

## **Bærekraft Kantefølflak AS – Revidert 27.3.2023**

**Kantefølflak AS** satser på bærekraftig utvikling. Vi har et hovedprodukt i dag, potetchipsen **KANTEFØLFLAK**. Her vil vi beskrive vårt produkt som en del av vår bedrift og hvorfor det er en bærekraftig satsing. Vi summerer vårt arbeid med bærekraft under følgende:

1. Kulturell identitet og rikdom
2. Estetikk i omgivelser
3. Biologisk mangfold
4. Miljø, klima og ressursbruk
5. Livskvalitet og sosial verdiskaping
6. Lokal kontroll og engasjement
7. Jobbkvalitet
8. Opplevelseskvalitet, gjestetilfredshet og trygghet.
9. Sunn økonomi i egen bedrift
10. Verdiskaping i lokalsamfunnet

### **1) Kulturell identitet og rikdom**

Språk er kultur og identitet. Vi bruker nynorsk i kombinasjon med kreative, lokale hallingord og -uttrykk (gamle og nye) i kommunikasjon med forbruker. På den måten har vi lagt grunnlaget for å introdusere Kantefølflak som en kulturell identitetsbærer.

I opplevelsesutvikling av Kantefølflak kan vi peke på spesielt 3 viktige elementer:

- a) Historieformidling, mat og folkekunst (musikk, dans og visuell identitet). Historiefortelling kan være iscenesetting av vår historie om Hertzberg, Hjeltnes og Hamarsbøen (potethistorien).
- b) Mat kan være et samarbeid med lokale produsenter som lager egne produkter med Kantefølflak som ingredienser.
- c) Musikk, hvor vi har fått Ådne Lynstad Nilsen fra Ål til å lage en jingle. Denne er komponert med inspirasjon fra folkemusikken i Hallingdal, og spilt inn på en 170 år gammel mandolin (i tillegg til noen andre instrumenter).

Vår råvare, poteten, er en del av historien til bygde- og distrikts-Norge. Vi formidler historien om hvordan denne, en av verdens viktigste råvarer, kom til Norge og fant veien til Hallingdal.

### **2) Estetikk i omgivelser.**

Selskapet Kantefølflak AS, og hovedproduktet Kantefølflak, påvirker i det estetiske miljøet i relativt liten grad. Selskapet leier kontor i et administrasjonsbygg på Torpo, mens produktene konkurrerer med alle andre i butikkhyllene.

I et mikroperspektiv, pakningsdesign, er vi bevisst vår rolle som estetisk kulturformidler. Pakningen uttrykker vår kulturarv og stedbundne identitet på en måte som setter tradisjon inn i en ny og moderne kontekst.



### 3) Biologisk mangfold

Vår råvare, poteten, vokser og trives over alt. Produksjonen av Kantefølflak er per i dag begrenset, og skjer på lisens hos Chipsfabrikken AS – et etablert produksjonslokale. Verken vår råvare eller produksjon har påvirkning på det biologiske mangfoldet nå, men vi kan se for oss at en økt etterspørsel kan gjøre det lønnsomt for bønder i Hallingdal å produsere potet igjen.

### 4) Miljø, klima og ressursbruk

Kantefølflak AS leier produksjon hos Chipsfabrikken AS. Vi følger de regler som gjelder for emballering av produktgruppen potetchips.

I 2021 lanserte vi en ny pose laget av 100% ren og gjenvinnbar plast.

Våre planer, som forutsetter vekst, inkluderer å plassere ut miljøstasjoner i butikker som tillater det og/eller i samarbeid med DNT sine bemannede hytter. Som en foreløpig teknisk løsning kan vi se for oss en liten boks ved siden av panteautomat for tomflasker. Boksen blir tilkoblet strøm for å lese av strekkode på emballasjen, som da vil åpne seg for påfyll av nye poser til gjenvinning.

Ressursstyring i vår bedrift består av god og jevn kommunikasjon mellom daglig leder i Kantefølflak AS, og daglig leder i Chipsfabrikken AS. 2 av 4 eiere i Chipsfabrikken AS er også medeiere i Kantefølflak. Vi har veldig lite svinn i vår produksjon. Stekte flak som av en eller annen årsak har feil, går tilbake til bønder som husdyrfor. Bedriften er videre kontrollmedlem hos Grønn Punkt Norge.

### 5) Livskvalitet og sosial verdiskaping

Potetchips er et sosialt produkt, og våre *chips for fjellfolk* gir en klar indikasjon om at det er folk som trives best utendørs som er vår hovedmålgruppe. Dette spinner vi også på i vår kommunikasjon i sosiale medier; vi inspirerer folk til å nyte naturen og komme seg til fjells – der flakene smaker aller best.

