonsfisk i Tromsø, Troms

- Drives av Halvor Hansen og Svein Ingvar Bjørndal. 5 ansatte.
- Vant Arktisk Verdiskaping 2008 med Halvors Tørrfiskfilet og 2009 med Halvors Klippfisk til grill.

– *Klippfisk til grill er et fantastisk produkt både når det gjelder smak, konsistens og lukt. Endelig tar vi klippfisk tilbake til Nord-Norge! Det smakte rett og slett utrolig bra, sa juryleder Jørn Hoel, da han delte ut prisen.*

Halvors ble etablert i 2000 og holder til i Tromsø. Bedriften har spesialisert seg på å vanne ut klippfisk og tørrfisk og å produsere boknafisk og lutfisk for restaurant- og dagligvaremarkedet i Norge. Produktene selges også til utvalgte grossister og butikker. I likhet med de andre omtalte produktene snakker vi om eksklusiv vare.

– Arktisk Verdiskaping er et viktig tiltak og en flott arena for å gjøre kjent nye lokalmatprodukter, sier Halvor Hansen. – Konkurransen passer like bra for små som for litt større lokalmatbedrifter, den er åpen for matmangfoldet som finnes i landsdelen og her kan man finne de nye, geniale produktene, føyer han til. Begge vinnerproduktene finnes på markedet, og det er spesielt folk sørpå som har fått opp øynene for klippfisk. Halvors er i en fase med utvidelse nå, og salg av tørr-



fiskfilet har doblet seg det siste året. – Det er litt vanskelig å være liten i dag. Vi må opp i produksjon og være stabilt til stedet på markedet med flere produkter til enhver tid, forteller Halvor. HoReCa er fortsatt det viktigste markedet for bedriften. Det er en bra kanal for å bygge opp markedet for litt ukjente produkter. Når folk har fått smaken på et produkt under et restaurantbesøk, vil de også etterspørre det i dagligvarebutikken etter hvert.

Lofoten Gårdsysteri i Bøstad, Nordland

- Drives av Marielle de Roos og Hugo Vink.
- Hederlig omtale i Arktisk Verdiskaping 2005 (økologisk hvit geitost), 2006 (Steinfjording nøkkelost), 2008 (Nordlandsost) og 2011 (ferskt geitost med mjørdurt).

Dette sa juryen om fersk geitost med mjørdurt i 2011: En veldig spesiell ost som overrasket i smaken og var nydelig! Sammen med historien er dette en suksess. Ingrediensen mjørdurt gjør dette spennende både i smak og navn. Den passer også ypperlig til dessertost.

Marielle og Hugo kjøpte gården i Lofoten sent i 2001, og ganske snart la de om til økologisk drift og begynte å lage ost. Etter flere utvidelser melker de nå 140 - 150 geiter og produserer ost av 15-20 tusen liter geitmelk hvert år. – Om lag halvparten av denne selger vi i vår gårdsbutikk som har sesongåpent fra ca. mai til september, sier Marielle. – Resten selger vi til butikk og restauranter. Vi har god erfaring med å selge til butikk, og da leverer vi personlig til hver enkelt. Ysteriet har ingen problemer med avsetningen av produktene, og hvor mye hederlig omtale i flere runder har bidratt til salget, er vanskelig å anslå synes Marielle: – Vi har diplomene på veggene i gårdsbutikken, og våre kunder liker dette. Ellers skaper en slik konkurranse mye positiv oppmerksomhet og løfter hele næringa generelt. Mange spør om vi kjenner til andre ysterier som har vunnet, og synes det er bra at også vi lager lokale oster!



Foto: Bjørn Erik Rygg Lunde

Ysteriet produserer faste oster hele året, og både Steinfjording og Nordlandsosten er tilgjengelig, mens osten med mjørdurt er et sesongprodukt. – Det er forresten vår sønn som har funnet på oppskriften til osten med mjørdurt, og begge sønnene våre på 10 og 13 år er interessert og aktivt med i gårdsdrift, når vi yster og når folk kommer til gårds, forteller Marielle. Familien ønsker nå å videreutvikle bedriften og ser på muligheter både når det gjelder produksjonsvolum og produktspekter.



Bomstad gård i Nordkjosbotn, Troms

- Drives av: Mabel Owren og Ivar Jørgensen.
- Vant Arktisk Verdiskaping 2007 med blåmuggosten "Piggtind".

