Bakeriet

I VALDRES

Prospekt

/00

Historien

Helge Gjerdalen Holte, vinter 2025

I godt moden alder fant jeg ut at dersom jeg ville spise gode brød måtte jeg lage dem selv. Etter prøving og feiling og en julegavebok om faget, ble bakeriet etablert 2. oktober 2014.

Filosofien til bakeriet er at vi skal bruke god tid og de beste råvarene for å få de beste resultatene. Dette lærte jeg i barndommen og oppveksten på gården Tollefsrud hvor vi drev hotell. Min mor, Gunvor Laura Mathea, var kjent for sine kokekunster og laget utsøkte, klassiske retter hvor sausene dampet av god kraft og fløte. Alltid rause porsjoner med nok påfyll til alle var gode og mette. Faren min, Bjørn Melvin, var en gründer i sjel og sinn. Han kom til dalen fordi han så de store ressursene i skogene, og han mente at tømmeret måtte foredles i dalen for å få større verdiskaping i lokalsamfunnet.

Med gründerånd og sans for kvalitet og gode råvarer, ble Bakeriet i Bagn startet. Siden starten har bakeriet hatt ulike lokasjoner, og navnet er endret til Bakeriet i Valdres, men fokus på gode råvarer og godt håndverk ligger fortsatt til grunn.

Duften og smaken av våre nybakte varer – best å dele!”

Cathrine Dokken

Innhold

/01-09 **Intro Hovedpunkter**
- Posisjon - Muligheter - Verdier - Team - Marked
- Verdiløftet - Hva sier kundene - Høydepunkter

/10 **Produkter**
- Produktportefølje - Nye produkter

/11-14 **Forretningsmodell**
- Forretningsmodell - Verdiløfte - Eksterne salgskanaler - Samarbeidspartnere - Lokaler

/15-20 **Investeringsmulighet**
- Hvorfor skalere nå - Investeringsmulighet
- Kapitalbehov - Omsetning - Verdisetting
- Investeringsrisiko

/21-23 **Om bedriften**
- Milepæler - Økonomi - Omsetning - Kontaktinfo

/01

Hoved-punkter

- Håndverksbakeriet i Valdres
- Produserer kvalitetsbakst
- Sentralt plassert i hjertet av Sør-Norge
- Lederposisjon i region med over 20 000 fritidsboliger

Visjon:

Magiske øyeblikk skapes når baksten deles på alle verdens bord.

/02

Posisjon

- Bakeriet i Valdres er i 2025 det ledende håndverks-bakeriet i Valdres og skal være det foretrukne valg blant heltids- og fritidsinnbyggere.
- Bakeriet i Valdres skal være en av matprodusentene i Valdres som bidrar til å bygge merkevaren Valdres og være den foretrukne samarbeids-partner til kultur-arrangementer i regionen.

/03

Mulighet

- Bakeriet i Valdres har gjennom de ti årene vi har eksistert, bygget grunnmuren til et levedyktig håndverks- bakeri. Nå ønsker vi å bringe det inn i neste fase gjennom å få med nye, ambisiøsefolk på laget. Vi ønsker å hente ut potensialet i markedet. Dette kan gjøres gjennom å tilføre mer ressurser for å vokse videre, eller satse mer på utsalget vårt i Aurdal.

- Den rette baker gis muligheten til å utvikle Bakeriet i Valdres til nye høyder. Dette med mulig støtte fra nåværende eier i en mer tilbaketrukket rolle. I første omgang søkes en engasjert baker som vil styre bedriften skape ytterligere resultater for bedriften.

- Det er også aktuelt med investor (-er) med langsiktig perspektiv og hjerte for fremtiden i Valdres og som vil være med å finansiere den videre reisen. Behovet for investor (-er) vil konkretiseres sammen med den nye bakeren.

- Eier Helge Gjerdalen Holte er åpen for å være med videre.