Sosial verdiskaping oppstår der folk møtes, noe som implisitt betyr at vi trenger gode møteplasser. I en tid hvor mange bruker altfor mye tid inne og gjerne foran en skjerm, ønsker Kantefølflak AS å representere sunne motkrefter. Folk som går på tur sammen, vokser sammen og Kantefølflak er energipåfyll og kos, en renessanse for den klassiske folkesporten *å gå på tur*.

Vi tilrettelegger for et godt arbeidsmiljø:

1. Yrkesstolthet - våre Kantefølflak skal smake bedre enn all annen chips på markedet.
2. Kvalitet. Som utfordrer i gourmetsegmentet er vi avhengige av å levere førsteklasses hver gang.
3. Som eneste ansatt i selskapet, ser daglig leder frem til å få kolleger og muligheten til å skape et godt arbeidsmiljø.



## 6) Lokal kontroll og engasjement

Kantefølflak bidrar til samspill mellom aktører i lokalsamfunnet. Eksempler er Hillbilly Hukkkfest og Sundreball på Ål, som serverer vår chips når de inviterer gjester til sine sammenkomster. Vi utforsker også muligheten til samarbeid, ved å la andre matprodusenter bruke vår chips som ingrediens i nye produkter. Et eksempel på det er å bruke vår chips i produksjon av sjokolade.

Hallingdøler er både engasjerte og stolte; hele dalen heier frem lokal nyskapning og vi har satt oss som delmål å få Kantefølflak inn på "rideren" til lokale artister på turné.

Vi samarbeider:

- 1) Med Hol Ysteri, hvor vi testet smaksvarianter i begynnelsen, og hvor serveringsstedet STUNDO nå benytter våre produkter i noen av sine matretter.
- 2) Med musiker Ådne Lyngstad Nilsen som skrev musikken vår.
- 3) Med familie, venner og kjente som har vært med på å utvikle produktet fra starten (via matfestivaler, arrangement og uformelle fokusgrupper).
- 4) Samarbeid med Ostebygdga Hol hvor en av produsentene direkte nedstammer fra personen som først brakte poteten til Hallingdal fra Vestlandet, Ola Hamarsbøen.
- 5) Vi er i dialog med småbrukere som gjerne vil levere poteter av høy kvalitet til oss.

## 7) Jobbkvalitet

Vi er en veldig liten aktør i et stort marked, hvor målet er å vokse – ta markedsandeler – slik at vi kan skape gode, trygge arbeidsplasser. De fremtidige ansattes medbestemmelse, muligheten for reell påvirkning av egen arbeidsdag og-situasjon, vil stå sentralt når vi bygger bedriften.

## 8) Opplevelseskvalitet, gjestetilfredshet og trygghet.

Mattryggheten ivaretas ved at Kantefølflak AS er kontrollmedlem hos Grønpunkt Norge, og har godkjennelse til å produsere mat /registrert hos Mattilsynet med egen-/internrevisjon.

Vi leier produksjon hos Chipsfabrikken AS som har de nødvendige sertifiseringer og godkjennelse for produksjon av mat, samt instruks for mattrygghet i sin produksjon.

Kantefølflak vil ha personalhåndbok klar fra første nye ansettelse. Her vil vi blant annet føre opp retningslinjer:

1. Hvordan kommunisere med /møte publikum
2. Livreddende førstehjelp
3. Inkluderende arbeidsliv
4. Universell utforming
5. Kjørereregler for etikk og moral
6. Gjennomføring av aktiviteter, oppgaver i regi av Kantefølflak
7. Oppfølgingsrutiner fra forbrukerskjema

Personalhåndboken vil inneholde en A-B-C plan, informere om vår personvernerklæring og GDPR.



## 9) Sunn økonomi i egen bedrift

Vi benytter rapporter fra fakturaprogram og månedlige oppdateringer med regnskapsfører og styret i bedriften. Daglig leder i Kantefølflak deler rapporter salg i begynnelsen av hver måned. Rapporten viser salg, lagerstatus og omsetning fakturerte varer. Vi etterstreber likviditetsgrad over 2,2. (Midler i omsetning delt på kortsiktig gjeld). Regnskapsfører mottar bilag hver måned.

Ordninger som er aktuelle for vår bedrift:

Kommunalt Næringsfond (Ål kommune), Hallingdal Næringshage (målbedrift), Viken Fylkeskommune, Innovasjon Norge, Kimen til vekst (Sparebank 1 Hallingdal og Valdres).