Juryen i 2007 om Piggtind: *—Piggtind er en ost som kan serveres på de aller beste restauranter”, sier juryleder Frode Aga. - Den er fantastisk god, og profilerer geita som nordnorsk husdyr og nordnorsk natur på en fremragende måte, i tillegg er blåmuggost av geitmelk en nyskaping i Nord-Norge.*

Mabel Owren og Ivar Jørgensen driver melkeproduksjon med geit og et lite gårdsteri der ca. 10000 liter melk brukes årlig. Det er ca en sjettedel av den totale produksjonen på 57000 liter. Osteproduksjonen begynte i det små, nå er det snart 10 år siden at egne ysterlokaler ble tatt i bruk. Det produseres tre typer fast geitost på gården samt fetaost. En av de faste ostetyper er "Piggtind", oppkalt etter en lokal fjelltopp og produsert for første gang i 2007, med tanke på å delta på Arktisk Verdiskaping. – Vi vant prisen og fikk mye oppmerksomhet akkurat i denne tida, sier Mabel. – Det hadde nok betydning for salget i starten. Vi er imidlertid i den situasjonen at vi generelt har for lite ost til det markedet som etterspør osten. I perioder, når geitene ikke melker, kan vi være helt fri. Effekten av å vinne en slik pris er derfor vanskelig å måle for oss, men det gir i alle fall mye inspirasjon til å stå på, det er kjempeviktig, sier hun. Piggtind finnes fortsatt på markedet, men selges kun hjemmefra og på Bondens Marked i Tromsø, der Mabel deltar fire ganger i året. Ellers selges hovedmengden av ost i lokale butikker i Nordkjosbotn og Tromsø.

Det er mange som har lurt på om Bomstad gård ikke ønsker å øke produksjonen, når produktene er så ettertraktet. – Vi har tatt et bevisst valg på at vi ikke ønsker å vokse, sier Mabel. – Slik vi har det nå har vi god kontroll med kvaliteten på osten og drifta generelt og ikke minst arbeidsmengden.



Arctic rein og vilt (ARV), Mo i Rana, Nordland

- Drives av John Anders Lifjell. 6 årsverk.
- Vant Arktisk Verdiskaping i 2006 med jegermarinert roastbiff av rein og fikk hederlig omtale for reinsodd i 2008.

Juryen om jegermarinert roastbiff av rein: *- Vinneren representerer et fantastisk stykke nordnorsk matkultur, sa juryleder Arne Hjeltnes da resultatet ble offentliggjort. Juryen vektla spesielt produktets høye kvalitet og spesielt mørning, i tillegg til en gjennomført identitet i innpakning og design.*

– Prisen henger høyt, og det har betydd mye for oss å få den, sier John Anders Lifjell, gründer bak Arctic rein og vilt. Vi har ikke brukt den til å profilere enkelte produkter, men dekningen i media rundt arrangementet har vært positiv for bedriften og salget generelt, mener han. – Ikke minst betyr det noe for motivasjonen til å holde på. Å vinne en slik pris viser at man har lyktes med noe underveis.

Begge produktene er på markedet i dag, og mens marinert roastbiff kun selges til restaurantmarkedet, er reinsodd å finne i dagligvarebutikkene. Det å være til stede i dagligvarebutikkene er imidlertid ingen lett øvelse. – Det er krevende å være der vi er i dag, sier John Anders. – Både selve produksjonen og ikke minst distribusjon og marked krever stadig ny kompetanse, i tillegg befinner vi oss nå på det vanskelige stedet mellom "den lille lokalmatprodusenten" og den "store bedriften", forteller han. Blant annet er distribusjonsløsninger ikke tilpasset bedriftene som står i spagat med en fot i begge leire.

ARV har en klar ambisjon om å bli større for å holde sin posisjon i butikkene, og har investert mye de siste årene. Samtidig ønsker bedriften å utvikle den delen av forretningsideen som pr i dag er liten i volum: viltet. – Vi sonderer nå terrenget og håper å kunne tilby blant annet mer elgkjøtt i fremtida, avslutter John Anders.

Vildenvang gårdssystemer i Nordreisa, Troms

- Drives av Ruth Uhlving og Magne Henriksen.
- Fikk 2. plass i Arktisk Verdiskaping 2011 for Vildenvang Salatost og hederlig omtale samme året for Vildenvang Rabarbrasylltetøy, sterkt og søtt.

