

SAK 24/15 SØKNAD OM TILSKOT, «SMÅMAT OG LEFSEKLING – NYE NASJONALE MATSKATTAR»

Saksopplysning

Hallingkost søker om kr. 300.000 til arbeid for at lefsekling og småmat blir godkjent som «Beskyttede betegnelser», og arbeid med markedsføring/synleggjering av merkegodkjenninga. «Beskyttede betegnelser» er ei offentlig geografisk merkeordning som sikrar juridisk vern mot kopiering og juks av råvarer. Slik at t.d. fenalår frå Norge har like godt vern som Parmaskinke frå Italia. Dette er med å sikre at norske matskatter får den beskyttelsen og anerkjenning dei fortener. Mattilsynet eig merket, mens Matmerk administrera ordninga. Det norske regelverk er tilsvarende Eu sitt regelverk.

«Beskyttede betegnelser» blir regulert av eigen nasjonal forskrift. Den omfattar tre ulike nemningar:

- *Beskyttet opprinnelsesbetegnelse*
- *Beskyttet geografisk betegnelse*
- *Beskyttet tradisjonelt særpreg*

Formålet med «beskyttede betegnelser» er:

- Større matmangfald og auka verdiskaping ved å stimulere til regional og lokal matproduksjon.
- Sikre forbrukarane påliteleg informasjon om produktet sin geografiske tilhøyrslse, tradisjon og særegne kvalitetar.
- Ta vare på viktig kunnskap om norsk mat og matkultur.

I dag er det totalt 23 produkt som er godkjent i merkeordninga, som t.d. rakafisk frå Valdres, kurv få Valdres og sider frå Hardanger, men ingen produkt frå Hallingdal, vedlegg 2 syner godkjente produkt.

Det er skissert følgjande arbeid:

- a) *Etablere prosess-/prosjektorganisasjonen*
- b) *Definere hva Småmat/Lefsekling skal være (råstoff, kvalitet(er), produksjonsmetode, geografisk område, en produktbetegnelse. Dokumentasjon av omdømme, historie, tradisjon, link til geografisk område etc*
- c) *Sende søknad til Matmerk / Mattilsynet, hvor Mattilsynet tilslutt sender forskriften som definerer produktet på nasjonal høring. Deretter prosess og formelt nasjonalt vedtak med forskrift som gjelder Småmat og Lefsekling.*
- d) *Etablering, innarbeidelse hos produsenter, reiseliv og forbrukere og markedsføring av varemerkebeskyttelsen (initiell markedsføring)*
- e) *Etablere verktøy for å overvåke markedet*

Forventa effektar av arbeidet etter godkjenning er:

- a) *Økende fokus på Hallingdal som tradisjonsbærer generelt, men mest for lokalmat*
- b) *En relativ vekst i den nasjonale omsetningen av lokalmat*
- c) *Økende bruk av småmat og lefsekling i reiselivsammenheng i region og landsdelen*
- d) *Økning i antall sysselsatte innen produksjon, distribusjon m m*
- e) *Bedring av resultatet hos lokalmatprodusenter som bruker varemerkebeskyttelse*
- f) *Bidrar til å gjøre Hallingdal kjent sammen med andre tiltak*

Arbeidet skal organiserast under Hallingkost SA sitt styre som eit eige prosjekt. Det skal opprettast ei referansegruppe og produsentar skal vera med i delprosjekt. Utviklingsavdelinga i Hallingdal Næringshage AS vil ha prosjektleiaransvaret.

Arbeidet skal vera avslutta innan 31.12.2016.

Kostnadsplan

Tittel	2015	2016	2017	2018	2019	SUM
Etablere, veilede, innføre og markedsføre varemerk		125 000				125 000
Konsensus-/informasjons-/drøftingsmøter - åpne	111 425	25 000				136 425
Møtekostnader og reiseutgifter	22 500	15 000				37 500
Prosessarbeid, veiledere, fagråd og referansegruppe	59 250	25 500				84 750
Prosjekt- og prosessledelse (18 måneder)	40 000	40 000				80 000
Regnskap, revisjon og sluttrapport	10 000	25 000				35 000
Risiko og usikkerhet		24 438				24 438
Søknadsgebyrer						
Matmerk/Deprtament	39 062					39 062
Utarbeidelse søknad til Matmerk	37 825					37 825
Sum kostnad	320 062	279 938				600 000

Følgjande finansieringsplan er lagt til grunn for arbeidet:

Finansieringsplan

Tittel	2015	2016	2017	2018	2019	SUM
Hallingkost - driftsbudsjettet	25 000	25 000				50 000
Medlemsbedrifter - prod., fagråd, referansegrupper	150 000	100 000				250 000
Regionrådet for Hallingdal	200 000	100 000				300 000
Sum finansiering	375 000	225 000				600 000

Vurdering

Det blir vurdert som svært positivt at Hallingkost ynskjer å setja i gang arbeidet for å «sikre» småmat og lefsekling. Det er både naturleg og rett at Hallingdal med ein sterk lokal kultur og identitet og som den største reiselivsregionen i landet har lokal matproduksjon langt framme i pannebrasken.

Regionrådet for Hallingdal og kommunane i Hallingdal har støtta Hallingkost i fleire konkrete tiltak i tillegg til støtte for drifta, seinast i sak 65/14 der det vart gjort slikt vedtak:

1. Regionrådet for Hallingdal meiner det er svært viktig å føre vidare det arbeidet som er utført av Hallingkost SA dei siste åra.

2. Regionrådet løyver eit årleg tilskot til vidareutvikling på kr. 150.000 pr. år, i tre-års perioden 2015 – 2017. Midlane blir teke frå regionalt næringsfond
3. Regionrådet for Hallingdal ber om ei årleg attendemelding om drift og økonomi.

I søknad til sak 65/14 vart det sagt:

Et konkret tiltak som Hallingkost tar tak i når det gjelder bevaring av lokale mattradisjoner er samarbeid med MATMERK og arbeid med å gi småmat og lefsekling beskyttet geografisk betegnelse. Dett for å ta vare på og sikre Hallingdal sin matskatt nummer 1 og for å sikre driftsgrunnlaget til 3 av våre produsenter. Prosjektet har oppstart høsten 2014.

Etter dagleg leiar sitt syn blir det uryddig når det ikkje kom klarare fram at det her ville koma ein eigen søknad, spesielt når søknadsbeløp er av ein storleik som tilsvara to-års driftstilskot. Det er og uryddig når det er planlagt å nytte kr. 50.000 av Hallingkost sitt driftsbudsjett som delfinansiering til planlagt prosess, all den tid det her er løyvd kr. 150.000 pr. år, i ein tre-års periode. Etter dagleg leiar sitt syn verkar planlagt prosess svært omstendeleg og kostnadskrevjande, spesielt med tanke på at Hallingkost er i ein situasjon der det er behov for driftstilskot.

Dagleg leiar ser på merkeordninga som svært positivt men meiner arbeidet må kunne gjennomførast på ein langt enklare måte. Det bør vera i alle si interesse at prosessen går så smidig og effektivt som mogeleg, spesielt når det er ein stram økonomi.

Forslag til vedtak

Regionrådet for Hallingdal rår til at det blir løyvd kr. 100.000 til Hallingkost til arbeid for at lefsekling og småmat blir godkjent i merkeordninga «Beskyttede betegnelser». Det blir rådd til at tilskotet blir finansiert av partnerskapsavtala med Buskerud fylkeskommune for 2015.

Ål 18.5.2014

Knut Arne Gurigard
Dagleg leiar

Vedlegg:

1. Hallingkost, søknad dat. 14.5.2015
2. Oversikt over godkjente produkt
3. Prosjekt og framdrift - Nasjonal matskatt Hallingdal

Søknad

Søknadsnr.	2015-0001	Søknadsår	2015	Arkivsak
Støtteordning	Regionalt næringsfond for Hallingdal			
Prosjektnavn	Småmat og Lefsekling–nye nasjonale matskatter?			

Kort beskrivelse

Hallingdal er en av landets største reiselivsregioner med sterk lokal kultur og identitet. Koblingen lokalmat og reiselivet må styrkes for å øke lokalmatproduksjonen og skape et variert kulturelt tilbud på reisemålene. Samtidig må kulturell egenart beskyttes og bevares.

Et nødvendig tiltak i denne sammenheng er å beskytte lokale matskatter fra Hallingdal. Det er allerede 23 andre produkter i Norge med geografisk varemerkebeskyttelse som Matmerk administrer.

Prosjektbeskrivelse

Hallingdal er en av landets største reiselivsregioner med sterk lokal kultur og identitet. Koblingen lokalmat og reiselivet må styrkes for å øke lokalmatproduksjonen og skape et variert kulturelt tilbud på reisemålene. Samtidig må kulturell egenart beskyttes og bevares.

