



Møt et utvalg av
NorgesGruppens
samarbeidspartnere
på lokalmat
landet rundt

MATLANDET **TRADISJON OG** **NYSKAPING**



NorgesGruppen

Vi tar lokalmat på alvor

Det er en tøff kamp om matkundene. For å vinne denne kampen må butikkene skille seg ut. Her spiller lokalmaten en viktig rolle.

Vi i NorgesGruppen har lenge satset på lokalmat. Hovedårsaken til denne bevisste satsingen, er at vi tror god lokalmat trekker kunder til butikkene. Lokalmat bidrar til at butikkene blir mer unike og spennende. En butikk som satser på lokalmat kan rett og slett tiltrekke seg flere kunder enn en butikk som ikke har det samme utvalget. Butikkene blir bedre og kundene mer fornøyde. I sum er dette god butikk.

NorgesGruppen jobber systematisk for at det skal være god vekst i salget av lokalmat. Målet er at lokalmatsalget årlig skal stige med minst to prosent mer enn selskapets dagligvarevekst.

Lokalmatprodusentene er kreative gründere og bidrar positivt til lokalsamfunnet de er en del av.

Det skapes nytt liv i nedlagte ysterier og meierier. Det bidrar positivt til landbruk og turisme - lokalmatprodusentene skaper rett og slett mer liv i det ganske land.

I dette magasinet kan du lese om noen av de lokalmatprodusentene du kan finne i våre butikker. Vi har ikke plass til å presentere alle våre fantastiske produsenter her, men du kan finne flere på våre nettsider www.norgesgruppen.no.

Det er ingen dans på roser å være lokalmatprodusent. Det krever hardt arbeid for å lykkes. Vi håper likevel dette magasinet kan inspirere enda flere til å satse på lokalmat.

God lesing!



Runar Hollevik
Konsernsjef i NorgesGruppen



Avsender: NorgesGruppen ASA

Redaksjon: Itera og NorgesGruppen

Tekst: Anna Karolin Langhammer

Foto: GettyImages forside og side 2; Bo Mathisen side 3, 4, 5; Caroline Roka side 14, 15, 16; NorgesGruppen og de ulike lokalmatleverandørene

Trykk: Flisa Trykkeri



– Det å drive med lokalprodusert mat er beinhardt arbeid. Det er en utfordring for mange å sette produktet i en kommersiell sammenheng.

Satser på matskatter

NorgesGruppen er stolt over å ha hundrevis av lokale matprodukter i butikkhyllene, og ønsker seg enda flere. – Norge er en fantastisk matnasjon og matmangfoldet er stort, sier Eivind Haalien, ansvarlig for lokalmat og spesialiteter i NorgesGruppen.

I dag finner du omtrent 650 leverandører av lokalmat i NorgesGruppens butikker. Denne satsningen er strategisk viktig for NorgesGruppen, fordi det bidrar til å utvikle matnasjonen Norge gjennom tradisjoner, nye smaker, innovasjon, historie eller kvalitet.

– Det er en del av samfunnsansvaret vårt, samtidig som det er et av våre konkurransefortrinn. Lokale matskatter treffer de kvalitetsbevisste forbrukerne, og styrker posisjonene for butikkene våre både i byene og i distriktene, sier Haalien.

Ikke tro på mytene

Når Haalien treffer produsenter og politikere blir han ofte møtt med mange myter, slik som at «du må være så stor for å komme inn i dagligvare» og at du som liten produsent «blir presset på pris».

– Jeg presser ingen på pris, produsenten får som regel den prisen de ber om. Og du trenger heller ikke å være en stor produsent. Vi har lokalmatprodusenter som leverer til én Joker-butikk og andre som leverer til over 1200 av NorgesGruppens butikker. Det er plass til store og små,



Kort om Eivind Haalien

Interessen for norske mattradisjoner stråler fra CV-en til Eivind. Han er oppvokst på en fjellgård i Valdres, har kokkeerfaring fra Lom og har vært ambassadør for Nordisk ministerråds satsning «Ny Nordisk Mat» og etablerte matfestivalen Matstreif. Sitter i styret i Stiftelsen Matmerk og Spiseriet i Stavanger.



– Min jobb er å hjelpe deg å få produktene dine inn i butikkhyllen, men det er din jobb å friste forbrukerne slik at akkurat ditt produkt havner i handlekurven, sier Haalien som her er på besøk hos «Den sorte havre».

både i butikkene og i markedet servicehandel og storhusholdning, sier Haalien.

I mange tilfeller er det en tålmodighetsprøve. Det tar tid før lokale spesialiteter finner veien ut til det brede lag, er Haaliens erfaring.

– Det å drive med lokalprodusert mat er beinhardt arbeid. Det er en utfordring for mange å sette produktet i en kommersiell sammenheng. I butikkhyllen må varen din selge seg selv, og fange forbrukerens oppmerksomhet i mylderet av varer. Det er noe helt annet enn å selge på eget gårdsutsal.

Bruker butikken som kjøleskap

God forretnings- og markedsforståelse er avgjørende for å lykkes når du vil ta steget videre fra gårdsutsal og lokale markeder.

– Min jobb er å hjelpe deg å få produktene dine inn i butikkhyllen, men det er din jobb å få produktene ned i forbrukerens handlekurv. Det er til syvende og sist forbrukeren som avgjør om et produkt selger eller ikke, sier Haalien.

Forbrukerne ønsker et stort utvalg av varer, men handler stort sett ut fra vane og velger de samme varene. De ønsker raske og enkle

løsninger, og er opptatt av pris. Det er viktig å ha i bakhodet.

– Hovedutfordringen for lokalmat er ikke at forbrukerne ikke har nok å velge mellom i butikkhyllene. Det handler om alle varene de velger bort, fordi de ikke kjenner til produktene fra før, sier Haalien.

Som produsent må du derfor legge kruttet i å vekke forbrukerens interesse.