/04

Verdier - hva vi tror på

- Være raus med de beste råvarene
- Bake håndverksmessig
- Være blid og glad
- Skape magiske øyeblikk
- Være imøtekommende
- Være ærlig
- Dele med andre

/05

Team Bakeriet i Valdres

Helge Gjerdalen Holte; Eier

Janôs Varga; Baker Utdannet i Ungaren

Ole Kristoffer Andersen lærling

Team Bakeriet i Valdres består av engasjerte medarbeidere. Teamet er dedikert og motivert til å dele av sin kunnskap, slik at alle som er i Valdres kan oppleve gleden av god, tradisjonell bakst

- Helge Gjerdalen Holte, eier
- Geir Myrold, styreleder
- Erland Espelien
- Janos Varga, baker
- Ole Kristoffer Andersen, lærling
- Nils Erik Eggum, mentor
- Henning Klouman, kunde, arkitekt og estetiker
- Karianne Borchgrevink, Valdres Næringshage (VNH)
- Bente Kristin Anti, VNH
- Henning Wangsnes, Valdres Natur- og Kulturpark
- Andre Løvås, produktsjef Åpent Bakeri

/06

Marked

Bakeriet i Valdres retter seg mot den kvalitetsbevisste kunden som er opptatt av god bakst.

Ca **80% av inntektene** kommer fra fritidsboliginnbyggere, turister og ca 20% av omsetningen fra fastboende i Valdres.

Potensial:

- Flere kunder i eget utsalg – både fastboende, hyttefolk og folk på gjennomreise
- Større stoppeffekt ved utsalget
- Tydeliggjøring av merkevare
- Samarbeid med andre aktører
- Mulighet for flere utsalg

/07

Verdiløftet

Håndverk
Vi bruker gamle teknikker og prosesser som gir et sunnere bakverk

Tid
God bakst blir til gjennom god tid, tolmodighet og kjærlighet

Råvarer
Vi bruker bare rene, enkle råvarer

Smak
Resultatet av lang tids utprøving og forskning gir oss unik smak. Kanelsnurrene er navngjetne og blant de beste i Norge

Fersk bakst
Vi baker når kundene er i Valdres. I alle helger og ferier baker vi og har bakst tilgjengelig // Våre bakere sørger for at vi til en hver tid skal servere bakevarer rett fra ovenen

Lokal tilknytning
Vi skaper liv i gjennom å ta i bruk gamle lokaler og skape arbeidsplasser lokalt

"Vi skaper magiske øyeblikk når baksten deles på alle verdens bord"

/08

Hva sier kundene

- **Kanelsnurrene her bare helt fantastiske – men nesten for store!**

- Alltid god service hos Helge!

- Fin beliggenhet på utsalget i Aurdal.

- Bra med selvbetjening og alltid åpnet

- Koselig sted

Kundene er entusiastiske og engasjerte! De gir jevnt over svært gode tilbakemeldinger på produktene, og de har ønsker om mer: Større sortiment og enda bedre tilgjengelighet.

4048 følgere på Facebook

Det er gjennomført en kundeundersøkelse høsten 2024.

/09

Høyde-punkter

Teamets gjennomføringsevne

På ti år, har teamet lansert 24 produkter på markedet og generert mer enn 7 MNOK i salgsinntekter årlig. Teamet har opparbeidet seg unik kompetanse innen produktutvikling, produksjon, salg og markedsføring av håndverksbasert bakst.

Skalering

Etablert eget utsalg, distribusjon gjennom de ledende butikkene i Valdres, samarbeid med hoteller og arrangører av kulturarrangementer

Samarbeid med "Småkakeriet" ved Cathrine Dokken, kjent fra Bakemesterskapet.

Investeringsmulighet

Investering: 2-4 MNOK. Verdivurdering (pre money): 2 MNOK.
Mål: Bygge økt etterspørsel, øke produksjonsvolumet for å møte etterspørsel, effektivisere driften. Bygge merkevaren og styrke markedsføringen. Utvikle nye produkter og forbedre eksisterende produkter.

/10

Produkt-portefølje

- Kanelsnurr
- Mandelsnurr
- Wienerbrød
- Boller m/uten rosiner
- Skolebrød
- Croissanter
- Julekake
- Kringle
- Grovbrød
- Kornbrød
- Landbrød
- Havrebrød
- Grovt speltbrød
- Rugbrød
- Loff
- Rundstykker
- Frosne bakervarer
- Glutenfrie produkter
- Diverse

/11

Forretningsmodell

Bakeriet I VALDRES

Modell 1: B2C salg gjennom eget utsalg og nettbutikk. Markedsføring på egen nettside og SOME

Modell 2: Salg til regionale butikker

Modell 3: Salg til kulturarrangementer

Modell 4: Salg til HORECA

Modell 5: Salg til offentlige virksomheter

Modell 6: "Bolle på buss"