I en stadig mer globalisert og kommersiell verden er det nødvendig å juridisk sikre sin egenart og kulturelle verdi. Ikke bare for enkeltbedriftene som produserer, men for vår lokale regionale identitet er den viktig.

Det etterspørres i stadig større grad lokalmat, hvor det i siste offentliggjorde undersøkelse fra departementet har en verdi på 3 mrd kroner. Varekategorien lokalmat har hatt en vesentlig høyere veksttakt enn totalmarkedet de siste 4 årene. Omsetningsvekst i 2013 var på 8,4 prosent. Utsalgsteder som Bondens marked, Mathallen og lignende er ikke medregnet.

I tillegg til geografisk varemerkebeskyttelse har 200 norske matprodukter i dag spesialitetsmerket. Formålet med merkeordningen Spesialitet er å bidra til større mangfold og verdiskaping i norsk matproduksjon.

Hallingdal har idag ingen produkter med geografisk beskyttelse, noe som er nærliggende å få utført for f eks Småmat og Lefsekling fra Hallingdal.

Vi tror en beskyttelse av småmat og lefsekling som en geografisk betegnelse og tradisjonelt særpreg vil styrke produsentene, reiselivet og vår kulturelle identitet.

Større stolhet av våre lokalproduserte varer, bidra til produktenes troverdighet (ekte vare), fremheve spesielle produktegenskaper, styrke kvalitets-og opprinnelsesprofil, styrke omdømmet og etablere en enklere kobling mellom mat- og reiseliv.

Prosjektet er således ikke kun for produsentene, men for flere bransjer og regionens felles identitet.

Kontaktopplysninger

Funksjon	Navn	Adresse/poststed	Mobil
Søker / Prosjekteier	Hallingkost SA Org.nr:984 941 579	Gamlevegen 6, 3550 Gol 3550 GOL	90 25 90 17
Kontakt-person	Else H. Asplin / styreleder	Gamlevegen 6 3550 GOL	90179321
Prosjekt-leder	Gudmund Brekko	Gamlevegen 6 3550 GOL	93259380

Mottatt offentlig støtte tidligere: Ja

Vi har ikke mottatt støtte for dette spesielle området tidligere.

Høsten 2015 ble søknad sendt og innvilget. I presentasjonen forut for søknaden ble det nevnt varemerkegodkjennelse som egen prosess, hvor egen finansiering måtte påregnes.

Ellers stønad fra Innovasjon Norge for utvikling av salgs- og markedsorganisasjonen Hallingkost. Samt deltagelse i bedriftsnettverkstiltak innen fylket.

Oversikt for støtte ellers kan ettersendes om ønskelig.

Lokaltmat godkjennelsen må bæres gjennom lokale tiltak.

Spesifikasjon

Bakgrunn

Initiativet til Hallingkost kom før OL på Lillehammer 1994 gjennom DBC Utvikling AS (Gol). Mat fra Hallingdal profilerte dalen. Etter dette har utviklingen gått med små, men viktige trinn oppover.

Hallingkost har nå omlag 47 medlemmer fordelt på produsenter, støler, reisemålsselskap og serveringsbedrifter/hotell. Selskapet har en selger i 70% stilling med daglig leder i 50% stilling og styreleder som kan engasjeres etter daggodtgjørelse som en ressursbuffer.

Hovedfokus for organisasjonen er markedsføring, salg og distribusjon av lokalproduserte matvarer. Dette er naturlig nok medlemmene spesielt opptatt av og viktig for dem. Samtidig med ordinær drift har det vært nødvendig å bygge merkevaren, kompetansen, kvaliteten m m gjennom prosjektfinansierte tiltak. Produktene er mange og varierte. Nevnes kan vin, tapas, spekemat, flatbød, kaker, lefsekling og småmat blant noen.

Dette er en klassisk ressursutfordring for små organisasjoner med marginale resultat å arbeide både innen utviklingsprosjekter og drift samtidig. Likviditet blir presset og langsiktig utvikling skvises.

Men vi lever i en konkurranseutsatt verden, hvor det er økende fokus på lokalprodusert mat. Et middel for å øke verdien av lokalprodusert og beskytte den har Norge innført analogt reglement som EU, hvor de har beskyttelse for Champagne, Roquefort, Param skinke og mye mer.