– Det gjør du gjennom design, markedsføring, PR og ved at du som produsent står på stand i butikkene og forteller om produktet selv. Det er så viktig! Om du ikke har tid til det, så få noen til å gjøre det for deg, sier han.

Det er først og fremst i supermarkedene i norsk dagligvare som kompetansen, utvalget og historiene om de lokale matvarene kan formidles.

– For deg som er produsent, er ferskvaremedarbeiderne dine fremste ambassadører. Det er fagfolk som brenner for kvalitet, og de forteller gjerne forbrukeren om hvordan produktet ditt er laget, hvordan det best kommer til sin rett og historien om gården din, sier Haalien.



En skattkiste

Siden 2005 har NorgesGruppens engasjert seg i å få lokale norske matskatter tilgjengelig over hele landet. Gjennom satsninger som Jacobs Utvalgte, MENYs matskatter og sponsingen av VM i Ost, har NorgesGruppens butikker bidratt til å løfte frem mange norske matprodusenter.

Rørosmat

er et andelslag som eies av lokalmatprodusenter i Røros, som har gått sammen om å gjøre matvarene, tradisjonene og produsentene fra Røros-traktene enda mer kjent og verdsatt. Under det felles varemerket Rørosmat formidles mangfoldet av varer som medlemmene produserer, og de har et felles kontaktpunkt inn mot dagligvaremarkedet.





- Vi er mange små aktører, og har ikke masse ressurser til endringer. Men hver gang vi gjør noe nytt skal vi ta et bedre valg enn forrige gang, også for miljøet. Da blir summen av alt vi gjør stadig bedre.

Våre ambisjoner

I 20 år har Rørosmat vært med på å sette lokalmat på kartet. Selskapet var tidlig ute med å profesjonalisere hvordan lokalmatprodusentene jobber inn mot handelen, og var først ut i Norge med å få et regionalt matmerke. Derfor blir Rørosmat ofte invitert med som en representant for norsk lokalmatproduksjon.

- Da er målsettingen vår å fronte all norsk lokalprodusert mat og drikke. Fordi vi ønsker å utvikle kategorien, unner vi alle lokalmatprodusenter i Norge suksess, sier Kristin Bendixvold, daglig leder i Rørosmat.

TIPS 1: Du må heie frem naboen om du skal vinne selv! Går det dårlig for noen, påvirker det oss alle.

Våre muligheter

Som en sammenslutning av produsenter er samarbeidet den viktigste suksessfaktoren for Rørosmat.

- Derfor er det viktig med forpliktende avtaler, og det å spille hverandre gode. Produsentene er ulike, men alle er like viktige. For eksempel fungerer en stor produsent som Rørosmeieriet som døråpner, mens lille Eggen Gardsysteri skaper unike bånd til

kundene. Begge er fantastiske ambassadører for regionen og for Rørosmat, sier Bendixvold.

TIPS 2: Samarbeid er et fint ord, men det er lett å glemme at det er noe vi må forplikte oss til og ta eierskap for å lykkes med.

Vår fremtid

En utfordring for Rørosmat er at de på den ene siden vil stimulere til økt lokalmatproduksjon i regionen, men på den andre siden redusere matsvinn og sikre bærekraftige samarbeid. Derfor ser de på hva de kan gjøre med foredlingsgraden av råstoff, og samarbeid mellom produsenter.

- Det har ført til et flatbrød fra Rørosbakeren, bakt med tyttebærskall som blir til overs etter at Røros bryggeri har laget en perlende tyttebærdrikk, og en Rørosost med røkt reinsdyrkjøtt. Vi har også gått sammen med det lokale reiselivet om en lokalmatsafari, som guider deg gjennom mattradisjonene på Røros, sier Bendixvold.

TIPS 3: Tenk langsiktig. Du vil havne i situasjoner der du gjør lurt i å fokusere på den litt større gullkista som ligger lenger ned i veien, enn det som ligger foran deg akkurat nå.

Finnmark Rein

er et reinslakteri eid av rein-
eiere og Norges største pro-
dusent av reinkjøtt. De mottar
rein fra utvalgte reieiere i
Finnmark som driver i pakt
med naturen, slik tradisjonen
har vært i tusener av år.





- Reinkjøtt er det letteste kjøttet å håndtere med suksess. Jo mindre du gjør, desto bedre blir det. Det er også et rødt kjøtt som ikke er en trussel mot hverken miljøet eller helsen.

Våre ambisjoner

I samisk kultur styrer reinen alt. Og reinen, ja, den gjør som den vil. Hvert år vandrer den opptil 600 kilometer langs de naturlige og urgamle flytteveiene mellom de ulike årstidsbeitene i Finnmark.

- Vår største utfordring er at vi jobber med ville dyr. Vi driver ikke et industrielt landbruk som er styrt i et fjøs. Samtidig har det blitt vår styrke, og vekket interessen fra både Michelin-restauranter og stjernekokker, sier Are Smuk Figved, administrerende direktør i Finnmark Rein.

TIPS 1: Se det større bildet. Det som er din største utfordring kan også være din største styrke.

Våre muligheter

Reinkjøtt representerer en liten del av alt kjøtt som omsettes i Norge. Derfor handler det om å treffe de riktige kundene, som gjør at bærekraft betaler seg.

- Finnmark Rein står fast ved at sesong er sesong, og er sterk motstander av føring, for da beveger vi oss bort fra filosofien om at det er dyret som bestemmer, sier han.

En annen måte å øke omsetningen på er å selge mer av dyret.

- Vi er det første slakteriet i Europa som ikke har avfall. Vi bruker alt, men ikke alt går til menneske-mat, sier han.

TIPS 2: Begynnelsen på slutten er den dagen man begynner å stå i ro. Alle burde ha en tanke om å evig forbedre seg. Vær fornøyd der du er, men stå ikke i ro.

