

Ny iskremtopping

Dessert: Freia mini Non Stop topping er nykomlingen innenfor Freia iskremsauser. Sjokolade-sausen stivner på isen.
Leverandør: Kraft Foods



Laktosefri

Drikke: Tine utvider Biola-serien med en laktosefri variant. Den kommer i blåbærsmak. Samtidig endrer hele Biola-serien design.
Leverandør: Tine



Nye Dunder-drops

Drops: Troll-Gott har laget en helt ny pose med salte drops til det norske markedet, nemlig Dunderblending. Posen inneholder forskjellige salte drops: harde, myke, med pulverkjerne og uten kjerne.
Leverandør: Norsk Chokolade Import



Kjempe-slipp på kaffe fra Joh.

KAFFENYTT: – Denne høsten har vi en av våre største lanseringer noensinne. Vi kommer med hele 14 varianter som vi selger og markedsfører selv, samt to varianter i samarbeid med Kraft, forteller markedsdirektør Ted Allergoth i Joh. Salg.

ARE KNUDSEN
ak@handelsbladet.no

Det er ikke hverdagskost at kaffeleverandører kommer med 16 nyheter i ett og samme lanseringsvindu, men det er altså tilfellet når det gjelder Joh. Salg nå i september.

Den mest omfattende delen av satsingen er relanseringen av konseptet Coffe of The World.

Ti verdensvarianter

Serien består av ti ulike kaffesorter fra ulike opprinnelsesland, og med forskjellige brenningsgrader. Samtlige leveres utelukkende som hele bønner, som kan males ute i butikkene.

– Her tar vi utvalget kundene ellers bare får i kaffebarer og spesialbutikker inn i dagligvaren. Vi benytter oss av en egen åpne-/lukkepose som gjør det enkelt for kundene ute i butikk, sier Ted Allergoth.

Den eksklusive serien inkluderer ulike single estate og single origin-varianter, hvilket vil si at de henholdsvis er dyrket i spesifikke regioner, eller på én bestemt plantasje. Dette skal være kaffe produsert under bærekraftige forhold med full sporbarhet.

– Det er svært utfordrende å jobbe med single estate. At man henter alt



STORSLIPP: Med 14 egne nyheter og to i samarbeid med Kraft Foods, har Joh. Salg ett av sine hittil største nyhetsslipp i ett og samme lanseringsvindu.

fra ett sted gjør det sårbart, og det er ikke sikkert at avlingene er like gode fra år til annet. Coffe of The World kommer derfor til å få et ganske dynamisk sortiment, preget av hvor vi finner de gode bønnene. Vi har jobbet med dette i to år, før vi nå ruller det ut, sier Allergoth.

Konseptet ledsages av en egen innredning som blir godt synlig i butikk.

Frokostkaffe

Siden 1. mai har Ali Frokostkaffe vært

kaffemerket i Norgesgruppens satsing Folkets Sommerfavoritter. Nå lanseres den som ny, fast variant i Ali-sortimentet, og gir dermed Friele konkurranse om plassen ved frokostbordet.

– Hva skiller en frokostkaffe fra annen kaffe?

– Det er litt mer krutt i den. Den har høyere koffeininnhold slik at du får en ekstra oppkvikkende start på dagen, sier Allergoth, og legger til at Ali Frokostkaffe både kommer som

filterkaffe og i kaffeputer.

Kaffeputer er også stikkordet for de to nye variantene i Jacobs Utvalgte kaffesortiment. Brazilian French Roast er utvalgte kaffebønner fra Brasil med spesielle smakegenskaper, som så er blitt mørkbrent på fransk vis, mens Excelso Colombia er laget på den spesielle excelso-bønningen som vokser på 1 500 meters høyde i Colombia.

Unikt for Norge

De to siste nyhetene fra Joh. Salg i

dette vinduet har oppsiktsvekkende nok sett dagens lys i samarbeid med Kraft. – Vi har sammen med Kraft utviklet to Evergood-varianter for Tassimo. Det er første gang de har inngått et samarbeid med en lokal aktør på denne måten, og årsaken er rett og slett at Evergood står så sterkt i det norske markedet, forteller Ted Allergoth til Handelsbladet FK.

De to variantene er Tassimo Evergood Classic og Tassimo Evergood Dark Roast.

Indisk magi i butikkhyllene

TAR OPP KAMPEN: Etter å ha gitt kokebok og holdt utallige kokkekurs i indisk matlaging, tar nå norsk-indiske Niru Kumra Masalamagic-produktene sine til dagligvaren.

LENA S. HECKENDORN
lsh@handelsbladet.no

Det startet med kokkekurs for foreldrene i klassen til barna hennes, og åtte år har gått siden Niru Kumra ga ut sin første indiske kokebok. Nå er hun veldig stolt over å endelig kunne tilby sine egne produkter i norske dagligvarebutikker. – Det begynte som en hobby, nå er det en fulltidsjobb og vel så det, det er kjempemoro, sier Kumra. Hun driver fortsatt kokkekurs, og tilbyr også catering, temakvelder og matreiser til India.

Den største utfordringen da de skulle ta steget over til produksjon, var å finne noen som kunne lage produktene. Det endte med

at de gjennom kontakter fant en produsent i India. – Det er klart at frakten fordyrer produktene noe, men produksjonskostnadene er mye lavere i India. Og vi håper jo selvsagt på store volumer, slik at prisene etterhvert kan gå ned, sier Kumra.

Masalamagic har inngått avtale med Norgesgruppen om distribusjon av ti av de 23 produktene i serien i første omgang. De ti produktene er: Curry paste, Coriander paste, Tandoori paste, Mango & Lime chutney, Tamarind & Date chutney, Chili Pickle, Papadam med spisskummen, Raita miks og Mango puré. Alle produktene er både laktose- og

glutenfri. Distributør er Oluf Lorentzen.

– Det er mange indiske produkter i hyllene allerede, hvordan blir det å gå inn i den konkurransen?

– Vi føler at vi tilbyr noe unikt og nytt. Dette er autentiske pastar og chutneyer av høy kvalitet, og flere smaker som ikke finnes i hyllene fra før. Vi har stor tro på dette og håper at flere av produktene våre vil finne veien inn i hyllene etter hvert, sier Kumra.