Beskyttede betegnelser (opprinnelse, geografi, tradisjon) er en offentlig merkeordning som sikrer at

norske matskatter får den beskyttelsen og anerkjennelse de fortjener. Vi kjenner idag 23 norske matskatter som har fått slik beskyttelse. Her nevnes: Rakfisk fra Valdres, Kurv fra Valdres, Høgfjellslam fra Nord-Gudbrandsdal, Hardangerpærer, Hardangerepler, Hardangermoreller, Hardangerplommer, Cider og Eplejuice fra Hardanger etc. I Buskerud er Ringerikspotet og - erter godkjente.

Hallingdal har ingen lokalmatprodukter som er geografisk varemerkebeskyttet. Hallingkost SA mener det er på høy tid å få varemerketbeskyttet produktene Småmat og Lefsekling.

Dette er et typisk prosjektfinansiert arbeide som det søkes om midler til. Hallingkost SA med sin vevre, men fokuserte driftsorganisasjon har behov for midler for på vegne av flere grupper skape økonomiske og sosiale merverdier i regionen.

Arbeidet vil komme enkelte av våre medlemmer tilgode, men effekten av en godkjennelse vil sørge for å bevare kulturell identitet for Hallingdal og trolig skape økonomiske ringvirkninger på sikt for Hallingdal ellers (bl a reiselivet). Det er dermed ikke alene Hallingkost SA og enkeltmedlemmer som vil ha nytte av arbeidet.

I de siste årene

Prosjektmål

Hallingkost SA vil gjennom arbeidet sørge for

- a) at Lefsekling og Småmat får varemerkebeskyttelse (opprinnelses-, geografisk og/eller tradisjonbeskyttelse)
- b) at det gis bedre vern mot kopiering og etterligning av produktene
- c) at snylting og utvanning av et godt omdømme bygget over generasjoner forhindres
- d) at det defineres spesifikk(e) kvalitet(er) på produktet
- e) at det etableres ett samarbeid om felles merkevare som sikrer produktenes framtid
- f) at varemerkebeskyttelsen brukes av produsentene og gjøres kjent for forbrukerne

En beskyttelse gir et sterkere juridisk vern og er vår kontrakt med forbrukeren om at de får ekte vare med egenskaper knyttet til det geografiske området Hallingdal !!!

Forankring

Lokalmat har en sterk og tydelig forankring i de siste regjeringer. På departementets sider står følgende å lese på Landbruks- og matdepartementet sine sider: "Markant vekst i markedet for lokalmat.

Det siste året har omsetningsveksten av lokalmat i butikk være på hele 16,5 prosent. Det utgjør en halv milliard i rene kroner. Sammenlignet med veksten i mat og drikke generelt vokser lokalmatmarkedet tre ganger så fort".

"Dette er en gledelig utvikling og tallene viser at norsk lokalmat og drikke setter omsetningsrekord for fjerde år på rad, sier landbruks- og matminister Sylvi Listhaug.
..." Regjeringen vil bidra til ytterligere vekst på området ...", sier Listhaug".

(tallene omfatter ikke omsetning på Bondens marked, matfestivaler, matmarkeder og restauranter).

Hallingdal har en svært liten andel av denne totale omsetningen til tross for et markant reiseliv - både med hyttegjester og profesjonelle gjestedøgn.

Det er under Landbruks- og matdepartementet etablert en organisasjon som heter Matmerk som skal sikre arbeidet med bl.a. varemerkeordninger for lokalmat. Hallingkost SA har dialog med dem om varemerkebeskyttelse av Småmat og Lefsekling. Så tall og prosesser er estimert ut fra samtaler med dem og fra andre prosesser rundt om.

Buskerud Fylke har i sitt plandokument "Strategi på landbruks- og matområdet 2013 - 2016" i pkt 4.8 er lokaltmat spesielt nevnt.

Det er videre nevnt i mange reiselivstrategisdokumenter på nasjonalt, fylkeskommunalt og lokalt nivå betydningen, viktigheten og koblingen av original stadbunden lokalmat.

Det er liten tvil om at juridisk beskyttelse vil være et viktig delskritt for å sikre at et av Norges største reiselivsområder får varemerkebeskyttede produkter å tilby med sterk lokal kulturell forankring.

Hallingkost SA sitt styre har vedtatt å gå igang med arbeidet for senest i 2016 å ha sluttført arbeidet.

Prosjektorganisering

Hallingkost SA har kommet fram til at de med 47 medlemmer bør være motoren i arbeidet og det er i samsvar med den juridiske forskriften for beskyttelse at en felles interesseorganisasjon/sammenslutning innehar rettigheten.

