



## *Juryns bedömningsunderlag*

Juryen bedömer produkterna enligt följande kriterier.

Gastronomisk jury bedömer:

- Ätupplevelse
- Doft
- Textur
- Smak

Juryen har att ta ställning till "Ätupplevelse enligt kriterier. Juryen skall INTE väga in marknadspotential mm.

Marknadsjuryen bedömer:

- Marknadspotential
- Innovation
- Regional koppling

Juryen skall INTE provsmaka produkten innan bedömning. Juryen skall förutsätta att produkten är välsmakande. Efter avslutat bedömning är det givetvis fritt fram att provsmaka.

- Varje jurymedlem fördelar mellan 0–10 poäng/ kriterier.
- Max tilldelade poäng = 40 poäng.
- Eventuellt jäv anmäls till tävlingsledaren och markeras på aktuellt produktprotokoll



## Gastronomisk Jury

---

### Ätupplevelse

Detta kriterium är den samlade upplevelsen när man äter produkten. Vi delar in den i tre separata delar som var och en skall poängsättas från 1-10 poäng. Kriteriets poäng blir totalsumman dividerad med 3

#### Doft

- | 1 poäng = Oangenäm doft/utseende
- | 10 poäng = En rik och intressant doft.

#### Textur

- | 1 poäng = Oangenäm konsistens
- | 10 poäng = Kulinarisk fullträff. Intressant konsistens

#### Smak

- | 1 poäng = Inte gott
- | 10 poäng = Kulinarisk fullträff. Gott, intressant och välbalanserat



## Marknadsjury

### Marknadspotential

Marknadspotential delas upp i två delar

*Marknad (8 poäng)*

Har produkten en möjlighet att lyckas på marknaden.

- Det finns ett definierat behov av produkten
- Produkten har en profil som kompletterar en befintlig marknad
- Produkten kommer skapa marknad
- Produkten har en regional, nationell och/eller internationell marknad
- Produkten har en tydlig möjlighet inom ett marknadssegment som t ex butik/res-aurang mm

0 poäng = Ingen möjlighet att slå igenom på någon marknad

8 poäng = Kommer skapa en marknad vid lansering nationellt och internationellt. En kommande bästsäljare

*Miljöcertifiering (2 poäng)*

- Godkänd certifiering är KRAV, EU-ekologisk, Svenskt Sigill

Miljöcertifiering kan ge maximalt 2 poäng (1 poäng om råvaran är miljöcertifierad + 1 poäng om slutprodukten kan miljöcertifieras)

E-nummer: Fler än 2 tillsatser skall ge avdrag med 1 poäng per tillsats utöver de två.

### Innovation

Innovation delas upp två delar

**Produkten (7 poäng)**

I vilken grad representerar produkten nytänkande i följande avseenden:

- En traditionell teknik som används i ett nytt sammanhang (råvara, produkt mm)
- En traditionell smak som presenteras i en ny form
- En välkänd produkt som är tänkt att användas på ett nytt sätt
- Av en känd råvara har det skapats en helt ny och innovativ produkt (ej känd tidigare)
- Av en okänd råvara har det skapats en produkt

0 poäng = Inget nytänkande i något av ovan nämnda aspekter

7 poäng = En helt ny och tidigare ej känd produkt och/eller en helt ny råvara



### Förpackning (3 poäng)

Lagen kan presentera en färdig förpackning **eller** en förpackningsidé

- En välkänd produkt förpackad på ett oväntat sätt
- En helt ny förpackning/förpackningsidé

0 poäng = Inget nytänkande

3 poäng = En spännande ny förpackningslösning

## Regional koppling/Bra berättelse

I bedömningen tar ni hänsyn till följande:

*Råvaran:*

- Råvaran har historisk koppling till landskapet. Typisk för regionen.

*Produkten:*

- Tydligt inspirerad av en produkt som har sitt ursprung i eller är starkt förknippat med landskapet
- Produkten har en stark koppling till landskapets nuvarande gastronomiska identitet som kan vara präglad av influenser från andra kulturer

*Tekniken:*

- Tekniken som används vid framställning av produkten är unik för regionen eller har starka kopplingar till regionen

*Övrigt:*

Produkten presenterad med en övertygande historia om råvarans fantastiska koppling till t ex sig, byn, bygden. Övertygande "story telling"

0 poäng = Ingen identifierbar regional särart

10 poäng = Tydligt koppling till regionens gastronomiska historia i minst två av aspekterna som nämnts ovan.