Juryen om Vildenvang Salatost: Dette er en type fetaost av geitmelk som profilerer geitfylket Troms på en god måte gjennom lekker emballasje og design samt en mild krydring med nordnorske krydder. Salatosten selges i dag i små enheter på spesialbutikker, men vil også kunne hevde seg godt i et større utvalg av ulike typer fetaost i butikkhyllene nettopp på grunn av den flotte emballasjen. Et godt, helhetlig konsept!

Vildenvang gårdssystemer i Straumfjorden i Nordreisa er nokså ny. Ekteparet Ruth Uhlving og Magne Henriksen har drevet gården med geitmelksproduksjon siden 1994, og etter lenge å ha båret drømmen med seg, åpnet de gårdssystemeriet i desember 2009. 100 geiter hører med til staben, osten produseres i det ombygde gjenreisningshuset og lagres i kjelleren på uhøvlet



Vildenvang
GÅRDSYSTEMER

granplank som seg hør og bør. 2011 ble et uforglemmelig år på "ostefronten": Vildenvang geitost fikk gullmedalje og ble årets ost under Landsutstillingen for gardsost, samme år som suksessen i Arktisk Verdiskaping.

– Deltagelsen i Arktisk Verdiskaping har betydd veldig mye for oss, sier Ruth Uhlving. – Selv om vi har hatt osten i butikk før også, har prisen og omtale i etterkant gjort folk mer oppmerksom på den. Vi har merket at salget, spesielt lokalt i Nordreisa, har økt. Vi bruker prisene aktivt i markedsføring både på hjemmesiden og i brosjyrer, sier hun og legger til

at det å bli premiært for geitostene også gir mye inspirasjon til å jobbe videre med produkter og bedrift.

Vildenvang Gårdssystemer er en av de som har benyttet seg av Kompetansenettverkets tilbud om besøksordning. Sammen med ysteteknolog Ragnhild Nordbø fra Norsk Gardsost har hun ystet, lært og fått gode innspill i to hele dager. – Dette er en flott ordning. Det å få hjelp av en fagperson helt individuelt i egen bedrift er veldig nyttig, avslutter Ruth.

Arktiske Delikatesser, Rolvsøy i Finnmark

- Drives av Siss Heidi Hanssen.
- Fikk hederlig omtale i Arktisk Verdiskaping 2009 for Luksusmolter.

Juryen om luksusmoltene: De beste moltene fra Finnmarks-kysten på glass er et produkt med turistnæringen/reiseliv og gavebutikker som markedet, moltene er hermetisert på en slik måte at de smaker som nyplukket samtidig som de er holdbare. Et produkt som vi har manglet!

Luksusmoltene lages i dag kun for spesielt interesserte, og bare på bestilling. – Dette er et veldig tidkrevende produkt å lage, samtidig som interessen for moltesyltetøyet mitt er sterkt økende, sier produsenten Siss Heidi. – Men den hederlige omtalen i 2009 og all oppmerksomheten i etterkant har uten tvil vært med på å gi et stort løft til min bedrift og betydd mye for satsningen i etterpå.

Siss Heidi lager produkter av løvetann, fjellkvann og gressløk i tillegg til honning som imidlertid er en svært væravhengig produksjon. Men det er molte det satses på, og hun håper å kunne tredoble produksjonen fra dagens 250 - 300 kg i året til om lag ett tonn årlig. – Molte er en lite utnyttet ressurs også i Finnmark, og om man legger kortene rett, vil det være mulighet for å skape flere arbeidsplasser, tror Siss Heidi som også ønsker seg flere kollegaer. Hun støttes blant annet landbruksminister Lars Peder Brekk, som i anledning kvinnedagen



Foto: Ulrike Naumann

2012 trekker frem Siss Heidi og hennes bedrift med satsing innen arktisk landbruk frem som et godt eksempel på den moderne, norske bondekvinne! Siss Heidi jobber i halv stilling i kommunen hun bor i, men håpet er å kunne jobbe heltid i egen bedrift etter hvert. Et første steg i den retningen er at moltesyltetøyet snart selges på Gardermoen og på Hurtigruteskipene, sistnevnte gjennom en avtale med Skald Norge/Nordic Delights.



Nordlysmat AS i Alta, Finnmark

- Drives av Toril Bakken Kåven.
- Vant Arktisk Verdiskaping i 2004 med Barents Drikk, økologisk og fikk hederlig omtale for Nordlys Gløgg, økologisk i 2005 og for Mjødurt Gele, økologisk i 2007.

