

Tre stjerner til Ask

Coppa-skinken til Ask Spekehus vinner internasjonal anerkjennelse og er tildelt tre stjerner i Guild of Fine Foods «Great Taste Awards». Men utlendinger som vi smake skinken, må smøre seg med tålmodighet.

Are Knudsen

are@dagligvarehandelen.no

Guild of Fine Food avholder to årlige konkurranser, nemlig World Cheese awards og Great Taste Awards. Sistnevnte er verdens største konkurranse i matvaresammenheng, og i år har nesten 14.000 produkter fra hele verden konkurrert om å få én, to eller tre stjerner. Og Ask Spekehus fikk full uttelling på Coppa-skinken sin.

Coppa har fått tre stjerner, som er den gjeveste utmerkelsen, forteller daglig leder Kristoffer Evang.

Ifølge Ask-sjefen er skinken ett av produsentens aller mest krevende produkter, og bærer preg av håndverk gjennom hele prosessen.

Coppa, eller speket nakke som man ville sagt på norsk, er langtidsmodnet, speket nakke fra utedgris, som kryddres og modnes, før det knyttes tradisjonelt opp i hempetau. Etter

dette henger produktet og tørker i fire til seks måneder, opplyser han.

Coppa-skinken, som har vært i salg i samtlige Meny-butikker samt et utvalg Spar- og Joker-butikker siden i fjor høst, er imidlertid ikke det eneste Ask-produktet som ble hedret. Ask fikk også tildelt to stjerner for Slegge chili salami, to stjerner for Jåla trøffel salami og én stjerne for Passe Fennikel salami.

Når flere produkter får internasjonal anerkjennelse, er det lett å tenke at

det finnes et eksportpotensial. Er det tanker dere sysler med, og har dere kapasitet til å levere mer enn i dag?

– Vi har lenge hatt lyst til å se på eksport, men for tiden jobber vi ganske døgnet rundt med å klare å levere til det norske markedet. Vi har 118 prosent vekst i Norgesgruppen hittil i år, så det gjør jo at vi har en del å holde på med, fastslår Kristoffer Evang.

Ask feirer ti år i år, hvilket gjør den internasjonale anerkjennelsen og de gode salgstallene ekstra hyggelig å ta med seg i jubileumsåret. Selskapet hadde omsetning på 30 millioner i 2023, og vil trolig lande på rundt 50 millioner i 2024.

Hvilke produkter er det som i hovedsak står bak den sterke veksten?

– Slegge salami og Jåla salami ser vi har stor vekst. De kom også som frossenpizza i februar i år, og Slegge fikk best i test og terningkast 6 i Dagbladets frossenpizza-test, forteller en stolt daglig leder. 🍷

For tiden jobber vi ganske døgnet rundt med å klare å levere til det norske markedet.



Hedret: Coppa-skinken til Ask Spekehus vinner internasjonal anerkjennelse og er tildelt tre stjerner i Guild of Fine Foods «Great Taste Awards»

Digitaliserte ti dagligvarebutikker i juni

Etterspørselen etter teknologien som har digitalisert dagligvarebutikker over hele Norge er stor, og i juni var det rekordmange åpninger med RMA-Butikkstyring.

Det norske teknologiselskapet Liberty Now har siden starten i 2018 utviklet et system for å digitalisere og effektivisere flere typer virksomheter. Særlig innenfor dagligvarehandel har digitaliseringen økt kraftig år for år.

Etterspørselen har vært veldig høy den siste tiden. Det viser

et tydelig behov for teknologi og digitalisering i dagligvarebransjen, sier leveranseansvarlig Einar Uvsløkk i Liberty Now i en pressemelding.

Rekordmåned

Juni ble en rekord måned hvor det åpnet fem butikker i løpet av

en og samme uke. I løpet av hele måneden var det totalt ti butikker som ble høyteknologiske.

Ved utgangen av juni var cirka 4 prosent av dagligvarebutikkene i Norge digitalisert med teknologien til Liberty Now, forteller Uvsløkk.

Selskapet leverer i dag RMA-Butikkstyring til store og små butikker med profilene Spar, Joker, Nærbutikken og Snarkjøp, og jobber tett sammen med det statlige Merkur-programmet under kommunaldepartementet, og deres konsulenter over hele Norge.

200 prosent vekst

Nordlys og Nettavisen omtalte nylig suksesshistorien ved Snarkjøp Djupvik.

Butikken åpnet som høyteknologisk i august 2023. I artikkelen kommer det fram at omsetningen har økt kraftig.

Mai 2024 er den hittil beste måneden. Da var økningen på 200 prosent sammenlignet med resultatet i den gamle butikken samme måned i fjor, skriver avisen.



Festdag: Joker Dolmøy dro i gang en skikkelig folkefest i forbindelse med offisiell åpning av butikken som høyteknologisk 16. juni. Foto: Liberty Now

Femti år med tekst under korken

De små slagordene under Coca-Cola-korkene fyller 50 år. Nå inviterer selskapet nordmenn til å foreslå nye tekster til undersiden av de såkalte «gorkene».

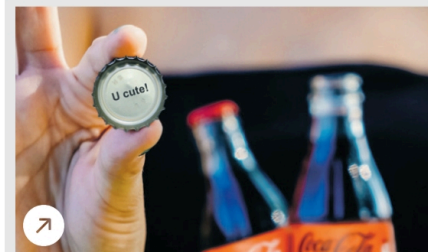
Det er fjerde gang i løpet av disse femti årene at nordmenn inviteres til å komme med sine forslag.

Det samme skjedde på 70-tallet – da vi en periode nærmest hadde gorkefeber her i landet – i tillegg til på tidlig 2000-tall, i 2014 og altså nå som de fyller femti år, sier markedssjef Kristel Granaas i Coca-Cola Norge i en presse-

melding.

I motsetning til på 70-tallet skal nye tekstforslag være på engelsk. Det er fordi de samme korkene nå brukes i både Norge, Sverige og Island.

Vi vet at disse gorkene er populære, det er morsomt at de fortsatt engasjerer etter så mange år. Det har allerede kommet gode forslag til nye tekster, sier Granaas.



Gorken: De små slagordene under Coca-Cola-korkene fyller femti år. De heter «gorker», og har eksistert i Norge siden 1974. Foto: Coca-Cola Norge