

## SAK 33/08 HALLINGKOST

### Saksopplysning

Hallingkost BA har utarbeida ein eigen forretningsplan (vedlegg 2) der det dei tek mål av seg til å bli ein regional utviklingsaktør. I brev dat. 17.4.2008 (vedlegg 1) søker Hallingkost BA kommunane i Hallingdal om å løyve kr. 200.000, i årleg driftstilskot i 5 år.

Hallingkost BA har sidan 2002 bygd opp ein nettverksorganisasjon med 50 medlemmer fordelt på tre hovudgrupper: Produsentar, stølar og serveringsbedrifter/hotell. Samla omsette produsentane i 2007 for over 10 mill kroner. I denne perioden er det mellom anna kome på plass eit sals- og distribusjonsselskap, det er gjennomført produktutvikling i samarbeid med reiseliv og andre aktørar og gjennom profilarbeid er Hallingkost på veg til å bli ei merkevare.

Hallingkost ynskjer no å ta ei utvida rolle som regional utviklingsaktør. I ein eigen forretningsplan (vedlegg 2) skisserer styret for Hallingkost BA framtida for nettverksorganisasjonen.

Hallingkost BA tek mål av seg til å:

- bidra til å auke verdiskapinga for deleigarane
- gjera den lokalproduserte maten synleg
- styrke Hallingdal som reiselivsregion.

Gjennom nettverksarbeid, profilering, nyetablering, produktutvikling og kompetanse skal den lokalproduserte maten bli eit naturleg val for alle som bur i eller som besøker Hallingdal.

Hallingkost BA vil dele arbeidet i dagleg drift og prosjektarbeid. Dagleg leiar i 50 % stilling arbeider med dagleg drift. I tillegg skal Hallingkost gjennomføre prosjekt med eiga prosjektfinansiering. Den daglege drifta omfattar nettverksbygging, profilarbeid og prosjektutvikling.

I fyrste femårsplan skisserer styret i Hallingkost fleire prosjekt. "Hallingkost på menyen" skal gjere den lokalproduserte maten meir synleg for turistane. "Meir lokalprodusert mat" skal stimulere til nyetablering og produksjon av nye matvarer. Med prosjektet "Kom innom" ynskjer Hallingkost å tilrettelegge for besøk og formidling hjå produsentane. "På stølen" skal utvikle stølane som matopplevingsprodukt, og "Matauk" vil skape verdiar av unytta ressursar i utmarka.

Skal Hallingkost ta rolla som regional utviklingsaktør er det nødvendig med eit fast driftsapparat. I fyrste femårsperiode er det årlege driftsbudsjettet på kr. 500 000. I tillegg vil det bli utarbeidd budsjett og finansieringsplan for kvart enkelt prosjekt. Forretningsplanen har i fyrste femårsplan stipulert 5 mill i prosjektkostnader. Dette gir 1 mill i årleg prosjektkostnad.

Hallingkost BA viser til eigen forretningsplan og ber med dette kommunane om å løyve kr. 200.000 i årleg driftstilskot i 5 år.

## **Vurdering**

Hallingkost BA har utarbeida eit grundig dokument som på ein god måte synleggjer forretningside, mål, aktivitetar, organisering og økonomi.

Hallingkost har gjennom dei siste åra fått ein sterk auke i medlemsmassen. Reiselivsnæringa har etterkvart sett at Hallingkost er produkt å satse på. Hallingkost har etter kvart bygd opp eit namn som det blir lagt merke til. At det i tillegg har kome på plass eit sals- og distribusjonsselskap (truleg det fyrste i landet i sitt slag), er eit svært viktig grep. På mange område ligg no Hallingkost i fremste rekkje i forhold til produktutvikling og sal distribusjon. I tillegg til at ein stadig større del av reiselivsnæringa ser verdien av lokalprodusert mat. Hallingkost er attende der tiltaket var før og under OL på Lillehammer i 1994, Hallingkost er i ferd med å bli eit merkenamn.

Etter mitt er det no viktig å ta vare på det som er skapt gjennom dei siste åra. Det er utan tvil rett å satse på mat og matoppleving i landets største reiselivsregion så lenge dette er ein veksande nasjonal trend og eit nasjonalt satsingsområde. I tillegg til at det kjem til stadig fleire produsentar.

I forsettinga er det etter mitt syn to hovudalternativ for Hallingkost:

- Eit støtteapparat for medlemsbedriftene
- Ein regional utviklingsaktør, slik som det er skissert i forretningsplanen

Skal Hallingkost ta rolla som ein regional utviklingsaktør er det nødvendig med eit fast driftsapparat. I fyrste femårsperiode er det sett eit årlege driftsbudsjettet på kr. 500 000. I tillegg til at det er skissert ei rekkje prosjektoppgåver.

Foreslått finansiering er:

Sum, årleg medlemsbidrag	kr. 200.000
Kommunale driftstilskot:	kr. 200.000
Driftstilskot frå Statens landbruksforvaltning	kr. 100.000

Det kommunale driftstilskotet er tenkt fordelt på kommunane etter ein eigen fordelingsnøkkel, vedlegg 3:

1. Grunnbeløp. Alle kommunar betalar kr. 10.000 som eit grunnbeløp.  
Resten, kr. 140.000 blir delt i to like delar.
2. 50 % av beløpet som står att blir delt etter folketal.
3. 50 % av beløpet som står att blir delt etter medlemstygde.

## **Forslag til vedtak**

1. Regionrådet for Hallingdal meiner det no er svært viktig å føre vidare det arbeidet som er utført av Hallingkost BA dei siste åra.
2. Regionrådet rår til at kommunane i Hallingdal totalt yter eit årleg driftstilskot på kr. 200.000 pr. år, dei komande 5 åra.
3. Regionrådet rår til at følgjande fordelingsnøkkel vert nytta:
  - o Grunnbeløp. Alle kommunar betalar kr. 10.000 som eit grunnbeløp.
  - o Resten, kr. 140.000 blir delt i to like delar.
    - 50 % av beløpet blir delt etter folketal.
    - 50 % av beløpet blir delt etter talet på medlemmer i den einskilde kommune.

Ål 23.2.2008

Knut Arne Gurigard  
Dagleg leiar

Vedlegg:

1. Søknad dat. 17.4.2008
2. Forretningsplan Hallingkost BA, april 2008
3. Økonomisk driftsmodell for nye Hallingkost BA



Til Regionrådet i Hallingdal

## Hallingkost som regional utviklingsaktør

### Søknad om kommunale driftsmidler

Hallingkost BA har sidan 2002 bygd opp ein nettverksorganisasjon med 50 medlemmer fordelt på tre hovudgrupper: Produsentar, stolar og serveringsbedrifter/hotell. Samla omsette produsentane i 2007 for over 10 mill kroner. I denne perioden er det mellom anna kome på plass eit sals- og distribusjonsselskap, det er gjennomført produktutvikling i samarbeid med reiseliv og andre aktørar og gjennom profilarbeid er Hallingkost på veg til å bli ei merkevare.