Hallingkost SA ser det også som riktig at den kulturelle identiteten sikres best gjennom en fellesorganisasjon. Det er løpende kvalitetsmessige krav, samt nødvendig med omdømmebygging og profilering for å skape merkevaren. Dette arbeidet er det også naturlig at Hallingkost SA tar ansvaret for som den bærende sammenslutningen i Hallingdal.

Arbeidet organiseres under Hallingkost SA sitt styre som eget prosjekt.

Det opprettes en referansegruppe som rådgir om kulturell identitet, opprinnelse og kvalitet. Fagrådet til Hallingkost SA aktiviseres og vi vil gjerne ha en folkelig kulturell forankring, hvor representant fra Regionrådet inviteres inn. Produsenter bidrar i delprosjekter på produksjonsmetoder og salg, markedsføring.

For å lette gjennomføringen innhentes ressurser fra Utviklingsavdelingen i Hallingdal Næringshage AS som prosjektleder, samt at Matmerk og ressurser fra virkemiddelapparatet ellers benyttes så langt mulig.

Se vedlagte PDF for organisasjonstablået.

Samarbeidspartnere

Samarbeidsparter i dette vil være:

- Matmerk (veileder og kontakt i prosessen)
- Mattilsynet (utarbeider forskriften og sender den på høring)
- Reiselivet (foreløpig fagrådet ved Bardøla og Harahorn hoteller - utvides til il destinasjons-/reisemålsnivå da godkjennelse foreligger og markedsføring starter)
- Lokalmatprodusenter (de som ønsker varemerkereistrering)
- Lokale kultur- og landbruksorganisasjoner (referansegruppe)
- Hallingdal Næringshage AS (bidrar med virkemiddelkompetanse og prosjektledelse)

Vi vil arbeide for å få tilleggsfinansiering fra Innovasjon Norge for ekstra markedsføring av produktene da varemerkereistreringen foreligger. Regionen må etter alt å dømme selv ta en del av kostnadsansvaret fram til den foreligger og rett etter. Om vi får eventuell tilleggsfinansiering så kan eventuelt tilsagn da avkortes i samråd mellom partene.

Aktiviteter

Det er ett arbeid med sterkere analogi til prosess enn prosjekt. Det må tas hensyn til kulturell identitet og produktvarianter innen regionen, samt produktekniske forhold som kan variere noe. Arbeidet antas å ta minimum 12 måneder. men mest trolig ca 18 måneder er erfaringen fra andre steder. Framdriften er også avhengig av kapasiteten i Mattilsynet som har vært/er under omorganisering.

Prosesstegene består hovedsaklig av flere trinn:

- a) Etablere prosess-/prosjektorganisasjonen
- b) Definere hva Småmat/Lefsekling skal være (råstoff, kvalitet(er), produksjonsmetode, geografisk områder, en produktbetegnelse. Dokumentasjon av omdømme, historie, tradisjon, link til geografisk område etc
- c) Sende søknad til Matmerk / Mattilsynet, hvor Mattilsynet tilslutt sender forskriften som definerer produktet på nasjonal høring. Deretter prosess og formelt nasjonalt vedtak med forskrift som gjelder Småmat og Lefsekling.
- d) Etablering, innarbeidelse hos produsenter, reiseliv og forbrukere og markedsføring av varemerkebeskyttelsen (initiell markedsføring)
- e) Etablere verktøy for å overvåke markedet

Pkt d) og e) sees som svært viktige skritt snarlig etter at forskriften foreligger.

Målgrupper

Småmat og lefsekling er lokalmat som har potensial til å bli en nasjonal matskatt minst på linje med Festsodd fra Trøndelag etc !

Målgruppen er nasjonal og gjelder både bedrifter og befolkningen generelt.

For Hallingdal er det en sentral utfordring å skape en sterk kobling til lokalt reiseliv. Så Småmat og Lefsekling oppfattes som en nasjonal matskatt på linje med Rakafisk fra Valdres, Festsodd fra Trøndelag, Cider fra Hardanger, Tørrfisk fra Lofoten !

Godkjennelse av Småmat og lefsekling nasjonalt åpner også for Eu godkjennelse senere.

Det vil utvilsomt være nyttig i bl a en økt reiselivsatsing, hvor vår lokale kultur blir synligere element i markedsføringen.

