

Med Contoret på flaskan

Från centralpunkten i Tidaholm sipprar vinkulturen ut över Sverige i **Vincontorets** nätverk, och ger vinroade entreprenörer **chansen att få arbeta med sitt stora intresse.**

Av HÅKAN LARSSON



Jonas Sagner (t v) och **Tommy Lennartsson** är två av centralfigurerna i Vincontorets satsning runt om i landet.
Foto CLAES LÖFGREN

NAMNET ÄR FÖRVISSO i bestämd form singularis. Men **Vincontoret** är inte ett utan snart ett tjugotal – spridda över landet från Örnsköldsvik i norr till Malmö i söder. Ett nätverk i vinkulturens tjänst, med varierande utbud och verksamhet – men med gemensamt varumärke och värderingar.

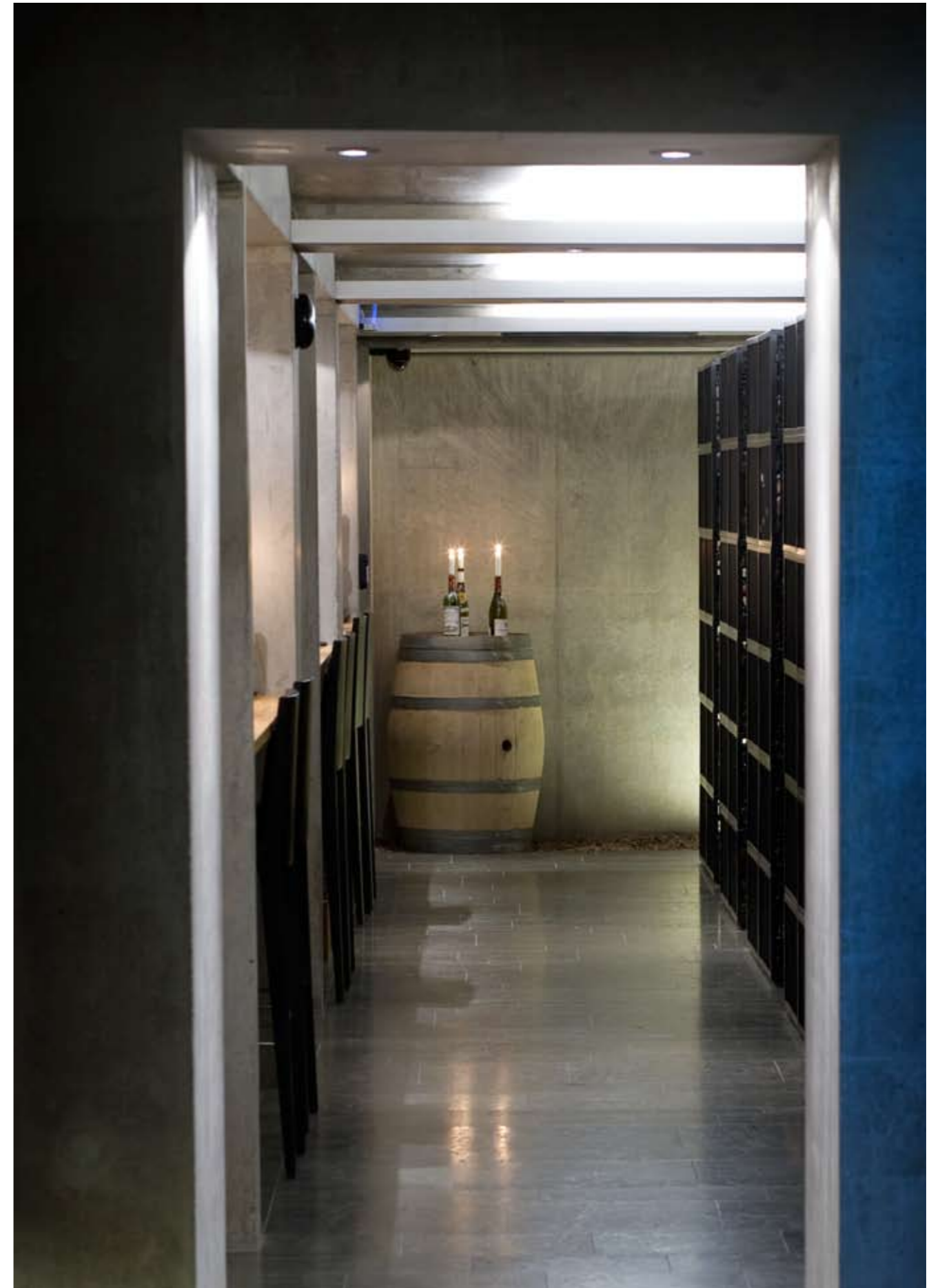
Det ursprungliga Vincontoret ligger i Tidaholm, skapat av vinimportören **Granqvist**; vinkällare, konferenslokaler och festväning i vackert renoverad gammal industrimiljö (se AoV nr 10 2009 och bilden t h). Vincontoret är ett helt fristående företag och konceptet drivs dels av franchisetagare, dels i egen regi. