



Bärvin

– finska erfarenheter och framtida möjligheter

SEMINARIUM

Sommelier Leena Jansson gav en historisk inblick i den nordiska traditionen att tillverka bärviner. I Finland har detta under de senaste 20 åren legat till grund för en växande vingårdsturism med goda framtidsutsikter.

Begreppet bärvin, eller fruktvin, används på vin som är gjort av andra råvaror än druvor. Redan på 1200-talet tillverkades vin av bär och frukt i Norden och historiska källor berättar om tillverkning av vin på exempelvis björnbär, rabarber och vita vinbär. I Sverige avtog den kommersiella tillverkningen främst av politiska skäl. I en form av byteshandel kunde den svenska exporten av industriprodukter, så som papper, öka mot att skatten på importerade viner sänktes, varvid det inte längre var lönsamt med inhemsk kommersiell vinproduktion.

Även i Finland hade vintillverkningen i stort sett försvunnit, men tack vare en ny lag som trädde i kraft 1995 har tillverkning av vin av inhemska råvaror på gården fått branschen att blomma upp igen. Lagen om gårdsvin möjliggör för producenter att sälja egentillverkade viner direkt från gården. Vinerna ska vara tillverkade av hundra procent inhemska råvaror, odlade norr om sextonde breddgraden. All smak och färg måste komma från råvarorna och vinets alkoholhalt får vara max 13 volymprocent. Varje år får som mest 100 000 liter vin säljas. Ett krav är att provsmakning och försäljning måste vara tydligt skilda från varandra.

Av naturliga skäl när råvarorna ska komma från bygden är att de flesta gårdsvinerna tillverkas av olika bär. Bärvin har annan karaktär än vin gjort på druvor, och det är egentligen därför svårt att likställa dem som samma typ av dryck. När bär används till vin så blir det mycket syra, vilket kan balanseras med att inte jäsa ut det helt och därmed behålla lite sötma i vinet. Dock finns det även torra varianter. Syrahalten kan minskas genom att blanda bärjuice med vatten. En vanlig mängd bärjuice är 25-30 procent.

Mycket av framgången för de finska vingårdarna ligger i att de satsar på mer än bara vin. Kringaktiviteter lockar besökare till gården och de passar på att äta eller fika, titta i gårdsbutiken och köper med sig vin hem som souvenir eller present.

Vingårdarnas koncept

I sydöstra Finland ligger vingården Mustila vin. Typiska kunder på gården är ryska buss-turister i övre medelåldern som gillar sötare drycker. Eftersom efterfrågan styr tillgången tillverkar Mustila främst söta viner och likörer. Förutom vinet lockar gården med egna odlingar, arboretum, konstutställningar och servering. Mustila har tätt samarbete och god relation med omkring 100 leverantörer som personligen levererar varor till gården. I butiken säljs förutom vin även andra gårdstillverkade produkter, som gelé och lemondad.

Heila är ett litet köpcentrum som ligger 30 minuter från Helsingfors. De säljer lokala produkter från 250 småföretagare inom en radie på 10 mil. Saft, cider och vin saluförs i en blandning med andra livsmedel och hantverk. Det finns även en restaurang där produkter från butiken serveras. Genomsnittskunden är på väg till eller från sommarnöjet och köper med sig torra, mousserande viner. Butiken serverar med att sälja kylda drycker till törstiga besökare.

I en pittoresk miljö omgivet av sjöar och skogar ligger Valamo Kloster Vingård, som även är en folkhögskola. Här erbjuds övernattning och det finns både restaurang och butik. Klostret är Finlands största gårdsvinstillverkare och har 150 000 besökare per år. Inom klostrets murar har vin tillverkats i hundratals år. Fader Andreas motto: "Bärvin ska drickas, inte förvaras" ligger bakom en stor del av klostrets framgång idag. Genom restaurangen kan vinerna i butiken marknadsföras effektivt. Flaskorna har Jungfru Marias blå färg och etiketten pryds av en ikonbild. Klostret tillverkar även kyrkvin, men då används inköpta druvor från Ungern.

Verla Vingård är en av de få som gör ekologiska gårdsviner. Här har vingårdens butik och café kombinerats med världsarvet Verla fabriksmuseum som erbjuder sina besökare upplevelsepaket med guidning på bruket, lunch och vinprovning.

Gården ligger vackert vid en älv och i närheten av en nationalpark, vilket ger god tillströmning av kunder under somrarna.

Lepaa Vin och trädgård ligger i anslutning till en gammal herrgårdsmiljö med park. Verksamheten består av en enkel men innehållsrik byggnad som rymmer restaurang, butik och framförallt utbildningslokaler. De har en trädgårdsutbildning där småskalig vinproduktion, ölbrygning och cidertillverkning ingår som delmoment. Det finns

laboratorium som ger möjlighet till snabba analyser av eventuella felaktigheter i vinerna som produceras. Ett projekt har arbetat fram ett nationellt kvalitetssystem för bär- och fruktbaseerade alkoholdrycker och nu finns en frivillig certifiering med tre klasser: typiskt vin för producenten, typiskt vin från visst område eller vin av en viss sort av bär eller frukt.

Några av utmaningarna för de finska vingårdarna har varit att motverka fördomarna mot bär- och fruktviner. En låg kvalitet i början av vintillverkningen kan ha gett vinerna dåligt rykte. En konsument som provsmakat ett vin och inte gillat det är svårt att övertyga att smaka igen när produkten har utvecklats genom åren och blivit bättre. Industrin är en annan stor utmaning – att förmedla gårdsvinets mervärden jämfört med storskaligt producerade viner, där importerade råvaror och tillsatser gör att produkterna kan säljas till lägre pris.

Gårdsvinernas möjligheter är bland annat deras lokala förankring med rena råvaror och spårbarhet. Det ger en utvecklingspotential där forskning pågår för att till exempel se hur olika äppelsorter kan påverka tillverkningsprocesserna och slutprodukten. Bärviner ska ha smak av rena råvaror, och vara friska och klara som källvatten. Detta är kvaliteter som är utmärkta argument för att välja lokala viner tillverkade i liten skala.

För blivande tillverkare av bär- och fruktvin betonade Leena att det är viktigt att tänka på hur produkten presenteras. Det är ibland allt för lätt att främst fokusera på innehållet och glömma att paketeringen av vinet kan vara minst lika viktigt för att sälja och även kunna ta extra betalt. Genom val av en så kallad prestigeflaska, med annan form, färg och tyngd, i kombination med en elegant och personlig etikett, förmedlas exklusivitet och tradition. Ett fatlagrat vin kan till exempel få en annan typ av etikett och säljas i mindre flaskor än ett vin som inte fatlagrats.

Idag finns en sammanslutning av företagare som producerar gårdsvin där de flesta av de små vingårdarna i Finland ingår, med i dagsläget kring 25 medlemmar. Sammanslutningen tillvaratar medlemmarnas intressen och verkar för frågor som berör dem. De ger ut en turistbroschyr med samlad information om de anslutna producenterna och som kan fungera som stöd i marknadsföringen och locka ännu fler besökare till gårdarna.

TEXT: Catrin Heikefelt