

«Du kan nesten si at spekemat er for italienerne det bunaden er for nordmenn»



Spekemat-gründer Andreas Kleven-Felloni lager spekemat etter italienske tradisjoner. Ved hjelp av et t

Det tok ikke lang tid fra Andreas Kleven-Felloni (44) kom til Norge før han savnet italiensk spekemat. Løsningen ble å lage den selv. Nå utvider han bedriften i nye lokaler på Skedsmokorset.

REPORTASJE

DET ITALIENSKE spekemateventyret begynte for fem år siden. I et beskjedent lokale på Saga senter på Årnes startet Felloni Spekehus AS å lage spekemat etter italienske tradisjoner. Ikke sjelden ble arbeidsdagene på 12 timer før Andreas Kleven-Felloni kunne lukke døra bak seg og reise hjem, mens spekesinker og pølser hang til modning.

NÅ TENKER Andreas større.

I november flyttet han produksjonen til Industriveien på Skedsmokorset. Den 44 år gamle italieneren fra Roma viser stolt fram de nye lokalene. Her kan han boltre seg på nærmere 250 kvadratmeter. Til tross for et dramatisk fall i omsetningen som følge av koronaviruset, mener han framtida ser lys ut.

- Beliggenheten kunne ikke vært bedre, med kort vei til Gardermoen og bare ti minutter fra Oslo og Lillestrøm.

ALLIKEVEL LEGGER han ikke skjul på at bedriften har gått gjennom noen tøffe



...nestebein kan han fastslå om spekeskinka er ferdig modnet.

Alle foto: Tom Gustavsen



På Skedsmokorset kan skinkene få henge til modning i helt nye klimarom.



Fem år etter oppstarten bærer fremdeles Andreas Kleven-Felloni på en drøm om at håndverksbedriften skal kunne levere spekeemat til et større marked.

uker. I mars ble det bråstopp i markedet.

- Vi har mange restauranter på kundelista og har tapt mye på koronaviruset, men nå begynner det å ta seg opp igjen. Når det gjelder hotellene er vi fremdeles litt usikre på hvordan de kommer til å takle disse vanskelige tidene og når de er tilbake for fullt igjen, sier Andreas på flytende norsk, men fortsatt med en synkende, italiensk uttale.

At han har bosatt seg i Båstad med norsk kone og fire barn, bærer ennå ikke språket preg av.

SPEKEMAT-GRÜNDEREN VISER oss

inn i de nyoppussede lokalene. Da koronaviruset tvang de til stillstand og omsetningen sviktet, fikk de om ikke annet frigjort tid til å fullføre oppussingsarbeidet.

Alt her inne er nøye planlagt. Det finnes ingen svarveier til smakssuksess, og her inne er klima så viktig at det kunne vært skrevet med store bokstaver på veggen.

Det finnes fire klimarom her inne i lokalet i Industriveien. De brukes til modning av spekevarer og er designet av Andreas og hans kompis Alessandro, som er elektriker fra Sicilia.

- Spekevarer er het avhengig av riktig temperatur, fuktighet og luftsirkulasjon. Kvaliteten på lufta her inne avgjør om det blir et godt produkt. Vi er veldig stolte av å ha utviklet vår egen løsning for å styre klimarommene her inne, og i framtiden vil vi kanskje satse på å kommersialisere slike løsninger, sier Andreas.

Det viktigste for en spekemester er ifølge Andreas gode råvarer, kunnskap om håndverket og klimarom.

-Alle klimarommene har spesielle egenskaper og funksjoner som produktene skal gjennom før de er klare til å

kjøres ut til kundene våre. Prosessen krever tålmodighet, og hjemme i Italia er det nesten noe hellig med å lage god spekeemat. Du kan nesten si at spekeemat er for italienere det som bunaden er for nordmenn, blunker italieneren.

ITALIENEREN KOM til Norge i 1999 for å utdanne seg til siviløkonom. Han synes utvalget av spekeemat i butikkyllene var så stusslig at ideen om å starte egen produksjon dukket opp. Ønsket om å vise fram mattradisjonene fra hjemlandet vokste seg stort. Til slutt større enn å

>

< FRA FORRIGE SIDE



Andreas Kleven-Felloni er strålende fornøyd med de nye lokalene på Skedsmokorset. På de nesten 250 kvadratmeterne har bedriften god plass til å vokse.

skulle sitte fra åtte til fire foran en pc-skjerm. Kontorjobben han trolig hadde utdannet seg til måtte vike for en lidenskapelig matinteresse.

- Matbutikkene har mange forskjellige pålegg, men i realiteten smaker mange av kjøttpåleggene akkurat det samme, bare at de har forskjellige navn, for eksempel er det liten forskjell mellom «ekte skinke», «familieskinke» og «frokostskinke», sier Andreas.

I dag, fem år etter den forsiktede begynnelsen, har den lille håndverksbedriften høye ambisjoner.

