



Til redaksjonen

Lillestrøm, 14. februar 2006

Pressemelding – Innomatprisen 2006

Rapsoljen Odelia er Norges mest innovative matvare

Rapsoljen Odelia fra Norsk Matraps BA ble tirsdag kåret til Norges mest innovative matvare det siste året.

– Dette er et nyskapende produkt med god smak, lekker design, funksjonell emballasje og god og forbrukervennlig informasjon på flasken. Oljen er samtidig et sunt og hjertevennlig alternativ til all slags matlaging. Dette er en virkelig appetittvekkende vinner, sier juryformannen Øystein Knoph.

Rapsoljen Odelia, som ble introdusert på markedet i mai 2005, finnes i tre varianter: naturell, sitron og olje til steking. Stekeoljen er den eneste kaldpressede rapsoljen i verden som tåler temperaturer opp til 180 grader.

– Odelia var det eneste produktet som fikk stemme fra alle de seks jurymedlemmene i den første gjennomgangen av 25 innsendte bidrag. Lanseringen er et resultat av grundig og godt planlagt produktutvikling. De energiske bakmennene har ikke gitt seg før de har fått det som de vil, og de har benyttet seg av fagfolk i alle ledd av produktutviklingen, sier Øystein Knoph.

Nylanseringer av høy internasjonal klasse

– Det har vært svært vanskelig for juryen å velge en vinner i et knallhardt felt hvor bidragene spente fra hvalpastrami til Fedon-burger. Den høye kvaliteten på bidragene i årets konkurranse bekrefter at den norske matproduserende industrien er i stand til å frembringe nylanseringer av høy internasjonal klasse, sier politisk rådgiver i Landbruks- og matdepartementet Sigrid Hjørnegård, som er ett av seks jurymedlemmer.

Juryen påpeker blant annet at Odelia allerede har fått Merket for God Design i 2005 fra Norsk Designråd, for den grafiske utformingen av oljeflaskene. Emballasjen er både vakker og funksjonell, og helleututen som hindrer søl er fenomenal, heter det i begrunnelsen.

– Det ryktes at salget går strykende, og at man ikke dyrker nok raps i Norge til å dekke behovet. Østfold og Smaalenene, med sine sol- og rapsgule åkrer, er herved utropt til Norges svar på Toscana! sier Øystein Knoph.

Innomatprisen ble utdelt av jurymedlemmet og hele Norges matmor, Ingrid Espelid Hovig, på Innomat-konferansen under NEF-dagene* på Norges Varemesse på Lillestrøm. Prisen er et spesialdesignet diplom samt et reisegavebrev på 15.000 kroner.

Målet med Innomatprisen er å stimulere innovasjonsarbeidet i norsk næringsmiddelindustri. Konkurransen arrangeres av fagbladene Matindustrien (tidligere Næringsmiddelindustrien) og Emballering i Skarland Press AS.

Kontaktperson : Juryleder Øystein Knoph, tlf 22 70 83 23, epost, oystein@skarland.no

Prisutdeling : Norges Varemesse, Lillestrøm, tirsdag 14. februar kl 15.35

* NEF-dagene er en leverandørmesse hvor N står for næringsmidler, E for emballasje og F for fiskeindustri. Arrangementet går parallelt med storhusholdnings- og storkjøkkenmessen 4 Messer. Mer informasjon på:

- Innomat-prisen : www.innomat.no
- NEF-dagene : www.nef-dagene.no
- KIM-programmet : <http://www.matfaglig.no/>

Fakta om prisvinneren:

Rapsoljen Odelia, som produseres av Norsk Matraps BA, er en norsk kaldpresset rapsolje som har markedets laveste innhold av mettede fettsyrer. Oljen har et ideelt forhold mellom flerumettet og enumettet fett, noe som er gunstig for å forebygge hjerte- og karsykdommer. Odelia er dessuten rik på E-vitaminer og Omega-3 fettsyrer. Produsenten karakteriserer den derfor som ”et sunt og hjertevennlig valg til all matlaging, steking, grilling, baking, dressinger og marinader”.

Norsk Matraps BA ble startet som et andelslag av en gruppe Østfold-bønder i 2001. Mysen Kornsilø og Mølle har ansvaret for inntak, kvalitetskontroll, rensing, tørking og lagring av råvaren. Askim Frukt- og Bærpresseri har ansvaret for foredling av råvaren frem til emballert ferdigvare. Prosjektet har benyttet Matforsk til analyse og utvikling av ferdige produkter basert på norsk matraps. En stor referansegruppe har vært involvert med deltakere fra handelen, ernæringsfysiologer, mateksperter og andre.

Forretningsadresse : Postboks 115, 2026 Skjetten

Kontaktperson : Daglig leder Morten Hoff: post@odelia.no

Internett : <http://www.odelia.no/>

Juryen gir også hederlig omtale til tre andre finalister:

Norgesmøllene (5726 Vaksdal): Møllerens Dobbel fiber +

Produsenten er en gjenganger i konkurransen og har vist en sterk og vedvarende evne til fornyelse og produktutvikling. Har vært driver av denne kategorien i mange år. Også i 2005 kom de med mange reelle nylanseringer, og to av disse var med i konkurransen.

Dobbel fiber + er en serie kakemikser for den profesjonelle bakeriindustrien, med dobbelt fiberinnhold i forhold til sammenlignbare produkter. Melmiksserien består av produktene loff, boller med tranebær, kornbrød med tranebær og grovbrød med soya. Spesielt er det gledelig å se at bakverk som tradisjonelt inneholder lite eller ikke noe fiber – som loff og boller – har blitt sunnere. Bollene er også mindre søte enn vanlige boller, dessuten er de tilsatt tranebær i stedet for rosiner.

Juryen karakteriserer dette som ”godt bakverk”, og synes det er gledelig at Norgesmøllene med dette bidrar til å få nordmenn til å spise mer fiber – fordi det trenger vi! Dessuten lurer de på når produktene kommer som bakemiks til forbrukere...

Burger King Norge (1336 Sandvika): Fedon King

En vanlig meny fra en hamburgerkjede gir så mye som halvparten av den energien et menneske trenger i løpet av en dag. Fedon King-burgen inneholder bare ti prosent av energien. En burger i seg selv er ikke så usunn, men juryen synes det er svært gledelig at man med dette har fått inn sunne alternativer i fastfoodkjedene.

Produktet scoret også høyt på smak og juryen noterte kommentarer som ”dette vil jeg kjøpe igjen”, ”nyyydelig”, ”bedre enn ventet” og ”skal jeg først spise en hamburger, vil jeg velge denne”.

Dette er en veldig gjennomført burger, hvor alle elementene i måltidet er nøye gjennomtenkt. Den gjennomarbeidede helheten var også et stort pluss, mener juryen.

Tine BA (0051 Oslo): Biola eple/pæredrikk og appelsin/mangodrikk

De utvalgte LGG-melkesyrebakteriene i Biola er svært godt dokumentert, og effekten er udiskutabel. Nyheten her er at Biola med dette har fått et melkefritt alternativ. ”Endelig”, vil nok mange si. Grunnen til at det ikke har kommet før, er en rekke produksjonstekniske hindre som måtte fjernes. Dette er dermed innovasjon på langt høyere plan enn bare å putte noen bakterier oppi en literskartong med juice!

Smaken er frisk og god, og søtere enn det innholdsdeklarasjonen tilsier. Frister til gjenkjøp.

Tine hadde med hele tre drikkeprodukter i konkurransen. Produsenten har vist over mange år at de har en svært seriøs, arbeidsom og kreativ gjeng produktutviklere som det står stor respekt av.