Resultat

Vi forventer:

a) Godkjennelse og varemerkebeskyttelse av Småmat og Lefsekling som resultat

Effekter

- a) Økende fokus på Hallingdal som tradisjonsbærer generelt, men mest for lokalmat
- b) En relativ vekst i den nasjonale omsetningen av lokalmat
- c) Økende bruk av småmat og lefsekling i reiselivssammenheng i region og landsdelen
- d) Økning i antall sysselsatte innen produksjon, distribusjon m m
- e) Bedring av resultatet hos lokalmatprodusenter som bruker varemerkebeskyttelse
- f) Bidrar til å gjøre Hallingdal kjent sammen med andre tiltak

Det settes opp konkrete måleparametere innen prosjektet som synliggjøres ved rapporter senere.

Tids- og kostnadsplan

Tidsplan

Se vedlagte prosessdiagram.

Ferdig innen 31.12.2016, men søkes avsluttet før da vi mener at tiltaket er svært viktig.

Kostnadsplan

Tittel	2015	2016	2017	2018	2019	SUM
Etablere, veilede, innføre og markedsføre varemerk		125 000				125 000
Konsensus-/informasjons-/drøftingsmøter - åpne	111 425	25 000				136 425
Møtekostnader og reiseutgifter	22 500	15 000				37 500
Prosessarbeid, veiledere, fagråd og referansegruppe	59 250	25 500				84 750
Prosjekt- og prosessledelse (18 måneder)	40 000	40 000				80 000
Regnskap, revisjon og sluttrapport	10 000	25 000				35 000
Risiko og usikkerhet		24 438				24 438

Søknadsgebyrer			
Matmerk/Deprtament	39 062		39 062
Utarbeidelse søknad til			
Matmerk	37 825		37 825
Sum kostnad	320 062	279 938	600 000

Finansieringsplan

Tittel	2015	2016	2017	2018	2019	SUM
Hallingkost - driftsbudsjettet	25 000	25 000				50 000
Medlemsbedrifter - prod., fagråd, referansegrupper	150 000	100 000				250 000
Regionrådet for Hallingdal	200 000	100 000				300 000
Sum finansiering	375 000	225 000				600 000

Geografi

615-Flå, 616-Nes, 619-Ål, 620-Hol, 617-Gol, 618-Hemsedal

Vedleggsliste

Dokumentnavn	Filstørrelse	Dato
Oversikt over 23 produkter som er godkjent.pdf	104 026	14.05.2015
Prosjekt og framdrift - Nasjonal matskatt Hallingdal.pdf	480 115	14.05.2015

23 NORSKE MATSKATTER BESKYTTET

- Økologisk Tjukkmjølke fra Røros
- Ringerikserter
- Eplejuice frå Hardanger
- Skjenning
- Fjellmandel fra Oppdal
- Hardangereple
- Hardangerpærer
- Hardangerplommer
- Hardangermoreller
- Rakfisk fra Valdres
- Gamalost frå Vik
- Festsodd fra Trøndelag
- Ishavsørøye Vesterålen
- Ringerikspotet fra Ringerike
- Gullørøye fra Nord – Norge
- Tørrfisk fra Lofoten
- Sider frå Hardanger
- Badsturøkt kjøtt på namdalsk vis
- Villsau frå Norskekysten
- Kurv frå Valdres
- Fenalår fra Norge
- Høgfjellsislam fra Nord-Gudbrandsdal
- Lofotlam

Utenlandske: Prosciutto di Parma, Parmeggiano Reggiano



Prosjekt varemerkebeskyttelse – Lefsekling og Småmat

Hallingdal (kulturelt eierskap)

Hallingkost SA (Prosjekteier)

Hallingkost SA
Prosjekttressurser
(Produsenter)

Hallingdal Næringshage AS
(prosjektleder)

Hallingkost SA
Referansegruppe
(Fagrådet)

Rådgivere og andre prosjekttressurser (Matmerk og andre)

Konsept-
ualisering og
utforming av
prosjekt

Finansiering

Prosjekt-
gjennomføring
med flere
deltagere

Godkjennelses-
prosess
Matmerk\
Etablering av
QA system

Markedsføring
og synliggjøring
av varemerke-
godkjennelsen

Salg og
resultatmåling

Fase 1: Prosjektplan
og finansiering

30. Juni 2015

Fase 2: Gjennomføring

31. Des 2016

Fase 3:
Gevinst-
realisering

Adresse : Gamlevegen 6, 3550 Gol

Web : www.nhage.no

Telefon : 32029920

Email : post@nhage.no



HALLINGDAL
NÆRINGSHAGE