Barents Drikk er laget på mjødurt, einer og kvann. Smaker av sol og sommer, litt "tørr" og egner seg dermed ypperlig som drink-mix, var juryens konklusjon i 2004

Nordlysmat foredler ville urter og bær og innlandsfisk til produkter med arktisk særpreg, en næring gründer Toril B. Kåven har arvet fra sine foreldre. Arktisk særpreg med høy kvalitet, slik juryen i Arktisk Verdiskaping har slått fast flere ganger. – Det å vinne og å få hederlig omtale har hatt mye å si for oss, sier Toril. – Kunder og viktige samarbeidspartnere har blitt oppmerksomme på oss, og å være "flinkest på produktutvikling" er ikke noe dumt rykte å ha! Også i dag, flere år etter, omtaler vi produktene aktivt som "vinnerprodukter" eller "prisvinnende". De har ikke samme nyhetens interesse lokalt, men vi er i ferd med å nå Østlandsmarkedet, og her er produktene fortsatt nyheter, sier Toril, og legger til: – Jeg er også et ihuga konkurransemenneske, og Arktisk Verdiskaping gir oss det siste puffet for å få ferdig produktene vi holder på å utvikle med både emballasje, design og en plan for lansering og distribusjon.

Ambisjonene som vekstbedrift er også klare: Nordlysmat AS ønsker å doble sin omsetning i løpet av de nærmeste årene, og vil vokse både på volum og gjennom produktutvikling. Nytt design og nye oppskrifter er tatt i bruk, og bedriftslederen varsler om nye produkter også i årets konkurranse!



Johansen kjøtt og bær i Kåfjord (Alta), Finnmark

- Drives av Seonaid og Tor Johansen.
- Fikk hederlig omtale for krøkebærkveite i Arktisk Verdiskaping 2010.

Juryen om krøkebærkveita: Et produkt med god smak som også ser lekker ut i anretning. Dette produktet egner seg godt til restaurant.

Johansen Kjøtt og Bær er en liten familiebedrift i Kåfjord utenfor Alta i Finnmark. Her jobber Seonaid og Tor Johansen i et særdeles matnyttig samarbeid mellom en engelsk kokk med gæliske røtter og en rotekte, matglad finnmarking. Det hele startet med hold av noen få villsvin og har utviklet seg til en bedrift som produserer kjøtt- og fiskeprodukter, driver med catering gjennom firmaet Seonaid's mat og kan i sesongen tilby egenprodusert jordbær - dyrket langt nord for polarsirkelen! Høsten 2010 bestemte de seg for å sende inn sitt den gangen nye produkt krøkebærkveite til Arktisk Verdiskaping. De ble belønnet med hederlig omtale, og har i ettertid opplevd god respons på både krøkebærkveite og andre produkter. Det er spesielt restauranter som er ut etter kveita, og noen av interessentene fra høsten 2010 er blitt faste kunder. – Å få hederlig omtale i Arktisk verdiskaping har hjulpet oss veldig mye, sier Seonaid. – Ikke bare er restaurantene blitt oppmerksomme på oss, det har også kommet forespørsler om jobb i vår bedrift!

Familien har nå tatt steget for å utvide lokaler og produksjon og ansette arbeidskraft. Leveransene går til Rica både i Alta, Hammerfest og Tromsø. Det skal også bygges en gårdsbutikk med en liten spiseavdeling som skal ivareta private kunder. Johansen Kjøtt og Bær har imidlertid valgt å ikke selge til dagligvarebutikk: – Til det er produksjonen rett og slett for liten foreløpig, sier Seonaid. – Men vi har lyst til å utvikle eksklusiv pålegg av kjøtt fra villsvin, rein, elg og får.

Lofotmat i Henningsvær, Nordland

- Drives av Siv Hilde Lillehaug og Geir Robertsen. Sesonghjelp i tillegg.
- Fikk hederlig omtale for Arktisk krydderblending i Arktisk Verdiskaping 2007.

Lofotmat er en allsidig matbedrift som i tillegg til å selge lokalmat i sin "Godmat-butikk" også tilbyr catering og matkurs. Filosofien er at kundene skal få ekte, nær og ærlig mat, og Siv Hilde og Geir står for dette med hele sin sjel. Bedriften har hatt en stor utvikling siden de fikk hederlig omtale for krydderblendingen i 2007, noe som har resultert i at Siv Hilde nå jobber fullt og helt i egen bedrift.