Hallingkost ynskjer no å ta ei utvida rolle som regional utviklingsaktør. Det bør vere viktig å satse på mat og matoppleving i landets største reiselivsregion så lenge dette er ein veksande nasjonal trend og eit nasjonalt satsingsområde. I ein eigen forretningsplan skisserer styret for Hallingkost BA framtida for nettverksorganisasjonen.

Hallingkost BA skal bidra til å auke verdiskapinga for deleigarane, gjera den lokalproduserte maten synleg og styrke Hallingdal som reiselivsregion.

Gjennom nettverksarbeid, profilering, nyetablering, produktutvikling og kompetanse skal den lokalproduserte maten bli eit naturleg val for alle som bur i eller som besøker Hallingdal.

Hallingkost BA skal ha sitt virke i Hallingdal og i hovudsak levere sine tenester i Hallingdal. Hallingkost vil arbeide i grensesnittet mellom landbruk og reiseliv. Eit aktivt og levande landbruk er grunnlaget for framtidens reiseliv. I Hallingkost møtest desse næringane med felles interesse.

Hallingkost BA vil dele arbeidet i dagleg drift og prosjektarbeid. Dagleg leiar i 50 % stilling arbeider med dagleg drift. I tillegg skal Hallingkost gjennomføre prosjekt med eiga prosjektfinansiering. Den daglege drifta omfattar nettverksbygging, profilarbeid og prosjektutvikling.

I fyrste femårsplan skisserer styret i Hallingkost fleire prosjekt. "Hallingkost på menyen" skal gjere den lokalproduserte maten meir synleg for turistane. "Meir lokalprodusert mat" skal stimulere til nyetablering og produksjon av nye matvarer. Med prosjektet "Kom innom" ynskjer Hallingkost å tilrettelegge for besøk og formidling hjå produsentane. "På stølen" skal utvikle stølane som matopplevingsprodukt, og "Matauk" vil skape verdiar av unyttta ressursar i utmarka.

## SAK 33-08, VEDLEGG 1

Skal Hallingkost ta rolla som regional utviklingsaktør er det nødvendig med eit fast driftsapparat. I fyrste femårsperiode er det årlege driftsbudsjettet på kr. 500 000. I tillegg vil det bli utarbeidd budsjett og finansieringsplan for kvart enkelt prosjekt. Forretningsplanen har i fyrste femårsplan stipulert 5 mill i prosjektkostnadar. Dette gir 1 mill i årleg prosjektkostnad.

Hallingkost BA viser til eigen forretningsplan og ber med dette kommunane om å løyve kr. 200.000 i årleg driftstilskot i 5 år.

17. april, 2008.

Embrik Luksengard (sign)  
Styreleiar i Hallingkost

Eldgrim Springgard  
Prosjektleiar i Hallingkost

# Forretningsplan for Hallingkost BA



April, 2008

# Innhald

<b>Samendrag</b>	s. 3
<b>1. Innleiing</b>	s. 4
1.1 Historikk	
1.2 Prosjektresultat	
1.3 Hallingkost BA som regional utviklingsaktør	
<b>2. Forretningsidè</b>	s. 6
<b>3. Visjon og mål</b>	s. 6
3.1 Mål og delmål	
<b>4. Produkt og tenester</b>	s. 7
4.1 Nettverksarbeid	
4.2 Profilarbeid	
4.3 Nyetablering	
4.4 Produktutvikling	
4.5 Kompetanse	
<b>5. Marknaden</b>	s. 9
5.1. Internt	
5.2 Eksternt	
<b>6. Organisasjon og administrasjon</b>	s. 9
6.1 Eigarskap	
6.2 Selskapsform	
6.3 Organisering	
6.4 Vedtekter	
6.5 Styret	
6.6 Dagleg leiar	
6.7 Kompetanse	
6.8 Alliansar og samarbeidspartar	
<b>7. Sterke og svake sider</b>	s. 13
<b>8. Handlingsplan</b>	s. 14
8.1 Prosessen fram til etablering av nye Hallingkost BA	
8.2 Tiltaksplan (første femårsplan)	
<b>9. Økonomi</b>	s. 16

# Samendrag

## Hallingkost som regional utviklingsaktør

Hallingkost BA har sidan 2002 bygd opp ein nettverksorganisasjon med 50 medlemmer fordelt på tre hovudgrupper: Produsentar, stølar og serveringsbedrifter/hotell. Samla omsette produsentane i 2007 for over 10 mill kroner. I denne perioden er det mellom anna kome på plass eit sals- og distribusjonsselskap, det er gjennomført produktutvikling i samarbeid med reiseliv og andre aktørar og gjennom profilarbeid er Hallingkost på veg til å bli ei merkevare.

Hallingkost ynskjer no å ta ei utvida rolle som regional utviklingsaktør. Det bør vere viktig å satse på mat og matoppleving i landets største reiselivsregion så lenge dette er ein veksende nasjonal trend og eit nasjonalt satsingsområde. I ein eigen forretningsplan skisserer styret for Hallingkost BA framtida for nettverksorganisasjonen.

Hallingkost BA skal bidra til å auke verdiskapinga for deleigarane, gjera den lokalproduserte maten synleg og styrke Hallingdal som reiselivsregion. Gjennom nettverksarbeid, profilering, nyetablering, produktutvikling og kompetanse skal den lokalproduserte maten bli eit naturleg val for alle som bur i eller som besøker Hallingdal.

Hallingkost BA skal ha sitt virke i Hallingdal og i hovudsak levere sine tenester i Hallingdal. Hallingkost vil arbeide i grensesnittet mellom landbruk og reiseliv. Eit aktivt og levande landbruk er grunnlaget for framtidens reiseliv. I Hallingkost møtest desse næringane med felles interesse.

Hallingkost BA vil dele arbeidet i dagleg drift og prosjektarbeid. Dagleg leiar i 50 % stilling arbeider med dagleg drift. I tillegg skal Hallingkost gjennomføre prosjekt med eiga prosjektfinansiering. Den daglege drifta omfattar nettverksbygging, profilarbeid og prosjektutvikling.

I fyrste femårsplan skisserer styret i Hallingkost fleire prosjekt. "Hallingkost på menyen" skal gjere den lokalproduserte maten meir synleg for turistane. "Meir lokalprodusert mat" skal stimulere til nyetablering og produksjon av nye matvarer. Med prosjektet "Kom innom" ynskjer Hallingkost å tilrettelegge for besøk og formidling hjå produsentane. "På stølen" skal utvikle stølane som matopplevingsprodukt, og "Matauk" vil skape verdiar av unytta ressursar i utmarka.

Skal Hallingkost ta rolla som regional utviklingsaktør er det nødvendig med eit fast driftsapparat. I fyrste femårsperiode er det årlege driftsbudsjettet på kr. 500 000. I tillegg vil det bli utarbeidd budsjett og finansieringsplan for kvart enkelt prosjekt. Forretningsplanen har i fyrste femårsplan stipulert 5 mill i prosjektkostnader. Dette gir 1 mill i årleg prosjektkostnad.



