

Juryen skal legge vekt på følgende kriterier:

- Hvorvidt det er behov for produktet i markedet og hvorvidt det er nyskapende
- I hvilken grad det er benyttet lokale råvarer
- Vurdering av produktkvalitet, råvarekombinasjon og grad av økologisk tilvirkning
- Vurdering av smak, utseende og lukt
- Vurdering av design på pakning/emballasje

Vurderingen baseres på forhåndsinnsendte produktbeskrivelser og intervjuer som utføres på stand 30. april.

Fylke	Navn på ungdomsbedrift (UB)	Skole	Kort presentasjon av kandidaten
Agder	Gourmetkurva UB	Vennesla vgs	Produktbladet går rett på jurykriteriene og ikke på en presentasjon av selve produktet. Burde vært snudd. Kandidaten tilbyr ulike "kurver" eller pakker av økologiske produkter som en kombinasjon av sunne råvarer, eksempelvis saft, geler og knekkebrød. Målet er å tilby høykvalitetsprodukter som kan nytes i mindre kvanta for å motvirke fråtsing. Det meste av produktene kommer fra nærområdet og det redegjøres godt for opprinnelsen til varene. Pakninger er utvalgt for å gi varene et innbydende preg. Gjennomtenkte løsninger for innpakning. Godt salg på 72 000 enheter før jul 2013.
Akershus	GoMix	Sandvika vgs	Produktet er utviklet etter markedsanalyse og konklusjon om at det ikke er mulig å få tak i sunne bakemikser for cookies. De har bevisst lagt seg i en mellomnisje – ikke for sunt og ikke for godt. Produktene er deretter utviklet gjennom prøving og feiling, men hele tiden med et hovedmål om å utvikle sunne produkter uten kunstige tilsetningsstoffer. Bakemiksene omsettes gjennom interiørkjeden PALMA AS og etter hvert også i Christiania glassmagasin i hele landet. Emballasjen er valgt for å speile det sunne produktet og holdt i en ren stil med et vindu så kundene kan se miksen.
Finnmark	Foods of Finnmark UB	Alta vgs	Finnmarkstapasmeny tilbyr tradisjonelle råvarer i nye varianter. Kundene kan selv sette sammen måltidene fra en meny som tilbys i skolens restaurant. En mindre utgave tilbys også som "take away". Målet er både å utnytte mer av lokale råvarer men også mer fokus på lokale småskalaprodusenter. Menyen er variert og er ment å skulle tilfredsstille ulike brukergrupper, inklusive turister som gjerne bare vil smake litt på lokale spesialiteter. Menyen trykkes i A3 format på stivt papir med meny på den ene siden og nordlysbilde på den andre. Produktet presenteres som unikt fordi kjente og tradisjonelle råvarer presenteres i moderne former.
Hordaland	Strilapylso UB	Sotra vidaregåande skule	Produktet, en lammepølse, er allergivennlig og tilpasset mange grupper som etterspør eller trenger annen kost en såkalt normalkost (gluten- og laktosefri, saltreduert, halalslaktet og uten tilsatt fett). Den er smakssatt med mer "moderne" og ungdommelige smakes som chili og hvitløk samt ost. De lager også en variant med mer norske smakstilsetninger. Pølsene tilberedes fra helt slakt og tilbys for salg i frossen tilstand klar til bruk. De har laget en egen logo/etikett men har ellers ikke lagt spesiell vekt på emballasje og design.
Nordland	Sweet & Tasty UB	Brønnøysund vgs	Brønnøyshotten presenteres som et unikt produkt basert på lokale råvarer og alkoholfritt. Den

Fylke	Navn på ungdomsbedrift (UB)	Skole	Kort presentasjon av kandidaten
			består av økologiske bringebær fra Saltermark gård smakssatt med vanilje og lime. Den selges gjennom Lokalmatbutikken. Økologiske bringebær inneholder antioksidanter og generelt mer næring enn konvensjonelt dyrkede bringebær. Produktet har mange bruksområder og kan brukes i og til desserter, i kaker og til ost. Det selges i store og små glassflasker og skal etter planen også selges som bag-in-box. For å unngå svinn i produksjonen brukes frøene fra bærene til å lage bringebæreddik.
Oslo	Filippa UB	Kuben vgs	Kortreist eplemost er produktet som selges av Filippa UB. Eplemosten presses av epler som er nedfallsfrukt i private hager på Høyenhall og Ekeberg i Oslo. Den presses på Abildsø gård og selges på glassflasker med skrukork. Etikettene er selvdesignet til den enkelte kunde, som også selv kan bidra til designet dersom de kjøper mer enn ti flasker. Et mulig marked er bedrifter som skal gi gaver til ansatt eller andre med egne spesialdesignede etiketter.
Rogaland	Taste it ub	Karmsund vgs	Produktspekteret består av gelé, eddik, saft, hvit gløgg, sirup og krydderblanding som alle er basert på enten rognebær-mix eller marinerte rognebær. Målet er å utnytte rognebær som en kortreist og særpreget råvare fra Haugalandet. De har eksperimentert seg frem til produkter som kan brukes til smakssetting av middager og desserter, et bredt spekter av muligheter. Det ligger strenge mathygieniske regler til grunn for å hindre matforgiftning. I tillegg til rognebær er det brukt andre lokale råvarer for å lage de ulike produktene. Designet på etikettene formidler tydelig at produktet er økologisk og kortreist, har et bilde av rognebær og anbefalinger for bruk av produktet.
Trøndelag	Nemo UB	Frøya vgs	Produktet Algarum havkrydder er skapt som ledd i produktutviklingsprosjektet LUR – lite utnyttede ressurser. Tang og tare er utgangspunkt for produktet, blant annet fordi Norden har store uutnyttede ressurser av denne typen å ta av. Havkrydderet produseres av nye tang- og tareskudd som skylles, tørkes og stekes i økologisk rapsolje for å bringe frem umamismaken (den femte smaken). Det kan gi saltsmak til mat uten den skadelige effekten av Na-salt og presenteres som den sunne varianten. De har valgt glassbeholdere til produktet fordi glass ivaretar aromaen best. Etikett og logo er nøye valgt for å understreke det sunne og friske. Produktet er ikke allment tilgjengelig ennå, dette for å avvente mønsterbeskyttelse. Det er stor interesse for det fra restauranter og andre som har fått det presentert.
Vestfold	Tevia UB	Gjennestad VGS	Urteteen fra Tevia UB er 100 % produsert på urter fra skolens drivhus. Grønn mynte og sitronmelisse tørkes og knuses, og skal henholdsvis hjelpe mot kvalme og dårlig appetitt. Plantene er økologisk dyrket og ikke sprøytet med kjemiske midler. Teen er uten tilsetningsstoffer og smaker derfor rent og naturlig. Den oppbevares i en lystett boks slik at holdbarheten blir bedre. Produktet selges gjennom Gjennestad hagesenter sin delikatesseavdeling etter et vellykket prøvesalg på julemessen der i 2013. Eskene kan åpnes og lukkes, er laget av solid papp og tåler røff behandling.