– Det å få hederlig omtale for produktet i 2007 ga oss et skikkelig puff den gangen, og produktet brukes fortsatt i rettene vi lager, sier Siv Hilde. – Vi selger imidlertid ikke Arktisk krydderblending direkte til kunder, først og fremst fordi vi ikke har funnet emballasje og design som vi er komfortable med. Og med utviklingen bedriften vår har vært gjennom, ligger produktet litt i dvale. Men det er so absolutt ikke glemt!

På spørsmål om hva en slik konkurranse betyr for næringen i landsdelen, svarer hun: – Det er en viktig konkurranse, men vi mener at det legges stor vekt på design. Det er få små bedrifter i en utviklingsfase som har økonomi til å bruke penger på å utvikle emballasje og design på et produkt som man ikke vet vil slå an.



Foto fra Lofotmat

Arktisk Verdiskaping 2012 Nord-Norges mest nyskapende matprodukt

NHO Reiseliv Nord-Norge skal dele ut prisen "Arktisk Verdiskaping" for Nord-Norges mest nyskapende matprodukt for tiende gang. Alle nordnorske matprodusenter inviteres til å konkurrere om førstepremien på 30.000 kroner. Det deles også ut andre- og tredjepremie. Andre produkter som utmerker seg positivt, kan motta diplom med hederlig omtale.



Målsetting

Konkurransen skal stimulere til nyskaping, produktutvikling og bedriftsutvikling innenfor matsektoren i Nord-Norge og bidra til å profilere kvalitetsprodukter fra landsdelen.

Hvilke produkter

Konkurransen er beregnet på nye, foredlede matprodukter (ikke råvarer) produsert i landsdelen. Produktene må ha handverksmessig kvalitet og egenart knyttet til region, råvarer, mattradisjoner og/eller smak.

- Med handverksmessig kvalitet menes en handverksmessig produksjonsmetode med strengere krav til råvarer og ingredienser som gir produktene kvaliteter utover vanlige standardprodukter.
- Med nye menes at de er kommet i salg etter 1. september 2011.
- Med nordnorsk menes størst mulig grad av nordnorske råvarer og at de er produsert i Nord-Norge.
- I vurderingen vil grad av nyskaping/innovasjon være sentral. Vi understreker at nyskaping også kan ta utgangspunkt i tradisjonsmat og gamle produksjonsmetoder, nytt design på eksisterende produkt eller nye produksjonsmetoder. Produktet bør være i produksjon og tilgjengelig for markedet. Produktene sendes inn i den form de tilbys kunden, med emballasje og eventuelt medfølgende informasjonsmateriale (brosjyre, oppskriftshefte o.l.).

Se www.bioforsk.no/verdiskapingspris for mer informasjon og elektronisk påmelding som åpnes ca. 15. juni.

■ Matkontakter i Finnmark:

Marit Sundt
tlf. 907 24 078
polarurt@gmail.com

Rune Olsen
Innovasjon Norge avd. Alta
tlf. 911 42 672
rune.olsen@innovasjon norge.no

Åse Vøllestad
Fylkesmannen i Finnmark
tlf. 78 95 05 72
avo@fmfi.no

■ Matkontakter i Troms:

Hilde Halland
Bioforsk Nord Holt
tlf. 920 71 008
hilde.halland@bioforsk.no

Lise Haug
Bioforsk Nord Holt
tlf. 934 98 755
lise.haug@bioforsk.no

Mariann Sandnes
Innovasjon Norge
tlf. 934 03 493
mariann.sandnes@innovasjon norge.no

Siv Mari Eilertsen
Fylkesmannen i Troms
tlf. 77 64 22 03
siv.mari.eilertsen@fmtr.no

■ Matkontakter i Nordland:

Marte Sørbo Hoholm
Landbrukstjenesten Midtre Hålogaland
tlf. 993 57 599,
marte.sorbo.hoholm@lr.no

Cathrine Markussen
Mosjøen og omegn nærings selskap
Tlf: 75 11 13 08 / 414 13 518
cathrine.markussen@mon.no

Elisabeth Utstøl Pettersen
Innovasjon Norge
tlf. 951 54 987
elpet@innovasjon norge.no