# 1. Innleiing

## 1.1 Historikk

Initiativet til Hallingkost kom før OL på Lillehammer i 1994. Mat frå Hallingdal profilerte dalen under olympiaden. Dei lokale matprodusentane var likevel ikkje mange og sterke nok den gongen til å føre Hallingkost vidare.

I 2002 starta Hallingkost opp att som BA med lokale produsentar i føringa. Etter to år med mobilisering og nettverksbygging, vart Hallingkost i 2004 tildelt midlar til ein treårig prosjektperiode som blir avslutta 1. juli 2008.

I dag har Hallingkost 50 medlemmer fordelt på tre hovudgrupper: produsentar, stølar og serveringsbedrifter/ hotell. Samla omsetning til produsentane i Hallingkost var i 2007 over 10 mill kroner.

## 1.2 Prosjektresultat

I perioden 2005 -2008 har prosjektet Hallingkost oppnådd dette:

### 1. Sal og distribusjon

For alle småskalaprodusentar er sal og distribusjon ei stor utfordring. Kvar enkel bedrift er for lita til å stå for dette arbeidet sjølv, alternativet er som regel å gå til grossist. I Hallingkost har sju av dei største produsentane – dei som i dag leverer varer til daglegvarebutikkane – gått saman og etablert Hallingkost Distribusjon. Dei har tilsett salsmedarbeidar i 30 prosent stilling som er rundt i alle butikkar i Hallingdal og tek opp bestillingar og følgjer opp våre varer. Utkøyinga av varene skjer gjennom avtale med Bama. På denne måten har produsentane sjølve hand om sal/distribusjon lokalt i Hallingdal. Hallingkost Distribusjon er eit reint kommersielt selskap som står på egne bein uavhengig av Hallingkost BA.

### 2. Hallingkost og reiselivet

Eitt av måla i prosjektet har vore å knyte lokal mat og reiseliv sterkare saman. Dette er gjort gjennom:

- etablering av hallingkostbuffear på hotell.
- gjera lokal mat til ein del av turistopplevingane i Hallingdal, til dømes i sommarprogrammet «Det magiske jernet» rundt på dei lokale musea, og i to matteaterkonsept utvikla i samarbeid med Den norske Folkemusikkveka.
- Stølsnettverket har utvikla og synleggjort sine sommarprodukt på ein samordna måte.

### 3. Hallingtapas og produktutvikling

Lokal mat og tradisjonskost kan også nyttast på nye måtar. Det er tanken bak Hallingtapas. Med utgangspunkt i råvarene til Hallingkostprodusentane blir det laga spennande tapasrettar (smårettar) som kan brukast til enkel nevatmat eller fulle måltid. I prosjektet har hotellærlingar to år på rad vore på besøk hjå produsentane for så å konkurrere om den beste hallingtapasen. Dette har vore eit av dei mest populære innslaga under matfestivalen Norsk Matglede på Geilo.

Hallingtapas var også tema då mat- og landbruksminister Terje Riis-Johansen lanserte nasjonal matsatsing i august 2007 - Sporskifte. Han var sjølv med og serverte Hallingtapas til passasjerane på Bergensbanen denne dagen.

Hallingtapas får si eiga bok som blir lansert under Norsk Matglede på Geilo hausten 2008.

## SAK 33-08, VEDLEGG 2

### 4. Profilering

Hallingkost har i prosjektperioden vorte meir synleg i og utanfor Hallingdal.

- Messe- og butikkmateriell.
- Butikkdemonstrasjonar, desember 2006.
- Profilbrosjyrar, postkort, fotoserie.
- Presentasjon av hallingtapas på restaurant Presseklubben i Oslo, mars 2007.
- Sporskifte, august 2007.
- Kokkekamp i Gudbrandsdalen, september 2007.
- Produsert tiner til gåvepakning og nistebruk.

### **1.3 Hallingkost BA som regional utviklingsaktør**

Eit viktig mål med det treårige prosjektet er å finne fram til ei permanent organisering og finansiering av Hallingkost BA.

For det første vil deleigarane i Hallingkost vil vere tent med å bygge ein sterk nettverksorganisasjon. Hallingkost BA skal bidra til auka verdiskaping for deleigarane.

Hallingkost BA skal:

- Samordne ressursar.
- Skape møteplassar og bygge samarbeidskultur.
- Tilføre nettverket ny kompetanse og drive erfaringsutveksling.
- Profilere og drive merkevarebygging av Hallingkost.

I møtet med Regionrådet for Hallingdal og Hallingdal Reiseliv 4. mars, var alle i tillegg einige i at Hallingkost bør ta ei utvida rolle som regional utviklingsaktør. Dette fordi:

- Hallingdal er landets største reiselivsregionar.
- Hallingkost har i dag 50 medlemmer og medlemstalet ser ut til å vekse.
- Mat og matoppleving er ein veksande internasjonal trend og nasjonalt satsingsområde.

Skal Hallingkost BA ta ei utvida rolle treng selskapet ein forretningsplan og truleg må vedtektene endrast.

## 2. Forretningsidé

**Hallingkost BA skal bidra til å auke verdiskapinga til deleigarane, gjera den lokalproduserte maten synleg, og styrke Hallingdal som reiselivsregion.**

Hallingkost BA skal arbeide med dette:

- **Nettverksarbeid**  
Samordne ressursar, skape faglege og sosiale møteplassar og bygge samarbeidskultur.
- **Profilering**  
Felles marknadsføring og profilarbeid for eigarane og styrke merkevara Hallingkost.
- **Etablering**  
Vere pådrivar for å auke lokal matproduksjon, m.a. med erfaringsoverføring.
- **Produktutvikling**  
Matopplevingsprodusent og vertskapsutviklar i samarbeid med reiselivet i Hallingdal.
- **Kompetanse**  
Ta vare på handlingsboren kunnskap og vere kompetansebank for fjellmat.

## 3. Visjon og mål

**Turistar som kjem til Hallingdal spør etter Hallingkost, og lokalprodusert mat er eit naturleg val for dei som bur i Hallingdal.**

### 3.1 Mål og delmål

Hallingkost BA må vere reetablert som regional utviklingsaktør før 1. august 2008.  
Nye Hallingkost BA har desse målsetjingane for sine virksomheitsområde i første femårsbolc 2009 - 2014 :

#### 3.1.1 Nettverksarbeid

- Hallingkost BA skal vere eit fagleg nettverk for deleigarane.
- Hallingkost BA skal gje deleigarane stordriftfordelar.

#### 3.1.2 Profilarbeid

- Hallingdal skal vere hovudmarknaden til Hallingkost.
- Hallingkost BA skal samordne felles marknadsføring for deleigarane.
- Hallingkost skal bli ei synleg merkevare i Hallingdal.
- Hallingkost BA skal vere med å styrke totalproduktet Hallingdal.