Daglig leder hos Kantefølflak gjennomgår bedriftens prisstrategi regelmessig i forhold til lønnsomhetsanalyser og konkurransesituasjon. Dette skjer i samarbeid med daglig leder/produksjonsansvarlig i bedriften vi leier produksjon av.

I oppstart/tidlig vekst-fasen jobber vi ulønnet (dugnad), og vi vil starte registrering av timer med tanke på dokumentasjon av hva som kreves for å etablere en bedrift/introdusere et nytt produkt. Denne dokumentasjonen kan gi nyttig læring til fremtidige gründere og til de som administrerer ulike offentlige tilskudd-/støtteordninger.

Fremtidige medarbeidere i Kantefølflak vil få opplæring i bedriftens økonomi, slik at de ser hvilke forhold og handlinger som bidrar til langsiktig lønnsomhet og trygge arbeidsplasser.

## 10) Verdiskaping i lokalsamfunnet

Kantefølflak AS, med Kantefølflak -Chips for fjellfolk, er en integrert del av lokalsamfunnet, ved at vi deler produktets opprinnelse, samt vår gründerhistorie med bedrifter innen reiseliv og produksjon av lokalmat.

Ordet kanteføl (potet) er ekte dialekt, og produktets identitet er bygd på historien som finnes i Holsbøkene som handler om Ål og Hol prestesogn på 1700-tallet. Historien gir merverdi for lokale bedrifter, og kan være en brobygger mellom lokalprodusert småskalamat, som kommersielt produkt, til resten av landet.

Kantefølflak handler om Hallingdal og formidler historien om hvordan handel mellom øst og vest foregikk i gamle dager.

Vi er en del av identiteten og det totale kulturuttrykket på små og mellomstore festivaler som Sundreball og Hillbilly Høkkfest på Ål og Skarveråkk i Sudndalen. Her har vi solgt varer til festivalpris og sørget for at disse har lokalproduserte produkter å tilby i snacks-segmentet.

Vi følger opp og støtter lokale initiativ. Et eksempel på dette er "Hallinglarm» (2019), hvor ulike musikere stilte til opp for å skape et helt unikt arrangement; Kantefølflak serverte snacks-produkter back-stage. Vi bidrar også med innlegg/foredrag hvor vi forteller om potetens og bedriftens historie. Som for eksempel en samling i januar 2020 for Hol og Ål mållag.



Vi har et produkt i et segment hvor det er knallhard konkurranse, og dette krever tilsvarende høy kompetanse på visuell kommunikasjon /kategorispråk. Det vi ikke gjør selv, setter vi ut til andre med tilknytning til lokalsamfunnene i Hallingdal. Når det kommer til råvarer så stilles det tilsvarende høye krav til kvalitet. Vi er i dialog med lokale bønder som ønsker å levere potet til oss, noe vi vil utvikle videre når produksjonsvolum og -teknikk tilsier det.

Vi kan sørge for at flere lokale bedrifter velger oss. Det handler om å informere om identitet og tilhørighet. Eksempelvis: Allerede før vi hadde et produkt (2017) så solgte vi inn Kantefølflak til NSB (nå VY). I 2021 tok Vy tatt inn en variant av vårt produkt som en del av sitt sortiment, i første omgang på Bergensbanen.

Kantefølflak er "en del av" både Hol historielag (med formidling av lokal historie) og Hol og Ål mållag (ved å etterstrebe dialekt og nynorsk som språk). Vi støtter opp om lokale organisasjoner så langt vi kan.

Som en liten del av det man kan tilby innen snackssegmentet med chips, så mener vi at det å kjøpe en pose chips på den lokale spesialitetsbutikken, matvarebutikken, eller for den del den lokale foto- og musikkbutikken (Brye Foto & Musikk) kan bidra til både mersalg og som identitetsmarkør ved formidling av lokalhistorie.

Vi har et samarbeid Torpomoen Utvikling AS, som tilbyr Kantefølflak til sine overnattingsgjester som et velkomstprodukt ved ankomst. Dette skjer også ved Eilert Smith Hotell i Stavanger. Flere aktører ser nå på dette som merverdi for sine gjester.

Vi har og et tett samarbeid med Hol Ysteri og Lokalmatbutikk, "navet" i Ostebygda Hol. Her tester vi nye smaker og drøfter strategier og idéer til samarbeid som kan styrke markedsføringen av Ostebygda.

For Kantefølflak AS



Anders Medhus, Daglig leder

**KANTEFØL  
FLAK**  
*Chips for fjellfolk*

