

Forretningsplan

for

Julia's Cakery



INNEHOLDSFORTEGNELSE

1. Forretningsplan
2. Selskapsinformasjon
3. Forretningsidé
4. Produkter og tjenester
5. Markedsanalyse
6. Forretningsmodell
7. Organisasjon og drift
8. Økonomi og finansering
9. Fremtidsplaner
10. Risikoanalyse
11. Klima og miljø
12. Konklusjon

Vedlegg:

- Markedsoversikt
- Produkter
- 3 års driftsbudsjett
- SWOT-analyse

Dato/sted:

05.09.2025, Hol

1. Forretningsplan – Julia's Cakery AS

Julia's Cakery AS er en catering- og spesialbakevirksomhet basert i Hol kommune, med fokus på håndlagde kaker, sjokolade, småkaker og kvalitetsmat – både allergivennlige og tradisjonelle produkter. Produksjonen skjer kun på bestilling, og bedriften har inngått et samarbeid med Omatgjort på Geilo, som tilbyr utsalg, kaffe og matservering, og fungerer som fysisk møtepunkt for kundene.

Virksomheten konverteres fra enkeltpersonforetak til aksjeselskap for å profesjonalisere driften, håndtere økende etterspørsel og etablere et mer robust samarbeid med lokale aktører.

2. Selskapsinformasjon

Navn: Julia's Cakery AS

Organisasjonsform: Aksjeselskap (tidligere enkeltpersonforetak)

Lokasjon: Hol, Viken

Samarbeidspartner: Omatgjort, Geilo (utsalg og kaffe-/allergi vennlig matservering)

Eier(e): Julia Marta Igari (100 %)

Bransje: Catering og spesialkonditori

NACE-koder:

- 56.210 Cateringvirksomhet,
- 10.710 Produksjon av brød og ferske konditorvarer

3. Forretningsidé

Å tilby komplette og skreddersydde catering-, kake-, sjokolade- og småkakeløsninger – både allergivennlige og tradisjonelle – til privat- og bedriftskunder i Hallingdal, kombinert med eksponering og salg gjennom samarbeidspartneren Omatgjort på Geilo.

4. Produkter og tjenester

- **Catering:** Tapas, selskapsmat, småretter
- **Kaker:** Bryllupskaker, dåpskaker, bursdagskaker
- **Småkaker:** Klassiske og moderne varianter
- **Sjokolade:** Håndlaget konfekt og gavepakker
- **Kombinerte løsninger:** Komplette mat- og dessertpakke
- **Salg gjennom Omatgjort:** Utvalgte produkter tilgjengelig i deres serveringstilbud
- **Kurs og workshops (langsiktig):** Kakedekorasjon, sjokolade, kake
- **Samarbeid med lokale bedrifter (kurs, collab etc.)**

5. Markedsanalyse

Målgrupper: Privatpersoner (bryllup, dåp, konfirmasjon, bursdag), bedrifter (møtemat, events), turister i Geilo-området via Omatgjort, samt event- og reiselivsaktører.

Markedstrender: Økt etterspørsel etter kvalitetscatering og spesialkaker, behov for allergivennlige alternativer, og samarbeid mellom småmatprodusenter og serveringssteder.

Konkurransefortrinn: Lokalt produsert, håndlaget mat og søtsaker, samarbeid med etablert aktør (Omatgjort) for eksponering, og fleksibel bestillingsmodell med lite matsvinn.

6. Forretningsmodell

Inntektsstrømmer: Direkte bestillinger, engros-/levert salg til Omatgjort, kurs/workshops (langsiktig).

Prissetting: Premium basert på kvalitet, lokal produksjon, spesialtilpasning og trygg allergihåndtering.

Distribusjon: Henting hos produksjonslokale eller Omatgjort, samt levering mot gebyr.

Markedsføring: Sosiale medier, nettside med bestilling, samarbeid med lokale aktører innen bryllup, selskapslokaler og turistnæringen på Geilo.