#### 3.1.3 Nyetablering

- Hallingkost BA skal arbeide for å etablere nye lokale matprodusentar.
- Hallingkost BA skal bidra med erfaringsoverføring til nye etablerarar.

### **3.1.4 Produktutvikling**

- Hallingkost BA skal hjelpe til med å utvikle nye matprodukt.
- Hallingkost BA skal utvikle matopplevingsprodukt i samarbeid med reiselivet i Hallingdal og aktivitetsselskap i regionen.
- Hallingkost BA skal i samarbeid med reiselivet i Hallingdal drive vertskapsutvikling.

### **3.1.5 Kompetanse**

- Hallingkost skal arbeide for å ta vare på handlingsboren kunnskap knytt til råvarer, foredling og matlaging.
- Hallingkost skal arbeide for å etablere Norsk Fjellmatsenter.

## **4. Produkt og tenester**

**Hallingkost BA skal ha sitt virke i, og lever sine tenester i Hallingdal.**

### **4.1 Nettverksarbeid.**

Nettverksarbeidet skal skape faglege møteplassar, bygge samarbeidskultur og bidra til verdiskaping.

- Sekretariat for styret i Hallingkost.
- Arrangere eit fagseminar kvart år. ("Januarseminaret")
- Gjennomføre 4 nettverksmøte for deleigarane.
- Forhandle fram gunstige prisar på forbruksvarer, emballasje, driftsutstyr.
- Samordne og sørge for samla presentasjon på messer og arrangement.
- Hjelp deleigarane med kompetansedeling.
- Samordne idèar og utarbeide framlegg til nye prosjekt.
- Gjennomføre ei årleg kåring av årets produkt.
- Vere eit referanseorgan for nasjonale matinstitusjonar, fylkesmann og departement.

### **4.2 Profilarbeid.**

Felles profilarbeid vil samordne ressursane, gje større gjennomslag i marknaden og styrke profileringa av Hallingdal.

- Utarbeide og gjennomføre ein felles marknadsplan.
- Redaktør for nettsida til Hallingkost.
- I samarbeid med Hallingdal Reiseliv utarbeide marknadsføringskampanjar.
- Sørge for at varemerke til Hallingkost er i aktivt bruk hjå deleigarane.
- Bruke hallingtapas for å kommunisere hallingkost som moderne matkultur.
- Bruke lokal mat som verktøy i regional identitetsbygging.
- Bistå deleigarane i eigne designprosessar og i emballasjeutforming.
- Arbeide for å etablere eigne torg med Hallingkost i matvarebutikkar i Hallingdal.

### **4.3 Nyetablering.**

Det er plass til fleire lokale matprodusentar i Hallingdal. Mangfald gir auka interesse og større omsetning for fleire.

## SAK 33-08, VEDLEGG 2

- Kartlegge kor mange som driv lokal matproduksjon i Hallingdal og rekruttere fleire deleigarar.
- Sette i gang og gjennomføre prosjektet ”Fleire matprodusentar i Hallingdal.”

### 4.4 Produktutvikling.

Reiseliv er den største næringa i Hallingdal. Sommarundersøkinga 2007 fortel at reisande i Hallingdal etterlyser meir lokal mat. Hallingkost ynskjer gjennom produktutvikling å bidra til å styrke Hallingdal som reisemål.

- Sette i gang og gjennomføre prosjektet ”Hallingkost på menyen”. Målet er å få den lokalproduserte maten synleg der turistane er; på vegkroer, kafèar, skikroer, campingplassar, bensinstasjonar og i medlemsbedriftene.
- Sette i gang og gjennomføre prosjektet ”På stølen”. Stølsnettverket tilbyr reisande sommaropplevingar og stølskost. Hallingkost ynskjer med dette prosjektet å bidra til å utvikle stølane i Hallingdal som reisemål. Prosjektet skal også fokusere på verdien av å halde ved like og pleie kulturlandskapet.
- Sertifisering og synleggjering av alle som er deleigar og medlem i Hallingkost.
- Sette i gang og gjennomføre prosjektet ”Kom innom”. Besøk hjå produsenten er med på å styrke historia og merkevara til den enkelte produsenten. Dei fleste produsentane treng å legge betre til rette for besøk og eit gjennomarbeidd formidlingsopplegg. Dette prosjektet vil i tillegg utarbeide turforslag med innlagde stopp hjå serveringsbedrifter, stølar og produsentar.
- ”The taste of Hallingdal” – ei matopplevingsreise gjennom Hallingdal for utanlandske turistar i samarbeid med turoperatør/aktivitetsselskap.
- Sette i gang og gjennomføre prosjektet ”Matauk” i samarbeid med eit aktivitetsselskap. Turistgrupper er på leit etter unike opplevingar i natur og kulturlandskap. Slike opplevingar kan vere; bærplukking, sopptur, fisketur, rypejakt, nytteplantar.

### 4.5 Kompetanse

Hallingkost ynskjer å ta eit særleg ansvar for å ta vare på og føre vidare kunnskap om næringsgrunnlag, råvarer, foredling og tillaging av fjellmat.

- Lage og gjennomføre matkurs for kokkar og sesongarbeidarar i Hallingdal.
- Tilby utplassering for elevar i vidaregåande opplæring – partnarskapsavtale.
- Arrangere visningsturar for lærlingar, kjøkkensjefar og butikkmedarbeidarar.
- Hente inn og dokumentere handlingsboren kunnskap, skriftleg, med foto, og gjere opptak.
- Utarbeide kursforslag i handlingsboren kunnskap som medlemene kan bruke i eiga verdiskaping. Døme på slike kurs: Ysting, nedskjering av kjøtt, nedlegging av rakfisk.
- Utvikle og produsere eit opplæringsprogram til bruk i m.a. heimkunnskap.
- Sette i gang og bidra i prosjektet ”Norsk Fjellmatsenter”.

## 5. Marknaden

### Kven er kundane til Hallingkost?

#### 5.1 Internt

- Produsentane
- Serveringsbedrifter
- Stølsnettverket
- Nye matetablerarar

#### 5.2 Eksternt

- Butikkar
- Elevar i grunnskule og vidaregåande opplæring
- Nasjonale institusjonar, fylkesmann og departement
- Alle som handlar matvarer i Hallingdal
  - Fastbuande
  - Hytteturistar
  - Baseturistar
  - Rundreise / gjennomreiseturisten
  - Potensielle turistar i Hallingdal

## 6 Organisasjon og administrasjon

### Korleis skal nettverksselskapet Hallingkost BA vere organisert for å greie oppgåva som regional utviklingsaktør?

#### 6.1 Eigarskap

Som regional utviklingsaktør skal Hallingkost vere med å styrke næringslivet Hallingdal. Det er difor avgjerande at kommunane kjenner delansvar for selskapet. Medlemsskap i Hallingkost kunne vore eit alternativ. Kommunane vil ikkje involvere seg så sterkt på eigarsida.