Vår fremtid

Finnmark Rein har nådd frem i norsk dagligvare, og jobber nå målrettet med å nå ut over Norges grenser.

- Vi skal utvide produksjonen til vår samiske slekt som holder til over hele nordkalotten. Reinkjøtt er ettertraktet, og fremtiden er lys. Når jeg møter internasjonal matbransje og forteller om et dyr som lever fritt i naturen i temperaturer ned i 50 minus; der det ikke finnes en bakterie, og som er født under nordlyset, da blir det tårevått, sier han.

TIPS 3: Lær av det som er blitt gjort før deg, men ikke hør for mye på det etablerte. Driv på din egen måte, og våg å tenke annerledes.

Røyland gård

Pernille Vea og Gunnar Sagstuen driver Røyland gård ut i fra ideen om at skogens ressurser skal utnyttes på en bærekraftig måte. De håndplukker ville blåbær, tyttebær og krebling i naturområdene rundt gården i Engesland, og bruker eple, rips og granskudd for å sette en ekstra spiss på syltetøy, saft, gelé og gløgg.



- Det smaker bestemors syltetøy, og er så sunt at du kan spise så mye du bare vil.

Våre ambisjoner

I 2012 flyttet Pernille Vea og Gunnar Sagstuen fra Finnmark til Agder for å overta Røyland gård etter Gunnars foreldre, og satte seg målet om å få skogens spiskammer på agendaen.

- Skogen er et uutnyttet matfat som det i liten grad legges vekt på når det snakkes om «det grønne skiftet». Bærsanking nevnes ofte i en romantisk sammenheng, men ikke når det kommer til næring. Det ville vi gjøre noe med, sier Gunnar. Han mener utmarksressursene kan bli et levebrød for flere, og bidra til å utvikle bygde-Norge.

- Det er mulig å livnære seg på skogens grøde. Vi er en bærekraftig bedrift i utvikling, som skaper arbeidsplasser i bygda vår, sier han.

TIPS 1: Bygg nettverk! Vi er en stor lokalmatfamilie i Norge, og kan lære mye av hverandre.

Våre muligheter

I løpet av de senere årene har interessen vokst for norske smaker. Før ville alle ha fransk ost, nå ønsker vi norsk ost.

- Da trenger ikke importert fiken være det foretrukne tilbehøret når vi har norske alternativer som smaker som en deilig sommerdag, sier Pernille.

Samtidig øker bevisstheten om usprøytet mat og etterspørselen etter norske, ville bær.

- Vi bor midt i matfatet, og har et hav av muligheter for å levere norske, usprøytete kvalitetsprodukter, sier hun.

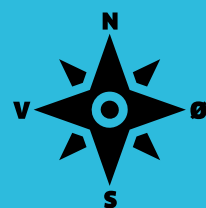
TIPS 2: Sats på god design. Design er avgjørende, særlig for å lykkes i dagligvare. Vi fikk hjelp av et byrå, og så fort gode effekter av det.

Vår fremtid

Det å utnytte norske råvarer treffer i tiden. Det samme gjør satsingen på produkter av ville bær med lite sukker. Røyland gård har vokst raskere enn Pernille og Gunnar hadde regnet med, og de ser lyst på fremtiden. I skrivende stund går en pall med deilig blåbærsyltetøy fra Engesland til Kina.

- De vil ha norske produkter laget på en norsk måte. Dette er kjempespennende for oss, og en fin mulighet til å lære noe nytt, sier Gunnar.

TIPS 3: Hva må du gjøre selv, og hva kan settes bort? Skap vekst ved å ta inn kompetanse. Om vi ikke hadde satt bort noen oppgaver for å komme fremover med driften, ville dette blitt en veldig dyr hobby.



Møt 42 av 650 lokalmatprodusenter som NorgesGruppen samarbeider med.

NORGE NORD



Aron mat

Kontaktperson: Espen Aronsen / www.aronmat.no

Idyllisk til under fjellet Blåmann på Kvaløya ligger kjøttforedlingsbedriften Aron mat. Med bilde av tante Aslaug på bedriftens logo, skjønner vi at her er det tradisjon og håndverk i fokus. Aron mat var den første kjøttprodusenten som fikk kvalitetsmerket Spesialitet, og da for sin håndlagede Tromsørull, og i dag har nesten alle produktene oppnådd denne statusen. Uten tilsatt vann eller bindemidler bygger de smak og kvalitet basert på god gammel nordnorsk tradisjon.

Antall butikker med salg: 513



Finnmark Rein

Kontaktperson: Are Amuk Figve / www.finnmarkrein.no

Skal du ha et måltid med smak av natur? Et måltid full av kultur og tradisjon? Det er vanskelig å tenke seg noe mer unikt og særegent enn rein! Og da bør kvaliteten være høy. Finnmark rein har klart å endre fokuset fra mange og små rein, til færre og større dyr. De forvalter aktivt Finnmark-regionens unike arv gjennom kvalitet, historiefortelling og stolthet. Kjøper du rein under merkevaren Finnmark Rein, så vet du at du får det beste. I hver pakke vil du finne en beskrivelse av hvilket reindistrikt dette dyret kommer fra – og om menneskene bak.

Antall butikker med salg: 839

Halvors

Kontaktperson: Halvor Hansen / www.halvors.no

Skal vi oppsummere Halvors med ett ord så må det være kvalitet! Tørrfisk produsert av førsteklasses råvarer fra den nordnorske kystfiskeflåten, ivaretatt i henhold til klassiske foredlingsmetoder og gjort tilgjengelig for et moderne norsk kjøkken. Dette er grunnideen til Halvors. Med gryteklar, ferdig utvannet tørrfisk gjøres den lettere tilgjengelig for den norske forbruker. En Spesialitetsmerket delikatesse, litt ukjent for den jevne norske forbruker, men en eksportartikkel av dimensjoner. Nå er det tid for å nyte den også her hjemme.