Ingvill Bang
Fylkesmannen i Nordland
tlf. 75 54 78 23
fmnoib@fylkesmannen.no

Juni 2012

- 6. Fagdag Gode historier om økologisk mat i Stavanger, www.nofima.no
- 16. Bondens Marked Tromsø, www.bondensmarked.no (sammen med Drifting i Sentrum)
- 21. - 24. Norsk Laksefestival, Surnadal. www.norsklaksefestival.no
- 23. Bondens marked Bodø, under sentrumsdagene. www.bondensmarked.no
- 29. - 1. juli. Mat og trebåtfestival, Halden. www.matogtrebat.no

Juli 2012

- 6. - 8. Rosendal mat- og kunsthøst, www.rosendalmatogkunsthøst.no/
- 13. Markedskveld i Melbu. Sommer Melbu v/Gøril With-Hanssen, [gorilwh\(ett\)gmail.com](mailto:gorilwh(ett)gmail.com)
- 14. Bacalaofestival. www.brevik.no
- 25. - 28. Gladmatfestival, Stavanger, www.gladmat.no/
- 28. - 5. august: Olavsfestdagene i Trondheim med historisk marked og lokale matprodukter. www.olavsfestdagene.no

August 2012

- 28 juli - 5. august: Olavsfestdagene i Trondheim med historisk marked og lokale matprodukter. www.olavsfestdagene.no
- 2. - 4. Trøndersk Matfestival, Trondheim. www.oimat.no
- 8. - 12. Vikingfestivalen på Borg, Lofoten. <http://www.lofotr.no/>
- 17. - 25. Vesterålen Matfestival. www.vesteralenmatfestival.no
- 18. Bondens Marked Tromsø, www.bondensmarked.no
- 18. BAKgårdsmarkedet i Harstad, www.hrnf.no
- 22. - 26. Den Norske Matfestivalen, Ålesund. www.matfestivalen.no
- 24. Bondens Marked Bodø. www.bondensmarked.no
- 24. - 26. Landbruk i nordavind, landbruksmesse i Vesterålen. www.landbrukenordavind.no
- 24. - 25. Lofoten internasjonale matfest, www.lofoten-matfest.no
- 25. Bondens Marked Finnsnes, www.bondensmarked.no
- 31. - 2.sept Fiplingdalsmartnan, www.fiplingdal.no

September 2012

- 1. Bondens Marked Tromsø, www.bondensmarked.no
- 4. Kjøttfagdagen 2012 i Oslo, www.nofima.no
- 7 - 9. Matfestivalen i Bergen. www.matfest.no
- 8. Bondens Marked Bodø. www.bondensmarked.no
- 14.-15. Matstreif i Oslo www.facebook.com/matstreif
- 15. Bondens Marked Tromsø, www.bondensmarked.no
- 18. - 20. Arena Nord, Bodø, med Arktisk Kokk, Arktisk Verdiskaping, Storhusholdningsmesse og Reiselivsdagene. www.bioforsk.no/verdiskapingspris, www.arenanord.no
- 18.-24. Tiendebytte i Mosjøen/Helgeland matfestival, www.tiendebytte.no
- 22. Bondens Marked Bodø. www.bondensmarked.no
- 27. - 30. Fårikålfestivalen, Dyrøy. www.farikalfestivalen.no
- 29. Bondens Marked Tromsø, www.bondensmarked.no
- 29. - 30. Matfestivalen i Lofoten. www.lofohallen.no/matfestivalen/

Oktober 2012

- 5. - 7. Fjell- og fårikålfestivalen, Oppdal. www.fjellogfaarikaalfestivalen.no
- 13. Bondens Marked Tromsø, www.bondensmarked.no
- 13. Bondens Marked Bodø. www.bondensmarked.no
- 31. Fagdag Norsk Mat, Oslo. www.matmerk.no

November 2012

- 1. Torskefiskkonferansen. Radisson Hotell, Tromsø. www.seafood.no
- 1. - 3. Norsk rakfiskfestival, Valdres. www.rakfisk.no
- 15. Søknadsfrist studium mat og matkultur, emne 2 og 6. www.hinesna.no
- 24. Bondens Marked Tromsø, www.bondensmarked.no
Førjuleseventyret i Henningsvær starter. Se Facebook

Desember 2012

- 8. Bondens Marked Tromsø, www.bondensmarked.no
- 15. Bondens Marked Tromsø, www.bondensmarked.no
- 15. Bondens Marked Bodø. www.bondensmarked.no