

Riktig mat – på Fäviken

Föreläsare: **Magnus Nilsson**

– *Fäviken är en liten, väldigt ambitiös restaurang som försöker göra så mycket som möjligt av alla de förutsättningar och svårigheter vi har omkring oss*”,



TEXT: Liv Ekerwald
FOTO: Stéphane Lombard

Så inleder Magnus Nilsson på Fäviken Magasinet seminariet.

Ett viktigt redskap i arbetet är kreativiteten med vilken de lyckats skapa en av världens bästa restauranger.

Fäviken arbetar bara med lokala produkter i restaurangen eftersom de då får kvalitet. Det finns många lokala produkter med hög kvalitet, Fäviken Magasinet har 130 olika leverantörer. Det kan vara någon som bara levererar 3 kilo krusbär per år till de som har stora regelbundna leveranser. För att klara logistiken krävs en speciell person som sköter den.

På dryckesmenyn finns bland annat lokala drycker, de har framförallt lokal mjöd som håller hög kvalitet, liksom öl, ojästa bärdrycker och ett honungsvin. Mängden och bredden på de lokala produkterna har blivit bättre, toppkvalitet finns och det händer mycket. Men en del har inte fått kvalitet och unikt tillräckligt. Magnus Nilsson berättar att oombedda smakprover från presumtiva leverantörer är vanligt, andra bokar ett möte och kommer förbi.

En vanligt förekommande fråga är varför Fäviken bara har 16 platser i restaurangen. Det beror på att deras sätt att arbeta är väldigt arbetskrävande. På Fäviken finns 11 personer anställda, varav 7 arbetar i köket, plus elever. Tillsammans blir det 500 arbetstimmar per vecka. Halva arbetstiden är relaterad till råvaruanskaffning.

Medarbetarna är passionerade människor. De har valt att bo och

arbeta i länet, inte bara när det är säsong i fjällen, utan hela året. Det är ett team som investerar i sig själva.

Maten är årstidsbunden. Mycket odlas på gården där det finns en trädgårdsmästare. För lagringen av grönsakerna finns en enorm jordkällare. På menyn finns 30 procent klassiker, 30 procent vidareutvecklade och 30 procent nya rätter per halvår. En middag på Fäviken består av cirka 20–30 rätter.

Pilgrimsusslor har serverats med samma recept i tre år, medan björktrasten serveras 1–2 gånger per år. Även örter och lavar serveras.

Alla kan presentera maten för gästerna men oftast är det Magnus uppgift, eftersom det förväntas. Men det finns rätter där andra kockar har investerat mer i rätten och då får de presentera den. På Fäviken finns inga inövade repliker.

Samarbetet med ägarna av Fäviken har gett en ekonomisk plattform att våga skapa. Om Magnus hade varit ägare kanske han inte vågat arbeta på det sätt de gör idag. Han hade till exempel inte vågat tacka nej till fel saker. En intresserad och stark affärspartner underlättar utvecklingen. Fäviken har gått från en omsättning på 600 000 till 8,5 miljoner.

För att marknadsföra verksamheten är redaktionellt material allra bäst, men även hemsidan är viktig, den har 200 000 besök per vecka. Hälften av besökarna är utländska, cirka 1 500 per år. På sommaren är det 80 procent utomskandinaver. Under vintern kommer många gäster via Åre.

Framförhållningen för att boka bord är 90 dagar. De flesta bokar via hemsidan. Middagen måste betalas 10 dagar i förväg. Att

komma sent till middagen accepteras inte eftersom man då förstör upplevelsen för de andra gästerna.

För den som vill övernatta på Fäviken finns tolv stycken bäddar att tillgå. Frukosten som serveras på morgonen är bättre än middagen, enligt Magnus. Då serveras bland annat egna charkuterier, ost, smör och tjockmjölk.

Magnus roll är att hitta på ny mat och han är ytterst ansvarig för Fäviken. Han är ofta i restaurangen och lagar mat medan administrationen ligger på andra. Han är också starkt involverad i marknadsföringen som bygger på en person - en vision - ett budskap - ett kändisskap.

– Vi gör det vi gör så bra som vi kan. Jag arbetar med Fäviken Magasinet för att det är kul. Matkultur är roligt och Fäviken är en mycket effektiv, praktiskt och bra liten restaurang.

Fäviken köpte företaget Åre Chark & Deli i höstas. Där ska de producera chark för försäljning. Målet är att producera 50 ton. Det finns flera orsaker att börja med egen charktillverkning, dels för att öka den lokala produktionen dels ville kökschefen börja arbeta dagtid, dessutom vill de avsätta köttet till rätt pris. Produktionskapaciteten är bra, men det är brist på griskött. Fäviken är idag med sin prissättning exkluderande, nu vill man bli mer tillgänglig genom att göra hantverksmässig svensk smörgåsmat.

Detta tillfälle är första gången Magnus Nilsson pratar i Sverige och det är första gången han pratar så länge inför en publik! Vi är glada och inte så lite stolta att det händer just hos oss, på Saerimner i en fullsatt föreläsningssal. //