Antall butikker med salg: 12



Strandli Gård

Kontaktperson: Siri Stabbforsmo / www.strandligard.no

Ved grensen til Børgefjell Nasjonalpark lager ekteparet Siri og Tor Stabbforsmo premierte oster oppkalt etter fjell i nærheten: Bærascammen og Golvertind, bronsevinneren fra Oste-VM. Som om det ikke var nok å lage eksepsjonelle oster tar ekteparet i mot gjester i den gamle tømmerstua, til alt fra gourmetmåltider til pubkvelder. Vertskapsrollen behersker de også til det fulle.

Antall butikker med salg: 197



Sæterstad Gård

Kontaktperson: Siri Kobberrød / www.seterstadgard.no

Gården til Siri og Knut har vært med i programserien «Der ingen skulle tru at nokon kunne bu», og det er ikke overraskende. En økologisk fjellgard i Hattfjelldal med geitedrift, turistvirksomhet, saltgrotte og eget røyefjøs – for å nevne noe – er litt utenom det vanlige. Fenomenale geitoster, både brune og hvite, samt raka og røyt røye. Men det mest spesielle produktet er kanskje Kaffeosten. Etter gammel samisk tradisjon, skjærer man denne osten i biter i en kopp og heller over kaffen. Et varmt og energirik lite måltid.

Antall butikker med salg: 78



NORGE MIDT



Austmann Bryggeri

Kontaktperson: Thomas Sjøe / www.austmann.no

I 2013 ønsket tre kompiser å etablere bryggeri, men manglet penger. Redningen ble to mødre og en tante som kausjonerte for gutta. Deres første øl – en belgisk pale ale – ble døpt Tre Gamle Damer som en hyllest til de som bidro til etableringen av guttedrømmen. Som en del av NorgesGruppen og MENYS strategi med å løfte norske håndverksbryggerier, ble Austmann tidlig løftet opp i pliktig sortiment. Kvaliteten, historien og engasjementet var avgjørende. I dag er Hansa Borg inne på eiersiden, og Austmann har dermed fått en profesjonell partner som skal sikre innovasjon av det norske øl-sortimentet.

Antall butikker med salg: 489



Gangstad Gårdsysteri

Kontaktperson: Astrid Aasen / www.ysteri.no

Norges første autoriserte gårdsysteri. Her har vi en ekte pioner! I over 20 år har Gangstad Gårdsysteri laget fabelaktige oster; tatt i mot butikkansatte på kursing og smaking, og samarbeidet med de andre produsentene på vakre Inderøya gjennom Den Gyldne Omvei og Inderøymat. Som eksempel på innovasjon kan nevnes Nidelven Blå. Det er en stor versjon av blåmuggosten Edelblå, spesiallaget for Scandic Nidelven, og i 2018 tilgjengelig i alle MENY-butikker. Andre eksempler er iskrem med Skjenning fra Røra bakeri og Surf Kombucha.

Antall butikker med salg: 208





Inderøy Slakteri

Kontaktperson: Håvard Gausen / www.inderroysodd.no

Hva er Trøndelags nasjonalrett? Svaret er like klart som rakfisk for Valdres og smalahove for Voss, nemlig sodd! Og i fronten for sodd står Håvard Gausen og Inderøy Slakteri. Den tradisjonsrike foredlingsbedriften på lokalmatsenteret Inderøya samarbeider, løfter og utvikler hele Trøndelag som matregion. Soddoppskriften er den samme i dag som den var for generasjoner siden – og den er ufravikelig!

Antall butikker med salg: 295



Røra Bakeri

Kontaktperson: Frode Neergård / www.rora-bakeri.no

Sodd er Trøndelags nasjonalrett og til sodd skal det være skjenning, et delikat flatbrød som er søtt på den ene siden. Med Reodor Felgen-oppfinnsomhet har Røra utviklet et maskineri som kjevler, søter og steker skjenningen. Familien Neergård er gründerne, oppfinnere og tradisjonsbærere som tar vare på Trøndelags stolthet, samtidig som de evner å samarbeide godt med sine lokalmatkollegaer, noe blant annet nydelige Skjenning-is – utviklet i samarbeid med Gangstad Gårdsysteri – er et bevis på.

Antall butikker med salg: 197



Rørosmeieriet

Kontaktperson: Trond Wilhelm Lund / www.rorosmeieriet.no

Norges fremste meieri på økologi med blant annet økologisk melk, fløte, rømme, smør, yoghurt, cottage cheese og skjørøst i porteføljen. Tjukkmjølke fra Røros var Norges første produkt som fikk beskyttelse i form av en egen forskrift (Beskytta Betegnelse) i 2004. Rørosmeieriet er dyktige på innovasjon blant annet med Norges første uhomogeniserte melk Gårdsmei. Nå er de i gang med en utvidelse og vil gjøre stedet til et opplevelsesmeieri hvor besøkende skal lære mer om meieriproduksjonens ulike elementer, fra «gras til glass». Rørosmeieriet har tett dialog med NorgesGruppen og solid vekst.

Antall butikker med salg: 1224



NORGE  VEST

7 Fjell Bryggeri

Kontaktperson: Jens Eikeset / www.7fjellbryggeri.com

Med glimt i øyet blant de syv fjell tas de bergenske bryggeritradisjoner et steg videre. De skaper øl for enhver anledning med en kombinasjon av godt bryggerhåndverk, og inspirasjon fra maltedrevne engelske ale, humlebomber fra USA og gjærstiler fra Belgia. Med Friele på laget og øl-navn som Kjuagutt, Småtås og Fløien er det vel ingen tvil om hvilken by vi er i?