- Vi hadde noen få, trofaste kunder på Årnes, men den lokale interessen var svært begrenset. Vi ser allerede at etter-

spørselen er høyere her. Spesielt får mange privatkunder øynene opp for spesialproduktene guanciale og nduja, som er regionale, italienske nisjeprodukter som selv ikke alle i Italia kjenner til. Allikevel er det mange nordmenn som elsker dette, og det er motiverende å se hvor åpne mange nordmenn er til å smake å nye ting. Helt fra starten har vi ønsket å spre kunnskap og inspirasjon om italienske produkter, sier Andreas.

Foreløpig er de fleste kundene restauranter i Oslo.

- Vi leverer til restauranter som Villa Paradisio, Girotonda, The Thief og Vinoteket. I sommer planlegger vi også å selge mer gjennom Reko-ringen i Lille-

strøm. Det er et fantastisk initiativ, og jeg håper den vokser seg større slik at flere nordmenn kan se nytteverdien av å handle direkte fra produsenter uten mellomledd. For oss er fordelene med å selge varer der den tette kontakten jeg får med matinteresserte privatkunder, og så er det jo hyggelig å møte andre lokale matprodusenter. Selv om volumet kanskje ikke er like stort hver gang, er det en effektiv salgskanal, sier Andreas.

Blant bedriftens faste og trofaste kunder er også et hotell på Gardermoen. Kathinka Gulbrandsen, kjøkkensjef på Thon Hotel Oslo Airport, forteller at de har servert spekemat fra Felloni i snart fire år.

- Bakgrunnen er at vi ønsket noe lokalt og unikt, med en historie som vi kunne fortelle gjestene våre. Det har blitt veldig godt mottatt. Vi har for eksempel en egen frokostpølse som Felloni har laget spesielt til oss, som gjestene ofte spør etter og lurer på hvor vi den er å få kjøpt, sier kjøkkensjefen.

PÅ SPØRSMÅL om hvor store de vil bli, er svaret at de ikke nødvendigvis være landsdekkende.

- Men det vi har gjort så langt har blitt svært godt mottatt i markedet. Vi vokser mellom 15 og 20 prosent hvert år. Men vi skal fortsatt være en håndverksbedrift med minimal bruk av maskiner - vi stil-



Andreas Kleven-Felloni viser fram hestebeinet som hjelper ham med å vurdere om spekeskina er ferdig modnet.



Den smørbare spekepølsa er fast nok til at den kan skjæres opp i skiver.



Nduja er en smørbar spekepølse med fersk chili. De kan brukes på alt fra pizza til pålegg.

ler et kompromissløst krav til kvalitet, sier Andreas.

I 2018 hadde selskapet driftsinntekter på 2,6 millioner kroner. Det negative driftsresultatet på 9.000 kroner forklarer Andreas med store investeringer i forbindelse med oppussing og flytting til nye lokaler, samt forskning og utvikling av egne løsninger for klimarom.

FELLONI SPEKEHUS skal ikke bare lage like gode produktet som i Italia, nå vil de også ta med produktene til eventer i Italia og konkurrere i markedet der. Det betyr flere årsverk enn de 2,5 de har for øyeblikket.

- Vi har nylig ansatt en italiensk spe-

kemester som kommer så fort koronaviruset er i sjakk. Da realiserer vi drømmen om å delta i matkonkurranser i Italia, sier Andreas Kleven-Felloni.

Noen humper i veien har det vært for bedriften i oppstarten.

- Det har vært en bratt læringskurve. En av utfordringene har vært å finne en balanse mellom bruk av lokale råvarer og lønnsomhet. Marginene i hotell- og restaurantmarkedet kan være lave, og for å kunne levere til konkurransedyktige priser prøver vi å lage et vidt spekter av produkter tilpasset ulike segmenter, forklarer Andreas.

I oppstarten brukte spekematproducenten en del lokalprodusert kjøtt fra

ungarsk ullgris.

- Kjøtt fra denne griserasen har en veldig fin, intens rød farge og mye marmorering som passer bra til en del spekevarer, spesielt spekeskinke og spekenakke (capocollo). Utfordringen er at de også har en slaktevekt med stor andel fett, som gir høy kilopris for kjøttet vi kan bruke. For øyeblikket kjøper vi derfor kjøtt fra lokale slakterier, men vi er igjen på jakt etter seriøse samarbeidspartnere som har utegriser og et øye for dyrevelferd, sier italieneren.

Firebarnspappaen kan fortsatt ha lange arbeidsdager, og midt i livet og fem år etter oppstarten på Årnes er hårmanken både flere centimeter kortere og en anel-

se gråere. Men motivasjonen er den samme.

- Gleden ved å følge en drøm gir alltid en god følelse, også mot slutten av dagen. Helt siden oppstarten har vi sett at det er et marked for spekemat av god kvalitet. Det kan vi levere, så nå kjører vi på.

ELISABETH JOHNSEN
eljo@rb.no