

# LIVSSTIL

## «Et must» med fin most

**Fri flyt:** Salget av eksklusiv eplejuice eksploderer. De norske saftbøndene har doblet juicesalget til restauranter og husholdninger.

**Som vin:** Eplebøndene vil oppdra nordmenn til å kjenne forskjell på saften fra ulike epletyper.

### MAT & DRIKKE

GREGERS OTTESEN  
Oslo

Når norske bønder starter eplehøsten om få dager, er butikkyllere og restauranter så godt som skrappt for eplejuice på flasker og kartong. Salget fra småskalaproducenter har eksplodert. De fleste melder om en dobling av salget hvert år de siste to-tre årene. I år går det mot en ytterligere dobling for de mellom 60 og 100 bøndene som satser på eksklusiv eplejuice.

– Stadig flere bønder gjør dette. Jo mer sofistikert produkt de lager, jo høyere pris kan de ta, sier generalsekretær Oddmund Østbø i Norges Frukt- og Grønnsaksgrossisters Forbund.

Eplebøndene bruker gjerne velkjente metoder fra merkevarereindustrien og vinproduksjon. Flasker med sofistikerte etiketter og kartonger ledsaget av en kortversjon av gårdens historie, går rett hjem hos norske forbrukere. Priser på cirka 35 kroner literen i butikk eller rundt 75 kroner flasken på restaurant, er vanlige.

– Folk er villig til å betale mer for bedre produkter. Rene, norske naturprodukter med lokal tilknytning gir en tilleggsverdi. Vi dobler salget hvert eneste år, sier salgssjef Thomas Kraft Ophus i Strag-gruppen as.

Han distribuerer eplejuice fra Egge Gård i Lier til utvalgte butikker og restauranter, og sliker hvert år med at etterspørselen er større enn det han klarer å selge.

Flere av de ledende aktørene klarer ikke å produsere nok fra egne epler og har inngått presse- og tappeavtaler med gårder i distriktet.

**Krevende forbrukere**  
Sveinung Sauar på Sauar Gard i Telemark har varemerket Epleblomsten, men taper også epler for andre bønder med deres etikett og historie. Produksjonen har økt fra 40.000 liter i 2003 til 130.000 liter i 2004. I år ligger det an til 170.000 liter, hvor 98 prosent stammer fra andre gårder. Småskalaproducenten er i ferd med å bli stor.

– Hittil har vi investert cirka 3,6 millioner kroner. Vi tjener penger, men er fortsatt i oppbyggingsfasen. Mange nye aktører kommer inn, men totalmarkedet øker, sier Sauar. Produzentene merker at forbrukerne blir mer krevende. Flere eplebønder angriper markedet med juice fra flere epletyper og opplyser hvilke typer som passer til hvilke retter. Etter spørselen er særlig stor etter økologisk saft, men bøndene klarer ikke dyrke nok. Epleblomsten har juicer fra syv ulike eple sorter, og en hemmelig blanding. Eplegården på Søndre Storsand på Hurum selger ti varianter. I Sogn satser Balholm Mosteri, som får leveranser fra et stort antall eplebønder, på syv varianter under merkenavnet Balholm.

– Vi merker tydelig at det har skjedd noe de siste to årene. Det er en sterk trend bort fra sukker-



**HÅNDBERK.** Eplegården Tor Erik Gransæther hjelper også andre bønder som vil starte med juiceproduksjon.

holdige drikker til sunne juicer. Salget til dagligvarebutikker er doblet. Fra 100.000 liter ifjor regner vi med 200.000 liter i år, sier daglig leder Åge Eitungjerde i Balholm Mosteri.

### Spesialisering

Veksten tvinger bøndene til å spesialisere seg. Flere tapper hageeieres egne epler og setter på skreddersydd etikett. Andre satser på gårdsbutikker eller salg via internett. Tor Erling Gransæther på Eplegården er konsulent for bønder som vil starte opp med juiceproduksjon. I tillegg leverer han juice kun til utvalgte restauranter med «rik-tig» profil.