Då blir det naturleg å lage ei brei eigarplattform av bedrifter og næringsaktørar i Hallingdal som har lokal mat som ein viktig del av verksemda. Pr. dato har Hallingkost 50 medlemmer. Etter reorganiseringa bør Hallingkost ha 60 medlemmer. Hallingkost vil arbeide for å auke medlemstalet til 80 i første femårsperiode.

Desse er aktuelle medlemmer:

- Store og små produsentar
- Store og små serveringsbedrifter
- Stølsnettverket
- Destinasjonsselskap
- Bønder som har gardsturisme og matoppleving/ eigne matprodukt som ein del av driftsgrunnlaget
- Spesialbutikkar/utsal
- Tyngre samvirkeorgan som t.d. Nortura

## SAK 33-08, VEDLEGG 2

Hallingkost BA må i tillegg gjera ei langsiktig avtale (5 år) med kommunane som sikrar eit fast driftstilskot.

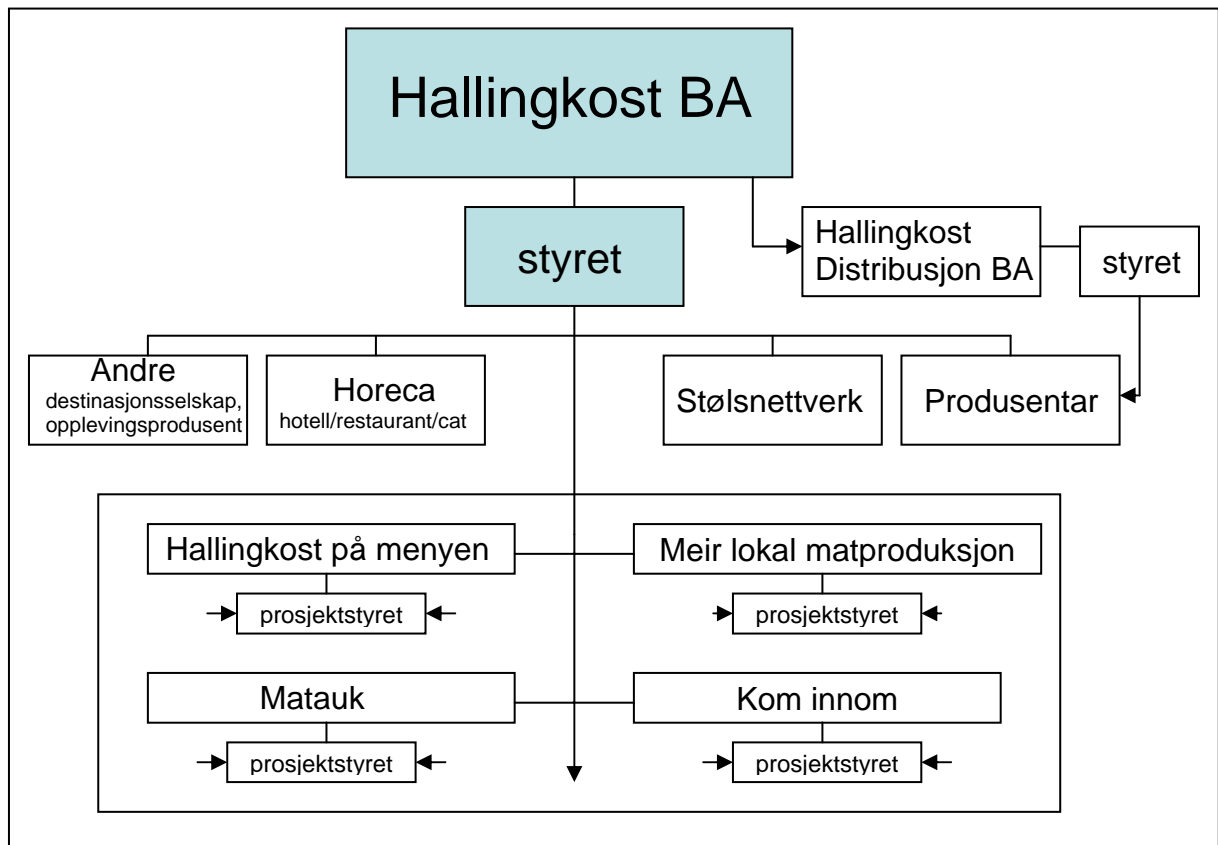
### 6.2 Selskapsform

Hallingkost er i dag eit BA. Det er liten grunn til å endre selskapsform. Eit BA er ei selskapsform som i prinsippet ikkje skal drive med stor forteneste. Eit BA-selskap skal primært yte tenester som kjem eigarane til gode. I eit BA har også medlemene vanlegvis lik rett og plikt til å nytte seg av dei tenestene selskapets tilbyr.

I eit BA er i tillegg etableringskostnadane låge og det er heller ingen krav til å ha revisor. Selskapet Hallingkost BA inneber ingen stor økonomisk risiko for deleigarane, og det er difor ingen grunn til å opprette selskapet som eit AS.

### 6.3. Organisering

Hallingkost BA skal vere i førarsetet. Det er styret i Hallingkost BA som styrer aktiviteten og som har eit overordna ansvar for den daglege drifta og gjennomføring av ulike prosjekt.



Hallingkost Distribusjon BA er eit eige selskap med eit eige styre. Selskapet skal sørge for sal og varetransport for medlemsbedriftene. Berre nedlemer i Hallingkost BA kan bli medlemmer i Hallingkost Distribusjon.

I dag har produsentane eit eige produsentnettverk og stølane har sitt eige nettverk. Desse nettverka løyser aktuelle oppgåver som felles marknadsføring og fagleg oppdatering. Desse nettverka vil også vere referansegruppe og viktige medspelarar i prosjekt som blir starta opp.

## SAK 33-08, VEDLEGG 2

Kvart prosjekt vil få sitt eige definerte prosjektstyre. Dette kan vere hovestyret i Hallingkost, men ofte vil det vere naturleg å hente inn andre ressurspersonar til desse prosjektstyra.

### 6.4 Vedtekter

Formålsparagrafen speglar oppgåva eller forretningsidèen til selskapet. I dagens Hallingkost BA lyder denne paragrafen slik:

Lagets hovedformål er å være en interesseorganisasjon for bedrifter som produserer og selger Hallingkost.

Lagets formål skal oppnås gjennom:

- a. Administrasjon og forvaltning av varemerket Hallingkost med utgangspunkt i eget regelverk, se §§ 3 og 5.
- b. Felles markedsføring av medlemsbedrifter for å fremme deres næringsinteresser
- c. Utvikle produktpakker i samarbeid med reiselivsaktører i Hallingdal.

Laget skal stille strenge kvalitetskrav og se til at medlemmene produserer og selger Hallingkost av høy kvalitet.

Laget skal innrette virksomheten på en effektiv og rasjonell måte til beste for medlemmene, og drives slik at alle kostnader ved driften blir dekket.