8 Partnere

- De ansatte
- Styreleder Geir Myrold
- Styremedlem Erland Espelien
- Ecit på regnskap
- Revisor RRO AS
- Valdres Nærings-hage
- Hemsingfestivalen
- Frikar
- Trollrock

Leverandører:

- Nils Erik Eggum (Utleier)
- Pals
- Idun Industrier
- Stangeland Mølle
- Thor Vegar Woxen (Egg)
- Tine Industrier
- Norengros
- Bekken og Strøm
- Valdres Kjøleservice

7 Kjerneaktiviteter

Hvilke kjerneaktiviteter må vi selv utføre for å levere verdiløftet?

- Produksjon, mar-kedsføring, distribu-sjon, salg, utvikling

6 Ressurser

Hvilke ressurser trenge vi for å oppfylle verdiløftet?

- Opplæring/ Kompetanse
- Nøkkelpersonell
- Økonomisk ryggrad
- God ledelse

2 Verdiløfte

Hva slags verdi gir vi kundesegmentene våre?

- Magiske øyeblikk skapes når baksten deles på alle ver-dens bord.

Hvilket problem løser vi for kundene?

- Stiller sult
- Gir gode smaks-opplevelser

4 Kunderelasjon

Hvilken type relasjon har vi til våre kundeseg-ment?

- Fanklubb = de beste kundene
- web, facebook

3 Kanaler

Gjennom hvilke kanaler når vi våre kunder?

- Direktesalg fra eget utsalg
- Gjennom utvalgte dagligvareforretnin-ger

1 Kundesegment

Hvem skaper vi verdi for?

- Hel- og deltidsinn-byggere som er opptatt av kvalitet

Hvem er våre viktigste kunder?

- Hyttevaldrisen

Hva er behovene?

- Kvalitets bake-varer basert på gode råvarer

9 Kostnader (2024)

- Lønn 48%
- Husleie 5%
- Råvarer 27 %
- Osv.

5 Inntektsstrøm

Hva tar vi oss betalt for i dag? Salg av produkter
Hvordan tar vi oss betalt? Stykkpriser per produkt

/12

Eksterne kanaler

Joker: Etnedal, Fjellbu, Vaset, Heggenes

Matkroken: Etnedal

Spar: Bagn, Beitostølen

Rema 1000: Leira

Sesong: Aurdalsfjorden camping

Potensial: HORECA

/13 Eksterne kanaler

Samarbeidspartnere som har bidratt i produktutvikling, produksjon, markedsføring, salg og finansiering.

- Åpent Bakeri
- Bakeriet i Lom

- Pals
- Norengros
- Ecit Valdres
- Eggums Bakeri
- Transport: Thea Gjelle
- Valdres Næringshage
- Valdres Natur- og Kulturpark

- Stangeland Mølle
- Idun Industri
- ASKO

/14

Lokaler

Produksjon

Vi har tilhold i lokaler på Fagernes som har vært hovedbakeriet for Valdres fram til begynnelsen av 2000 - tallet. Vi har potensiale til å øke produksjonen til mange-dobbelt størrelse.

Utsalg Aurdal

Ligger strategisk for hele Valdres. "Alle" passerer forbi og ved å oppgradere vil vi kunne oppnå en stadig bedre stoppeffekt. Vi har i dag en stopp-prosent på ca 2,5% av passerende trafikk på de dagene vi har åpent. Vi mener at vi skal kunne stoppe vesentlig flere ved å gjøre oss bedre synlig ute og ved å oppgradere lokalene slik at vi kan framstå som mer attraktive.

/15

Hvorfor skalere nå?

- Etter fire krevende år har vi klart å rette opp økonomien og vi er på andre året med godt resultat. Nå er tiden kommet for å satse for å vokse. Dette skal gi økt inntjening og gi en enda mer robust bedrift.
- Vi kan øke salget ved å holde på kvaliteten og gjøre oss mer synlig.
- Vi skal spisse kvaliteten gjennom rutiner og tettere oppfølging.
- Vi skal styrke digital markedsføring.
- Vi har et potensielt marked i HORECA.