Antall butikker med salg: 463



Tingvollst

Kontaktperson: Kristin Waagen / www.tingvollst.no

En norsk verdensmester. Det liker vi – og ostene elsker vi! Familien Waagen står godt plantet i det beste fra norsk landbruk. Stolte melkeproduserende samvirkebønder som evner å løfte blikket og skape kompromissløs kvalitet på egne oster. Faren Gunnar har ledet Norsk Gardsost på en fremragende måte. Han snakker aldri om «jeg», men om «vi». Da mener han oste-Norge; alle som har bidratt til å løfte kvaliteten og mangfoldet til dagens nivå. Belønnet med medalje for alle ostene i World Cheese Awards og kronet med Ingrid Espelid Hovigs Matkulturpris i 2018.

Antall butikker med salg: 52



Balholm

Kontaktperson: Åge Eitungjerde / www.balholm.no

I over 20 år har Balholm vært en av pionerne innen eplemost og cider i Norge. Balholm er trygt plassert midt i Sogns fruktfat, der frukttrærne antakelig har blomstret fra vikingtida. Sognefjorden bidrar til å avkjøle frukten om sommeren og luner trærne om vinteren. Bratte små gårdsbruk gjør kulturlandskapet unikt. Kombinasjonen tradisjon og vitenskapelig innsikt har ført til spennende innovasjon og produktutvikling med et bredt og godt sortiment innen alt fra juice og limonader til cider og fruktvin.

Antall butikker med salg: 251



Dybvik

Kontaktperson: Jakob Dybvik / www.dybvik.no

Klippfisk er en av Norges viktigste eksportartikler med sterke tradisjonsrøtter i blant annet det spanske og det portugisiske kjøkken. Men hvorfor er ikke denne delikatessen så utbredt i Norge, spurte de tre brødrene Dybvik seg selv om. De har arbeidet systematisk med markedsføring, kvalitet og innovasjon for det norske markedet. Med blant annet Klippfisk Gran Reserva, Bolinhos og ferdig utvannet klippfisk bygger de kvalitet og utvikler mer forbrukervennlige produkter.

Antall butikker med salg: 1169



Iskremgården

Kontaktperson: Ole Morten Høiland / www.iskremgarden.no

Med fersk melk fra samdriften lager Grete og Ole Høiland nydelig iskrem på Waldeland gård. Den er så god at den utkonkurrerte store internasjonale iskrem-merker på smak og kvalitet når vi skulle velge isen som skulle i Jacobs Utvalgte-serien. Du finner iskremen i alle MENYS butikker og i over 200 SPAR- og EUROSPAR-butikker over hele landet. I tillegg selges iskremen lokalt i Rogaland med mange flere ulike smaker under Iskremgårdens eget merkenavn. Isen kjennetegnes av mindre luft, mer smak og som de sier selv: – Helt uten tull!

Antall butikker med salg: 404





North Sea Salt Works

Kontaktperson: Michal Bietz Øverland / www.northseasaltworks.no

Kan verdens beste salt være norsk? Michal Bietz Øverland vokste opp i Portland, Oregon på USAs vestkyst. Dette er kvinnen som flyttet jorden rundt til en øy i Norskehavet med sin norske mann og deres to sønner, og startet saltsyderi. Michal og North Sea Salt Works har erobret smaks-hjertene til norske og internasjonale kokker. Med flaksaltet Havsnø (finnes i alle MENY-butikkene) og Kokkebøtta (for restaurantmarkedet) har den norske forbruker fått muligheten til å smake og selv svare på spørsmålet: – Kan verdens beste salt være norsk?

Antall butikker med salg: 352



Ostegården

Kontaktperson: Jørn Hafslund / www.ostegarden.no

Verdens beste ost kommer fra Fana. Tenk det! 35 internasjonale ostedommere så, luktet og smakte på 3.472 oster fra 41 nasjoner under World Cheese Awards i Bergen 2018. De vurderte bl.a. skorpe, farge og konsistens, men fremfor alt smak. De kom frem til at verdens beste ost er Fanaosten fra Jørn Hafslund, en bonde med 12 kuer. Jørn mener at mye av hemmeligheten ligger i melka og at kuene går ute hele sommeren og spiser mer enn 10 ulike typer gress. Den har Spesialmerket for unik smak fra Matmerk og vant gull i NM i Gardsost i 2017. Osten har vært å få i alle MENY-butikkene og Ostegården er selvfølgelig en av MENYs Matskatt-leverandører.

Antall butikker med salg: 459



Vossakjøtt

Kontaktperson: Arne Merkesdal og Willy Roger Jacobsen/www.vossakjot.no

«Stolt leverandør av ekte matopplevelingar» er Vossakjøts valgspråk. Er det produkt som smaker tradisjon, så er det produktene fra Vossakjøtt. Med sin stolthet for kjøttfaget og gjennom modning og røyking levendegjør Vossakjøtt en viktig mattradisjon. Det er nok å nevne produkter som Vossakorv, Eldhusrøykt fårepølse og Hakkasteik før en skjønner at her er vi ved nerven i norsk tradisjonsmat. Flere Spesialitetsmerker fra Matmerk og medaljer fra NM i kjøttprodukter er synlige bevis for kvalitet og unikhet.

Antall butikker med salg: 495



NORGE  INNLAND



Avdem Gardsysteri

Kontaktperson: Åse Haugstad / www.avdem.no

«Ny smak av tradisjon» er slagordet til Avdem Gardsysteri – og det er nettopp det de utvikler. Deres Huldreost, som er brunost nedkokt med einerbær, vann og akevitt, er ny smak av tradisjon på sitt beste. Her snakker vi om ost som konfekt. Denne har vært servert på restaurant NOMA, restauranten som omtales som verdens beste. Oster, smør og rømme lages på melk fra egen gård. Med flere gullmedaljer i NM i gardsost; vinner av Årets lokalmatgründer i 2017 og flere Spesialitetsmerker er dette en av stjernene på den norske ostehimmelen.