Laget kan etablere og/eller delta som medlem i tilknyttede virksomheter når dette antas å være i samsvar med interessene til medlemmene i Laget.

Forslag til ny formålsparagraf for Hallingkost BA:

Hallingkost BA skal vere ein interesseorganisasjon der formålet er å bidra til å auke verdiskapinga til deleigarane, gjera den lokalproduserte maten synleg og styrke Hallingdal som reiselivsregion.

Formålet til Laget blir oppnådd gjennom:

- a. **Nettverksarbeid**  
Samordne ressursar, skape faglege og sosiale møteplassar og bygge samarbeidskultur.
- b. **Profilering**  
Felles marknadsføring og profilarbeid for deleigarane og styrke merkevara Hallingdal.
- c. **Etablering**  
Vere pådrivar for å få fleire matprodusentar, m.a. med erfaringsoverføring.
- d. **Produktutvikling**  
Mat- og matopplevingsprodusent i samarbeid med landbruket og reiselivet i Hallingdal.
- e. **Kompetanse**  
Ta vare på handlingsboren kunnskap og vere kompetansebank for fjellmat.

I tillegg blir det nødvendig med ein revisjon av dei andre paragrafane.

### 6.5 Styret

Hallingkost BA har i dag tre styremedlemer. I prosjektet har styret vorte utvida med to personar. Skal Hallingkost BA arbeide som utviklingsaktør treng styret fem medlemer. Det er viktig at styremedlemene blir rekruttert frå ulike eigarmiljø slik at styret samla får brei kompetanse.



### 6.6 Dagleg leiar

Hallingkost BA treng ein dagleg leiar i 50 % stilling til å gjera dei faste oppgåvene. I tillegg vil ulike prosjekt utløyse prosjektstillingar slik at dagleg leiar vil få ei 100 % stilling viss det er ynskjeleg. Det kan også bli aktuelt å tilsette eigne prosjektleiarar på deltid til enkeltprosjekt.

### 6.7 Kompetanse

I Hallingkost BA vil det vere samla mykje kompetanse innan produksjon og sal av lokal mat. Medlemsbedriftene vil i stor grad ha fokus på produksjon og verdiskaping i eiga bedrift. Hallingkost BA treng kompetanse som kan gjere denne kunnskapen nyttig for fleire og som kan gje synergjar for Hallingdal som matregion.

Hallingkost BA treng i tillegg lokalkjennskap og kunnskap om nettverksbygging, prosjektutvikling, marknadsføring og profilarbeid, matproduksjon, bedriftsetablering, opplevingsproduksjon, kunnskapsformidling og offentleg virkemiddelbruk.

Dei viktigaste berarane av kompetanse i Hallingkost vil vere:

- Styret
- Dagleg leiar
- Arbeidgrupper og gjennomførarar av dei ulike prosjekta.

### 6.8 Alliansar og samarbeidspartar

Viktige samarbeidspartar for Hallingkost vil vere:

- Hallingdal Reiseliv
- Regionrådet for Hallingdal og kommunane i Hallingdal
- Fylkeslandbrukskontoret
- Landbrukets fagsenter i Hallingdal og Buskerud Bondelag.
- Viken Skog

Det blir viktig å vere i dialog med

- Innovasjon Noreg
- Mat- og landbruksdepartementet
- Relevante forskingsmiljø

## 7. Sterke og svake sider

<b>Kvifor vil Hallingkost lykkast? Kva trugar?</b>
--

Denne swotanalysen er ikkje utfyllande, men kan tene som eit drøftingsgrunnlag for m.a. styret.

<p><b>STERKE SIDER:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hallingdal er landets største reiselivsregion med fleire profilerte hotell.</li> <li>• Hallingdal har ein rik kultur, og med mat som eit viktig kulturelement.</li> <li>• Lokal mat/regionale spesialitetar gir reiselivet i Hallingdal eit særpreg</li> <li>• Mange kjøkensjefar/kokkar i regionen har svært god kompetanse innan kokekunst.</li> <li>• Hallingkost BA har mange medlemmer og mange gode produkt.</li> <li>• Hallingkost Distribusjon sikrar at Hallingkost er enkelt å skaffe i Hallingdal.</li> <li>• Lokal mat er eit nasjonalt satsningsområde.</li> <li>• Lokal mat er ein internasjonal trend.</li> <li>• Kortreist mat har ein miljøgevinst.</li> <li>• Hallingkost BA har gjennom tre prosjektperiodar bygd ein sterk organisasjon.</li> <li>• Hallingkost BA har gode samarbeidspartnarar.</li> </ul>	<p><b>SVAKE SIDER:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sårbar økonomi, mange bidragsytarar og delvis prosjektbasert.</li> <li>• Stram arbeidsmarked.</li> <li>• Hallingkost BA utan strukturert og dagleg leing vil vere ei utfordring for organisasjonen.</li> <li>• Småskala produkt blir ofte oppfatta som ”dyre” i forhold til fabrikkproduserte produkt.</li> </ul>
<p><b>MULIGHEITER</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Styrke den økonomiske plattformen til nettverket og deleigarane.</li> <li>• Styrke det faglege nettverket for deleigarane.</li> <li>• Utvikle ein bevisst miljøprofil med reine, økologiske matvarer.</li> <li>• Styrke og utvikle samarbeidet med reiselivet i Hallingdal.</li> <li>• Gjennom samarbeidet gi deleigarane stordriftsfordelar.</li> <li>• Samaordne felles markedsføring for deleigarane.</li> <li>• Styrke totalproduktet Hallingdal i samarbeid med reiselivet i Hallingdal.</li> <li>• Utvikle nye produkter og nye råvarer i samarbeid med landbruk og næringsliv.</li> <li>• Hjelp til nye produsentar som ønskjer å utvikle seg frå småskala matprodusent til eigen bedrift.</li> <li>• Etablere Norsk Fjellmatsenter.</li> </ul>	<p><b>TRUSLAR.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nye og strengere krav fra styresmaktene.</li> <li>• Nye miljøforskrifter.</li> <li>• Lojaliteten til nettverket.</li> <li>• Konkurransen med fastfood-kjeder og ferdigfabrikata i frysediskane.</li> <li>• Marknaden vel billigare alternativ.</li> </ul>