/16

Kapitalbehov: 1-2 MNOK

Vekst

Skalering av drift
Øke produksjonen for å møte markedsbehovet

Utvikling

Utvikle nye produkter
Investere i produksjonsverktøy for å redusere kostnader

Markedsføring og salg

Videreutvikle eget utsalg
Annonser og sosiale medier
Samarbeid med flere ambassadører
Inngå avtaler med flere eksterne salgskanaler

/17

Prognose

NOK	2024	2025	2026	2027
Omsetning	7,8	8,8	9,5	10
Kostnader	7,2	8,0	8,6	9,0
Drifts-overskudd	0,5	0,8	0,9	1,0

/18

Verdi-setting

I forbindelse med salg av Bakeriet i Valdres AS velger styret å tilby aksjer i selskapet til det styret mener er en rabattert aksjekurs. På bakgrunn av dette velger styret å sette en verd på NOK 3.000.000 for selskapet før emisjon.

Selskapsverdien på selskapet er basert på bedriftens posisjon i markedet, bransjekunnskap, muligheter i markedet, samt en sammenligning av lignende selskaper i samme fase. Selskapet har gjennomført betydelig utvikling og egeninnsats for å oppnå dagens markedsposisjon tilgjengelig samt utvikling av samarbeid med dagligvarebutikker og HORECA kunder. Basert på forventningene selskapet har, anser styret i Bakeriet i Valdres AS vurderingen korrekt. Verdivurderingen er basert på fremtidige prognoser til selskapet, samt usikkerheten knyttet til selskapets fremtid.

/19

Kapital-forhøyelser hittil

Type	Dato registr.	Økning aksje-kapital	Over kurs	Sum tilført kapital	Ny aksje-kapital	Antall nye aksjer	Sum antall aksjer	På-lydende	Teg-nings kurs
Stiftet	20.10.14	–			30.000	10.000	10.000	3	
Kapital for-høyelse	14.09.20	120.000	960.000	1080.000	150.000	40.000	50.000	3	27

orgnr. 914 326 745

Investeringsrisiko

Enhver investering i aksjer er beheftet med risiko. Potensielle investorer bør vurdere alle risikofaktorene og ikke investere mer enn de har råd til å tape.

Markedsrisiko:

Risiko for at markedssituasjonen skal endre seg vesentlig ift. konkurransesituasjon eller etterspørsel.

Finansiell risiko:

Risiko for at Selskapet ikke oppnår nok vekst kapital eller omsetning- og lønnsomhetsutvikling som gjør at det er i stand til å finansiere videre forretningsutvikling og verdiskaping

Verdisetting:

Verdivurderingen er blant annet basert på budsjetter og prognoser som vil være beheftet med usikkerhet.

Risiko ved investering i unoterte aksjer:

Det vil være ytterligere risiko forbundet med å eie unoterte aksjer, da disse er mindre likvide. Aksjene handles ikke på en regulert børs, og kan dermed bli vanskeligere å omsette hvis man ønsker å selge sin beholdning.

/21

Milepæler

Milepæler oppnådd siden oppstart i 2014:

2014	2.oktober åpnet Bakeriet i Bagn. 2 ansatte
2015	Flyttet til nye, større lokaler. Utvidet staben med 3 personer. Omsetningen passerte 700.000,-.
2016	Utvidet staben med 4 personer. Vi passerte 2 mill. i omsetning.
2017	Opplevd vekst og økende behov. Flere lokale butikker vil ha våre varer.
2018	Janos Varga, ungarsk baker begynte hos oss.
2019	Startet kafe på Fagernes. Tunnelen i Bagn ble åpnet. En katastrofe for bakeriet. Mistet 95% av trafikken forbi.
2020	Starter utsalg i Aurdal. Permitterte alle ansatte i 3 mnd. Stengte kafeen. Leveranse til Stølen kafe på Beitostølen.
2021	Flyttet bakeriet til Fagernes. Endret navn.
2022	Overlevde covid!
2023	10% overskudd!
2024	10 årsjubileum og kvalitetsheving- fersk bakst hver dag.

/22

Økonomi per i dag

Omsetning **2024:** 7,8 **MNOK**

Tallene for 2024 er ca-tall da årsregnskapet ikke er klart.

	2023	2024
Omsetning	7,4	7.8
Lønn	42%	48%
Varekostnad	30%	27%
Driftsresultat	+714 315	+550 000

/23

Kontakt

Helge Gjerdalen Holte

911 03 631

helge.holte@icloud.com

www.bakerietivaldres.no

Bakeriet

I VALDRES