Antall butikker med salg: 112



Eggen Gardsysteri

Kontaktperson: Ola Eggen / www.eggenost.no

Liv Bjørnstad og Ola Eggen startet med osteproduksjon i 2001 basert på økologisk melk fra egen gård på Vingelén nord i Østerdalen. For en ost det har blitt! Med gull for osten Fjellblå under World Cheese Awards i London i 2017 kan en trygt si at her lages ost i verdensklasse. Eggen Gardsysteri er ett av mange norske håndverksysterier som foredler melk av svært høy kvalitet til oster som kan måle seg med de beste i verden. Nå er det sønnen Marius som har tatt over gården og som sammen med samboeren Lotte vil videreføre og videreutvikle osteventyret.

Antall butikker med salg: 101



Heidal Ysteri

Kontaktperson: Hege Krukhaug / www.heidal-ysteri.no

Norges vakreste ost lages i Heidal, en sidedal av Gudbrandsdalen kjent for Norges største tetthet av vernede bygninger. Formosten er obligatorisk på et hvert festbord, og spesielt i jul- og adventshøytiden. I tillegg til ulike varianter av brunost, eller rauost som man sier i Gudbrandsdalen, koker Heidal Ysteri prim og en fantastisk rømmegrøt, alle med Spesialitetsmerke fra Matmerk.

Antall butikker med salg: 452



Hovelsrud

Kontaktperson: Marianne Olsson og Are Herrem / www.hovelsrud.no

Med fokus på dyrevelferd, økologi og spisekvalitet leverer Marianne og Are kylling som serveres på Maaemo, den eneste norske restauranten med tre stjerner i Michelin-guiden. Kyllingen er også å finne i mer enn 100 KIWI-butikker. Hovelsrud Gård ligger på Helgøya midt i Mjøsa. Som Marianne og Are sier: – Økologisk kylling har fått godt fôr og har fått leve lenge. Det skal merkes på smaken!

Antall butikker med salg: 174



Valdresmeieriet

Kontaktperson: Jørn Wangensten / www.valdresmeieriet.no

Valdres er den regionen i Nord-Europa med flest aktive støler. Å bufare betyr å ta med seg buskapen (kyrne) til fjells. Dette er fortsatt en vesentlig del av det å kunne utnytte fjellbeite. Osten Bufar fra Valdresmeieriet er en hyllest til denne viktige tradisjonen og er en fast ost kun ystet på stølsmelk. Dette gir en gulere ost på grunn av høyere andel betakaroten i melken. Stølsmelk har flere unike egenskaper, som du også finner i melk fra andre fjellregioner som alpene. Bufarosten finner du i alle MENY-butikker.

Antall butikker med salg: 486



Den Sorte Havre

Kontaktperson: Johan Anstensrud / www.densortehavre.no

Svarthavren har vært dyrket i Norge siden før vikingtiden, og er optimalt tilpasset det norske klimaet. På Tvetter gård i Våler i Østfold har familien Anstensrud tatt opp igjen dyrkingen av svarthavre, og lager i dag høy-kvalitetshavregryn basert på dette urkornet. Den har 50 prosent høyere fettinnhold og mindre karbohydrater enn vanlig hvit havre og er mer motstandsdyktig mot sykdommer. Havren finnes i både steel cut (kuttet) eller valset i flak.

Antall butikker med salg: 290



Duga

Kontaktperson: Anne-Marthe Bye / www.duga.no

Duga er et smakfullt, norskdyrket nakenbygg som enkelt kan erstatte andre, mindre sunne råvarer i familiens kosthold. Det unike byggkornet har en mild og rund smak, og et naturlig høyt innhold av kostfiberet betaglukan som har dokumenterte helseeffekter på kolesterol og blodsukker. I tillegg holder det deg mett lengre. Duga blir drevet av entusiastiske bønder i Østfold.

Antall butikker med salg: 205



Dyre Gård

Kontaktperson: Hans Olav Bjerketvedt / www.dyregaard.no

Et engasjert og fremoverlent ektepar som alltid har et smil om munnen driver Dyre Gård. Det er en økologisk eplegård i Rygge ved Moss, som har 35.000 epletrær fordelt på sortene Rød Aroma, Discovery, Santana og Holsteiner Cox. Med eget presseri på gården presser de både egne epler og hjelper andre gode produsenter som Epleslang i Oslo. Eplemost av Holsteiner Cox var finalist i Det Norske Måltid 2018.

Antall butikker med salg: 197



Ek Gårdskjøkken

Kontaktperson: Lars Erik Ek / www.ek-as.no

Ingrid og Joar Ek startet sitt eget gårdskjøkken på Gjørberg gård i Onsøy utenfor Fredrikstad i 2001. I dag drives bedriften sammen med sønnen Lars Erik. Dagsferske egg fra eget hønseri blir til Ek Gårdskjøkkens prisbelønnede desserter og sauser. Panna cotta, crème brûlée, karamellpudding, moccapudding og sjokoladepudding, for ikke å glemme aioli og bernaisesaus. Alt lages akkurat som på et vanlig kjøkken, bare med litt større maskiner. Da blir smaken som hjemmelaget, kanskje enda litt bedre?

Antall butikker med salg: 182



Foto: Wanda Nordstrøm

Epleslang

Kontaktperson: Anne Dubrau / www.epleslang.no

Epleslang har tre målsetninger. De ønsker å ta samfunnsansvar, være miljøvennlige og lage førsteklasses eplemost. Sosialt entreprenørskap er kjernen hos Epleslang. De tilbyr arbeid for de som faller utenfor arbeidslivet og de utnytter epler som går til spille i Oslo hagene. Disse gamle eplestokkene gjør at eplemosten blir av høy kvalitet, nesten som «vieilles vignes» (gamle stokker) i vinproduksjon. Og hvis du lurer, så har de spurt naboen om å få lov til å gå på slang ...