## 8. Handlingsplan

### Første "femårsplan"

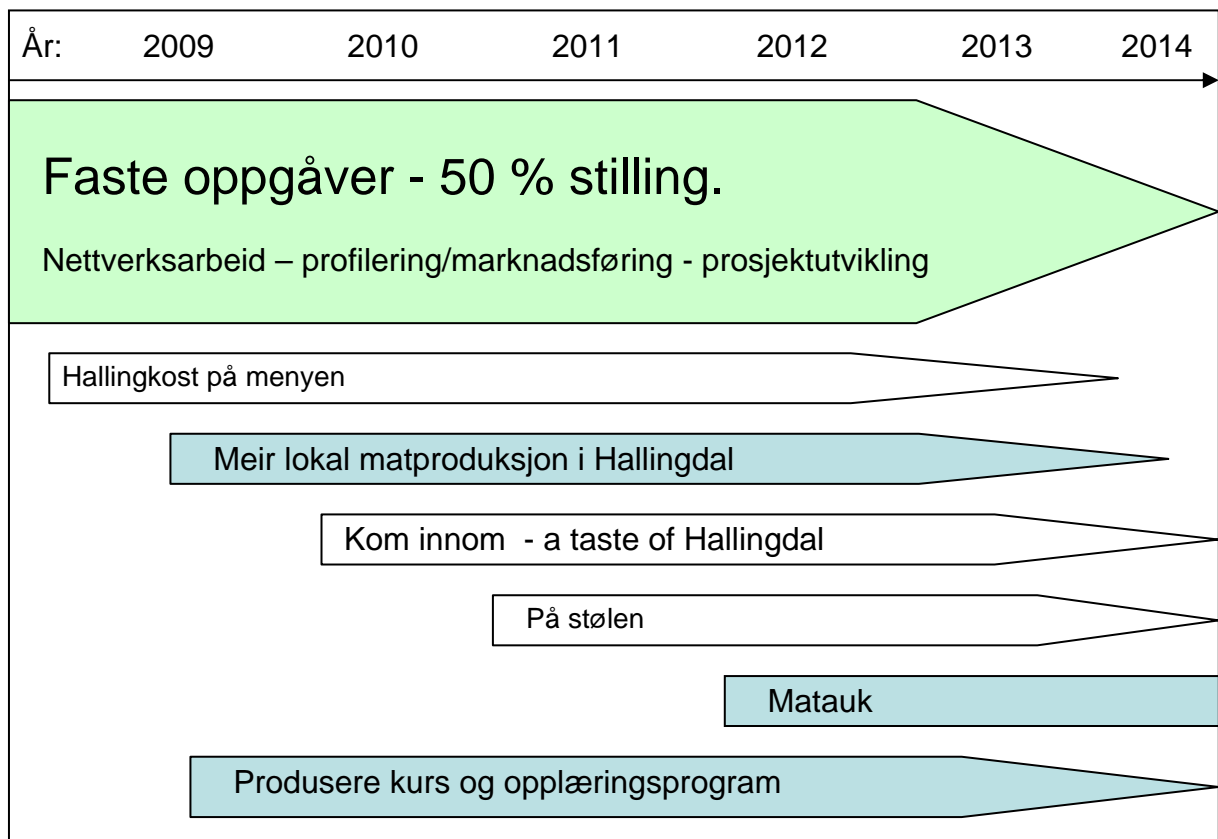
#### 8.1 Prosessen fram til etablering av nye Hallingkost BA

Hallingkost BA arbeider med langsiktige strategiar. Nye Hallingkost BA skal vere etablert 1. august 2008 med dagleg leiar i 50 % fast stilling. Dette er ein stram tidsplan og det krev denne framdrifta.

1. Årsmøtet i Hallingkost BA gir styret fullmakt til å arbeide vidare med å realisere Hallingkost BA som regional utviklingsaktør 27. mars.
2. Styret fullfører arbeidet med forretningsplan innan 15. april og sender saka til Regionrådet for Hallingdal.
3. Styret arbeider fram ei skisse til oppstartprosjekt for nye Hallingkost innan 15. april.
4. Regionrådet anbefalar i møte 25. april kommunane i Hallingdal å løyve driftstilskot til Hallingkost BA i ein femårs periode.
5. Kommunale vedtak om driftstilskot innan utgangen av juni.
6. Positive vedtak frå virkemiddelapparatet om løyvingar til oppstartprosjekt innan utgangen av juni.

#### 8.2 Tiltaksplan (første femårsplan)

Figuren viser delinga mellom faste oppgåver og ulike prosjekt. Den faste stillinga skal vere på plass 1. august. Første prosjekt startar opp i løpet av hausten 2008. I 2009 ynskjer Hallingkost å kome i gang med prosjekta "Meir lokal matproduksjon" og "Kom innom".



## SAK 33-08, VEDLEGG 2

Modellen under viser delinga mellom faste driftsoppgåver og prosjektoppgåvene. Modellen prøver også å vise det økonomiske omfanget dette arbeidet vil føre med seg.

Faste oppgåver		Kostnad
<b>Arbeidsoppgåver til dagleg leiar i 50% stilling:</b> Sekretariat for styret i Hallingkost. Arrangere eit fagseminar kvart år. Gjennomføre 4 nettverksmøte for deleigarane. Forhandle fram gunstige prisar på forbruksvarer, emballasje, driftsutstyr. Samordne og sørge for samla presentasjon på messer og arrangement. Gjennomføre ei årleg kåring av årets produkt. Utarbeide og gjennomføre ein felles marknadsplan. Redaktør for nettsida til Hallingkost. I samarbeid med Hallingdal Reiseliv utarbeide marknadsføringskampanjer. Sørge for at varemerke til Hallingkost er i aktivt bruk hjå deleigarane. Bruke hallingtapas for å kommunisere hallingkost som moderne matkultur. Kartlegge kor mange som driv lokal matproduksjon i Hallingdal og rekruttere fleire deleigarar. Lage og gjennomføre matkurs for kokkar og sesongarbeidarar i Hallingdal. Arrangere visningsturar for lærlingar, kjøkkensjefar og butikkmedarbeidarar. Sertifisering og synleggjering av alle som er deleigar og medlem i Hallingkost. Samordne idèar og utarbeide framlegg til nye prosjekt.		500 000 pr år
Prosjektoppgåver		
Prosjekt	Mål	
Hallingkost på menyen	Gjere den lokalproduserte maten synleg der turisten er. Konkrete tiltak vil vere å få alle serveringsbedrifter i Hallingdal til å servere ein hallingkost-rett.	600 000
Meir lokal matproduksjon	Prosjektet skal hjelpe fram seks nye produsentar til å kome i gang med ny produksjon.	1.200 000
Kom innom	Utarbeide ei formidlingspakke og legge til rette for besøk hjå fleire produsentar. Styrke merkevara Hallingkost og verdiskapinga hjå enkeltprodusentar.	1.200 000
A taste of Hallingdal	Tilrettelegge for utanlandske reisande i Hallingdal.	200.000
På stølen	Utvikle stølane som reisemål med fokus på vertskap, kultur og matoppleving.	800.000
Matauk	Sette søkelyset på fangst og hausting i utmarka og hjelpe fram leverandørar av unike opplevingar som bærplukking, sopptur, fisketur, rypejakt, nytteplantar.	400.000
Utvikle kurs og opplæringsprogram til kommersielt bruk og til bruk i undervisning både i grunnskulen (heimkunnskap) og vidaregåande skule, partneravtale for lærlingar t. d.		600.000

## 9. Økonomi

### Hallingkost skal bidra til verdiskaping for deleigarane og styrke Hallingdal.

Skal Hallingkost BA ta rolla som utviklingsaktør og be om driftsmidlar til dette, må deleigarane ta eit større økonomisk ansvar enn det dei gjer i dag. Eit større økonomisk bidrag frå deleigarane vil gi Hallingkost større gjennomslag og gjere nettverksselskapet meir interessant for virkemiddelapparatet.