– Butikkjedene presser prisene for mye. Mot restauranter kan vi ta høyere pris. Dette er tross alt et håndverk, sier han.



**FINNES HOS DE UTVALGTE.** Eplegården leverer juice til gourmetrestauranter.



**NYSKAPER.** – Eplejuice begynner å bli en viktig del av produksjonen på gården, sier gårdbruker Marius Egge på Egge Gård i Lier. Nå satser han også på sider og calvados. Alle foto: Per Ståle Bugjerde

## Klar for rekord

**LIER:** På tunet hos gårdbruker Marius Egge på Egge Gård i Lier er det full aktivitet. Om få uker starter eplehøsten. Presseriet står klart. En flunkende ny saftpresse har akkurat ankommet og skal monteres. Tusenvis av nye tomflasker står plastpakket på paller ved innkjørselen til gården. Epletrærne er tunge av frukt.

– Eplejuicen begynner å bli en viktig del av produksjonen på gården, sier Egge. Han dyrker også bær, grønnsaker, korn og produserer økologisk kalvekjøtt.

Under navnet Liereple med undertittel «Gårdspresset naturmost med fruktkjøtt», egen logo med tegning av gården og navngitt epletype, selger han

eplejuicer til privatpersoner, forretninger og restauranter. Salget har økt fra 30.000 liter i 2002 til 70.000 liter ifjor og opp mot 160.000 liter i år. Den nye pressen vil øke utnyttelsesgraden av eplene fra dagens 55 prosent til mellom 65 og 75 prosent. Neste år regner han med over 200.000 liter.

– Ifjor fikk vi et lite overskudd, sier han.

Av egne epler lager han kun økologisk juice. For ti andre bønder presser han under navnet Liereple ledsaget av eget gårdsnavn som merkevarer. Noe av juicen går gjennom Strag-gruppen som distribuerer den sammen med viner, brennevin og ulike eksklusive drikkevarer til butikker og restauranter.



**STORSELGER.** Eplejuice fra Lier går rett hjem i norske husholdninger.

Noe distribuerer han selv. Blant kundene er Ekebergrestauranten og Lofoten på Aker Brygge, samt kjedene Deli de Luca, Centra og Ultra.

Hjemmesiden på internett forteller historien om gården – og at privatpersoner kan levere sine hageepler på gården og få

**Rene, norske naturprodukter med lokal tilknytning gir en tilleggsverdi. Vi dobler salget hvert eneste år.**

Thomas Kraft Ophus, salgssjef i Strag-gruppen as

## Utvider med calvados

**LIER:** Om tre-fire år kan nordmenn nyte norsk calvados fra Egge Gård i Lier. På gårdbruker Marius Egges kjølelager ligger 10.000 liter eplejuice. Størstedelen skal destilleres og bli til calvados, en brennevinstype som normalt lages i Normandie.

– Først skal sideren destilleres og deretter ligge på eiketønner i tre år. Jeg regner med å få 1500 til 2000 liter, sier gårdbruker Marius Egge.

Ennå har han ikke bestemt seg om han skal destillere selv eller overlate jobben til andre.

– Jeg har søkt og fått lov til både å destillere og lagre. Navnet calvados kan jeg neppe bruke, så jeg er åpen for forslag til navn på det norske brennevinet. Jeg skal jobbe med både det og markedsføringen fremover, sier han.

Sideren får et alkoholinhold på 11 prosent og er snart klar under navnet Lier-cider. Den blir tappet på vinflasker, får champagnekork og fornem etikett. Salget skal skje gjennom avtaler med Aas bryggeri, Strag-gruppen og Vimmonopole. Restauranter får egne etiketter.

– Jeg har 2600 flasker klar om en måned. Det blir en drikk med smak midt mellom hvitvin og vanlig sider. Jeg ønsker å ha fem til seks kilos trykk i flasken, det samme som champagne, sier han.

Kvaliteten er han ikke redd for. – En fransk konsulent fra Normandie har gitt grundig og verdifull hjelp både til sider- og calvadosproduksjonen, sier Egge.