Antall butikker med salg: 185



Himmelspannet

Kontaktperson: Jørgen Roll / www.himmelspannet.no

Himmelspannet er et lite ysteri i Hemsedal som lager prisvinnende oster av melk fra kuer og geiter i nærområdet. Ysteriet viderefører tradisjonen med å yste, ta vare på og foredle melka i fjellbygda som har lange tradisjoner for støsliv og det å utnytte fjellbeite. Osten ystes med kjærlighet og pakkes for hånd, midt i Hemsedal sentrum. Ostene har navn fra kjente topper og landemerker i nærheten. Himmelspannet vant MENYs Matskattstipend i 2017 og i forbindelse med SPARs 25 års jubileum i 2018 ble osten Svarthetta utviklet i samarbeid med ysteriet.

Antall butikker med salg: 361



Holli Mølle

Kontaktperson: Trygve Nesje / www.holli-molle.no

Hver gang det kommer en ny last med korn til Holli Gård, tar bonde og møller Trygve Nesje en prøve og tygger på kornet for å sjekke om kvaliteten er riktig. Økologi, gamle kornsorter og kvalitet er sentralt i produksjonen til Holli Mølle. Alt melet blir malt på en langsom og skånsom måte på to steinkverner. Det er ikke overraskende at melet herfra er foretrukket av landets beste bakere. Bakehuset bruker blant annet Hollis mel i sine økologiske steinovnsbakte brød.

Antall butikker med salg: 221



Klokk & Co

Kontaktperson: Kristine Lund / www.klokkco.no

«Stas til folket» er slagordet for dette lille Oslobaserte firmaet som har ambisjon om å skape Norges beste alkoholfrie øl. De siste årene har det vært en stor oppblomstring av håndverksbryggerier, med stor variasjon både i geografi og kvalitet. Ved å utfordre på mangfold og kvalitet også i det alkoholfrie segmentet har Klokk & Co tatt tak og lansert flere varianter med navn som Friipa og Nada, begge alkoholfrie alternativer til IPA og American Pale Ale.

Antall butikker med salg: 450



Kokkeløren

Kontaktperson: Rikke Mørch Os / www.kokkeloren.no

Hva skal vi ha til middag? Det er det store spørsmålet i hverdagen for de fleste av oss. Kokkeløren har løst utfordringen ved å konsentrere seg om de beste Matskatt-leverandørene til MENY, og deres egne, unike oppskrifter lagt ferdig i eske som lett kan plukkes opp på vei fra jobb eller leveres på døren via MENY netthandel. Dette er utviklet av matentusiaster som gjør det enkelt å velge lokalmat.

Antall butikker med salg: 33



Nøisom Bryggeri

Kontaktperson: Per Arne Hovland / www.noisom.no

6 dedikerte kamerater startet opp et bryggeri i Fredrikstad fordi de likte godt øl, og mente at det kunne flere ha glede av! NorgesGruppen samarbeider tett med Nøisom, som har utviklet tre unike varianter for MENY i samarbeid med ingen ringere enn rockegruppa CC Cowboys, nemlig ølene Vill, vakker og våt, Harry og Tigergutt. To varianter er også utviklet sammen med SPAR og Joker: Norsk Håndbrygget Pils og Norsk Håndbrygget Fatøl. Med flere spennende tanker, slik som kaldbrygget kaffe og tonic, så kan vi nok fortsatt forvente flere gode nyheter fra plankebyen.

Antall butikker med salg: 324



Troll Salmon

Kontaktperson: Arve Iversen / www.troll-salmon.com

Forsker og gründer Arve Iversen er innlandsgutten fra Rjukan som ville kombinere tradisjonelt håndverk med ny teknologi. I en bransje hvor eksport av råvarer ofte er fokuset, har Arve foredlet og bygd bedriften på kvalitet, innovasjon og samarbeid med andre små- og mellomstore lokal-matleverandører. Sønnen Birk er nå med i driften og går i lære hos sin far og alle de andre dyktige medarbeiderne i Engelsviken. Nå bygges også nytt røykeri i Vestby. Det lover bra for fremtiden.

Antall butikker med salg: 965



Vingulmark

Kontaktperson: Runar Sørli / www.vingulmark.no

Vingulmark var det gamle navnet på Østfold og området rundt Oslofjorden. Menneskene bak Vingulmark har komplementær kompetanse og består av visjonære økologiske bønder. Sammen har de klart å skape liv i egghylla gjennom historiefortelling, filmer og levende illustrerte kartonger. Frokosteggserien Kykeliky er de eneste eggene på markedet i segmentet utegående høner. Vingulmark har også økologiske egg der også føret er økologisk. Dyrevelferd er en selvfølge. Som de selv sier: -Frie høner. Frie bønder!

Antall butikker med salg: 127



NORGE  SØR



Bjertnæs & Hoel

Kontaktperson: Åsmund Bjertnæs / www.bogh.no

På Smidsrød Gård på Nøtterøy i Vestfold finner vi noen av Norges fremste og mest nyskapende bønder. Når jordkvalitet, mennesker og innovasjon står i sentrum, viser Bjertnæs & Hoel at det er mulig å komme med nye potetsorter, nye pakninger og nye formater som er fullt på høyde med bl.a. de utenlandske amandine-potetene. Samarbeid gjennom hele verdikjeden er nøkkelen for å lykkes, og forbrukeren er sjefen. Sammen jobber vi for å øke forbruket av grønt med attraktive produkter som poteter og salater, kjenne-tegnet ved en kontinuerlig lyst til å lære.

Antall butikker med salg: 395



Færder Mikrobryggeri

Kontaktperson: Tone Krüger / www.faerdermikrobryggeri.com

Dette familiedrevne mikrobryggeriet har en helt spesiell lidenskap for havet, livet og ølbrygging. Som de sier: - Vi ønsker akademisk kontroll og kunstnerisk nysgjerrighet i byggeprosessen. Det gir noen utrolige øltyper, som scorer høyt på øltester og går rett i hjertet på de som verdsetter gode smaker. Lurer du på hvorfor det står «brewed by the mad doctor» stemplet på flaskene? Det er fordi bryggerimesteren selv er utdannet lege, men tar sin turnustjeneste for ølet og folket.