Forslag til fast driftsbudsjett for nye Hallingkost BA:

#### Driftsutgifter:

Løn, dagleg leiar, 50 % stilling	kr. 280.000
Kontorutgifter	kr. 20.000
Styreutgifter	kr. 30.000
Lause driftsmiddel, marknadsføring, kurs, nettverksarbeid	kr. 140.000
<u>Køyreutgifter</u>	<u>kr. 30.000</u>
	<b>kr. 500.000</b>

#### Driftsinntekter:

Medlemsavgift (60 medlemmer):		
- Produsentar m/omsetning over 1 mill: 5.000 x 10	kr.	50.000
- Produsentar m/omsetning under 1 mill: 1.000 x 10	kr.	10.000
- Serveringsbedrifter med stor omsetning: 5.000 x 10	kr.	50.000
- Serveringsbedrifter med liten omsetning: 1.000 x 10	kr.	10.000
- Andre medlemmer m/omsetning over 1 mill: 5.000 x 3	kr.	15.000
- Andre medlemmer m/omsetning under 1 mill: 1.000 x 3	kr.	3.000
- Budeienettverket: 1.000 x 14	kr.	14.000
- <u>Nortura, støttmedlem (Hallingskarvet Lam)</u>	<u>kr.</u>	<u>20.000</u>
	kr.	172.000
- <u>Destinasjonsselskap (4 stk)</u>	<u>kr.</u>	<u>20.000</u>
	kr.	200.000
Sum, årleg medlemsbidrag	kr.	200.000
Kommunale driftstilskot:	kr.	200.000
<u>Driftstilskot frå Statens landbruksforvaltning</u>	<u>kr.</u>	<u>100.000</u>
	<b>Kr.</b>	<b>500.000</b>

I tillegg vil det bli utarbeidd budsjett og finansieringsplan for kvart enkelt prosjekt. Tanken er at ei viktig oppgåve for dagleg leiar vil vere å utvikle prosjekt som kan hente midlar frå nasjonale program. Så lenge mat og matoppleving er eit nasjonalt satsingsområde, bør regionen å ha fokus på dette. I pkt 8.2 Tiltaksplan, er det stipulert 5 mill i prosjektkostnadar. Dette gir 1 mill i årleg prosjektkostnad.

April, 2008.  
Hallingkost

## Økonomisk driftsmodell for nye Hallingkost BA

### Hallingkost skal bidra til verdiskaping for deleigarane og styrke Hallingdal.

Skal Hallingkost BA ta rolla som utviklingsaktør og be om driftsmidlar til dette, må deleigarane ta eit større økonomisk ansvar enn det dei gjer i dag. Eit større økonomisk bidrag frå deleigarane vil gi Hallingkost større gjennomslag og gjere nettverksselskapet meir interessant for virkemiddelapparatet.

Forslag til fast driftsbudsjett for nye Hallingkost BA:

#### Driftsutgifter:

Løn, dagleg leiar, 50 % stilling	kr. 280.000
Kontorutgifter	kr. 20.000
Styreutgifter	kr. 30.000
Lause driftsmiddel, marknadsføring, kurs, nettverksarbeid	kr. 140.000
<u>Køyreutgifter</u>	<u>kr. 30.000</u>

**kr. 500.000**

#### Driftsinntekter:

Medlemsavgift (60 medlemmer):

- Produsentar m/omsetning over 1 mill: 5.000 x 10	kr. 50.000
- Produsentar m/omsetning under 1 mill: 1.000 x 10	kr. 10.000
- Serveringsbedrifter med stor omsetning: 5.000 x 10	kr. 50.000
- Serveringsbedrifter med liten omsetning: 1.000 x 10	kr. 10.000
- Andre medlemmer m/omsetning over 1 mill: 5.000 x 3	kr. 15.000
- Andre medlemmer m/omsetning under 1 mill: 1.000 x 3	kr. 3.000
- Budeienettverket: 1.000 x 14	kr. 14.000
- <u>Nortura, støttedlem (Hallingskarvet Lam)</u>	<u>kr. 20.000</u>
	kr. 172.000
- <u>Destinasjonsselskap (4 stk)</u>	<u>kr. 20.000</u>
	kr. 200.000

Sum, årleg medlemsbidrag	kr. 200.000
Kommunale driftstilskot:	kr. 200.000
<u>Driftstilskot frå Statens landbruksforvaltning</u>	<u>kr. 100.000</u>

**Kr. 500.000**

I tillegg vil det bli utarbeidd budsjett og finansieringsplan for kvart enkelt prosjekt. Tanken er at ei viktig oppgåve for dagleg leiar vil vere å utvikle prosjekt som kan hente midlar frå nasjonale program. Så lenge mat og matoppleving er eit nasjonalt satsingsområde, bør regionen å ha fokus på dette. I pkt 8.2 Tiltaksplan, er det stipulert 5 mill i prosjektkostnadar. Dette gir 1 mill i årleg prosjektkostnad.

Hallingkost BA ber kommunane i Hallingdal om eit årleg driftstilskot på kr. 200.000 i fem år. Omrekna blir dette 10 kroner på innbyggjar pr. år.

På neste side er det laga eit forslag til delingsmodell mellom kommunane.

## SAK 33-08, VEDLEGG 3

Deling av kommunalt driftstilskot:

1. Grunnbeløp. Alle kommunar betalar kr. 10.000 som eit grunnbeløp. Resten, kr. 140.000 blir delt i to like delar.
2. 50 % av beløpet som står att blir delt etter folketal.
3. 50 % av beløpet som står att blir delt etter medlemstygde.

### 1. Grunnbeløp:

Hol	kr. 10.000
Ål	kr. 10.000
Gol	kr. 10.000
Hemsedal	kr. 10.000
Nes	kr. 10.000
Flå	kr. 10.000

### 2. Etter foletal:

Hol	kr. 15.750	innbyggartal: 4.500
Ål	kr. 16.200	4.650
Gol	kr. 15.500	4.450
Hemsedal	kr. 7.000	2.000
Nes	kr. 12.050	3.450
Flå	kr. 3.500	1.000

### 3. Etter medlemstygde:

Hol	kr. 22.400	medlemer pr. 1. april 2008: 16
Ål	kr. 14.000	14
Gol	kr. 8.400	6
Hemsedal	kr. 16.800	12
Nes	kr. 7.000	5
Flå	kr. 1.400	1

### Å betale for kvar kommune:

Hol	kr. 48.150
Ål	kr. 40.200
Gol	kr. 33.900
Hemsedal	kr. 33.800
Nes	kr. 29.050
<u>Flå</u>	<u>kr. 14.900</u>
<b>Sum</b>	<b>kr. 200.000</b>