7. Organisasjon og drift

Eier/daglig leder: Julia Marta Igari

Ansatte: Ingen i startfasen, vurderes ved økt volum

Lokaler: Godkjent produksjonskjøkken i Hol

Samarbeid: Omatgjort på Geilo – utsalg og eksponering

Regnskap/økonomi: Autorisert regnskapsfører, evt. revisor ved behov

8. Økonomi og finansiering

Aksjekapital: Min. 30 000 kr

Støtte: Kommunens næringsfond (Hol kommune)

Forventet omsetning første år: 400 000 - 600 000 kr

Kostnader: Råvarer, emballasje, transport, kjøkkenutstyr, markedsføring, regnskap, samarbeidspartneravtaler

Resultatmål: Driftsoverskudd innen 12–18 måneder, 15–20 % margin innen 3 år Investeringer:

Oppgraderinger i kjøkken, utvidet kjølekapasitet, transportløsninger ved større cateringvolum

9. Fremtidsplaner

- Utvide samarbeidet med flere utsalgssteder
- Nettbutikk for kaker, småkaker og sjokolade
- Kurs og eventer for mat og søtsaker
- Mulig egen kafé/serveringsdel eller franchise på sikt

10. Risikoanalyse

- Kapasitetsutfordringer i høysesong → planlagt ekstrahjelp
- Avhengighet av samarbeidspartner → sikre tydelige avtaler
- Strengt allergikrav → gode rutiner, merking og dedikerte soner
- Ingen egen butikk → aktiv digital markedsføring og bred kundebase

11. Klima og miljø

Jeg ønsker å drive et hjemmekonditori med fokus på bærekraft og lokal forankring. Produksjonen foregår i liten skala hjemme, noe som gir lavt energiforbruk og kortreist levering. Utslipp og miljøpåvirkning reduseres ved:

- **Miljøpåvirkning:** Vi begrenser transportbehovet ved å bruke lokale samarbeidspartnere for utvalg. Vi minimerer emballasje, og velger resirkulerbare eller nedbrytbare løsninger. Ressursbruk (vann, energi, råvarer) holdes lav gjennom nøye planlegging og lite matsvinn.
- **Miljøtiltak:** Vi velger kortreiste og gjerne økologiske råvarer der det er mulig. Strømforbruk optimaliseres med energieffektivt kjøkkenutstyr, og avfall sorteres i tråd med lokale ordninger.
- **Regelverk og sertifisering:** Vi følger gjeldende krav for matproduksjon, hygiene og miljø. På sikt vurderer vi sertifiseringer som Miljøfyrtårn for å dokumentere og styrke vår miljøprofil.
- **Grønn profil som fordel:** Vår satsing på lokal produksjon, kortreist distribusjon og miljøvennlige løsninger blir en del av vårt varemerke, som kan tiltrekke miljøbevisste kunder og samarbeidspartnere.
- **Mål og oppfølging:** Vi setter konkrete mål for å redusere matsvinn, emballasjebruk og energiforbruk – og evaluerer jevnlig for å finne forbedringsmuligheter.

12. Konklusjon

Julia's Cakery AS kombinerer lokal produksjon, fleksibel catering og samarbeid med etablerte serveringsaktører som Omatgjort på Geilo. Overgangen til aksjeselskap gir trygghet, struktur og vekstmuligheter, samtidig som modellen holder risiko og faste kostnader lave.

Markedsoversikt:

Kategori	Beskrivelse	Kommentar / Relevans for Julia's Cakery AS
Markedsstørrelse og vekst	Stabil vekst i catering- og konditormarkedet i Norge	Gir potensiale for økt etterspørsel i Hol/Geilo-regionen, spesielt turistsesonger
Kundesegmenter – Privat	Bryllup, dåp, konfirmasjon, bursdag, jubileer	Kunder ønsker skreddersydde løsninger, både allergivennlige og tradisjonelle
Kundesegmenter – Bedrift	Møtemat, firmaarrangementer, lanseringer, gaver	Høy betalingsvillighet for helhetlige catering-løsninger
Kundesegmenter – Samarbeidspartner	Besøkende hos Omatgjort på Geilo	Gir ekstra eksponering og salgsflate uten eget utsalgssted
Markeds-trender	Allergivennlige produkter, lokalmat, håndlagde produkter, helhetlige løsninger	Støtter bedriftens profil og produkttilbud
Konkurrentanalyse	Lokale bakerier, konditorer, større kjeder, andre cateringfirmaer	Julia's Cakery AS skiller seg ut ved kombinasjon av catering + håndlagde søtsaker og allergivennlighet
Konkurransefortrin n	Håndlagde produkter, allergivennlige alternativer, samarbeid med Omatgjort, lokal forankring	

Produkter:









 Driftsbudsjett – 3 år (hjemmekonditori uten leiekostnad)

Post	År 1	År 2	År 3
Inntekter (salg)	450 000 kr	600 000 kr	750 000 kr
Direkte kostnader (30 %)	135 000 kr	180 000 kr	225 000 kr
Strøm og energi	15 000 kr	16 000 kr	17 000 kr
Transport og levering	10 000 kr	12 000 kr	14 000 kr
Markedsføring	15 000 kr	18 000 kr	20 000 kr
Forsikring og avgifter	8 000 kr	8 200 kr	8 500 kr
Regnskap og administrasjon	10 000 kr	10 500 kr	11 000 kr
Utstyr og vedlikehold	12 000 kr	8 000 kr	8 000 kr
Totale kostnader	205 000 kr	252 700 kr	303 500 kr
Resultat før skatt	245 000 kr	347 300 kr	446 500 kr

 Forutsetninger:

- **ingen leiekostnader hjemme.**
- eventuelt samarbeid med en annen aktør for utvalg (f.eks. provisjonsbasert).
- Inntektene vokser realistisk hvert år.
- Utstyrs kostnadene er høyest i oppstartsåret.

SWOT-analyse – Hjemmedrevet konditori med eksternt utsalg

✓ Styrker (Strengths)

- **Hjemmelaget og lokal profil:** Kan spille på lokal tilhørighet og personlig kvalitet.
- **Fleksibilitet:** Du styrer produksjon etter egen kapasitet og helse.
- **Direkte kontakt med kundene:** Mulighet for tilpasning, spesialbestillinger og lojalitetsbygging.
- **Enkelt å skalere sakte:** Du kan øke i takt med etterspørselen og din egen kapasitet.

✗ Svakheter (Weaknesses)

- **Begrenset produksjonskapasitet hjemme:** kan støte på plassproblemer ved stor etterspørsel.
- **Avhengig av samarbeidspartner for utsalg:** Redusert kontroll over salgsleddet.
- **Arbeidspres og ansvar alene:** bærer hele driften selv (økonomi, baking, levering, markedsføring).
- **Mangler kanskje profesjonelt utstyr:** Det kan gå utover effektivitet eller kvalitet i perioder med stor etterspørsel.

🌱 Muligheter (Opportunities)

- **Stadig økende interesse for småskalabakst og lokale produkter.**
- **Mulighet for å selge via lokale butikker, kafeer eller REKO-ringer.**
- **Støtteordninger fra NAV, Innovasjon Norge eller kommunen** ved oppstart.
- **Utvidelse til netthandel og bestillingsløsning** (eks. Instagram, hjemmeside med bestilling).
- **Utvikling av nisjeprodukter:** allergivennlige kaker, temakaker, høytidsprodukter.

⚠ Trusler (Threats)

- **Strengt krav til mattrygghet ved hjemmeproduksjon:** Kan kreve godkjenning fra Mattilsynet.
- **Konkurranse fra større bakerier og ferdigprodukter** i dagligvare.
- **Sesongbasert etterspørsel:** Lavere salg i noen perioder.
- **Avhengighet av én samarbeidspartner:** Hvis de slutter å selge for meg, mister jeg en viktig kanal.