Antall butikker med salg: 233



Grøstad

Kontaktperson: Gry Beate Knapstad / www.grostad.no

Økologisk frilandsgris hvor dyrevelferd og spisekvalitet er prioritert høyest. På Grøstad Gård ved Undrumsdal i Vestfold har besøkende mulighet til å hilse på grisene og se hvordan frilandsgriser lever. Produsentene er - foruten Gry Beate Knapstad på Grøstad - Astrid Staurheim (Bø i Telemark); Lene og Jon Inge Skyrudsmoen (Kirkenær på Hedmark); Monica Been og Kristian Sandem (Hølen i Akershus) og Anne-Helene og Ole-Kristian Bruslerud (Andebu i Vestfold). Grøstad jobber tett med MENY.

Antall butikker med salg: 220



Gårdsand

Kontaktperson: Aadne Søyland / www.gardsand.no

Med visjonen om å bli kongerikets foretrukne leverandør av spesialiteter har Gårdsand etablert et tett og godt samarbeid med NorgesGruppen. De startet med produksjon av and av høy kvalitet og har etablert både et spesialtilpasset slakteri og foredlingsanlegg. Sammen med MENY har de satset på saktevoksende premiumkylling, der eggene ruges og klekkes på Lerstang Gård i Vestfold, derav navnet Lerstang. Sammen med MENY har de også utviklet flere sauser basert på kylling og andekraft.

Antall butikker med salg: 426



Holte Gård

Kontaktperson: Magnus Olsen / www.holtegard.no

I Drangedal i Telemark driver familien Olsen med blant annet økologisk kylling, and, gås og økologiske egg. Som en av pionerne på lokalmat har far Halvor Olsen levert til de beste restauranter og butikker gjennom en årrekke. Nå er det sønnen Magnus som mer og mer tar over roret. Har du tradisjon med å feire Mortensmesse, så er dette rette plassen å hente råvaren fra.

Antall butikker med salg: 114



Røyland Gård

Kontaktperson: Gunnar Sagstuen / www.roylandgard.no

Å utnytte utmarksressursene er et viktig premiss for Gunnar og Pernille Sagstuen på Røyland Gård i Agder. Kåret til Årets lokalmatgründere i 2018, fremstiller de geléer og syltetøy av bær fra skogen rundt gården. Produktene passer perfekt som tilbehør til norske oster og til middag. Som ikke dette var nok, drar ekteparet i gang tyttebærfestival inspirert av Thorbjørn Egners univers og sammen med Dyreparken i Kristiansand. De tilrettelegger for aktiviteter og arrangementer på gården med det karakteristiske tårnet. Slik er de med på å utvikle Sørlandet til å bli en attraktiv matregion.

Antall butikker med salg: 224



Skreppa

Kontaktperson: Inger Marie Bakås / www.skreppa.no

I skisportens vugge, Morgedal i Telemark, lages et smaksrikt og tradisjonelt takkestekt flatbrød på Kviteseidsmør og grovt mjøl. Har du hatt gleden av å møte damene som profilerer Skreppa-produktene i butikk eller på marked, så har du fått en opplevelse for livet. I fine drakter, gode smaksprøver og med store smil er de et slående bevis på «living the brand». Som en kuriositet kan det nevnes at sognepresten i Kviteseid har velsignet og brukt flatbrødet i nattverden under en påskegudstjeneste.

Antall butikker med salg: 95



Slik blir du en god lokalmat-leverandør:

Norske matbutikker blir bedre av gode lokalmatprodukter!

Selv om det har vært en fantastisk utvikling i salget av lokalmat de siste årene, så ønsker vi i NorgesGruppen at salget skal fortsette å vokse i samme tempo.

Skal vi lykkes med målet om fortsatt vekst, er vi avhengig av dyktige og nyskapende produsenter rundt om i hele landet. For å lykkes som lokalmatprodusent, må du være kreativ, entusiastisk, sta og nøye.

NorgesGruppen har jobbet med lokalmat i en årrekke. I 2005 inngikk konsernet en samarbeidsavtale med KSL Matmerk. Blant annet skal alle varer med spesialitetsmerke få prøve seg i minst én av NorgesGruppens butikker. Opp gjennom årene har vi møtt svært mange dyktige lokalmatprodusenter og vi har også sett de som har møtt utfordringer. Summen av erfaringene gjør at vi kan gi noen gode tips til deg som vil bli en god lokalmatleverandør.

- Tenk marked! Er produktet relevant og viktig for den målgruppen du ser for deg? Er det unikt nok og er det behov for akkurat dette produktet?
- Har du sterk tro på produktet ditt? Smaker det himmelsk? Skiller det seg fra andre produkter på markedet?

- Er alle offentlige godkjenninger på plass? Du kan like eller mislike det, men for å selge mat i Norge må man tilfredsstille en del offentlige krav.
- Registrer varen(e) i dagligvarehandelens produktdatabase (EPD-basen administrert av Tradesolution). Trenger du hjelp til dette, så kan vi hjelpe deg.
- Registrer deg på www.lokalmat.no, felles kvalitetssikringssystem for lokalmat administrert av Matmerk.
- Ta en prat med lokalmatansvarlig i NorgesGruppen for å diskutere muligheter, utfordringer og eventuell registrering.

Det aller viktigste er uansett at du elsker det du holder på med. Lidenskap er viktigere enn alt annet. Målet i seg selv må ikke være å bli en stor leverandør. Målet må være å lage en best mulig smaksopplevelse basert på lokale tradisjoner eller lokale råvarer.

Lykke til - Vi heier på deg!

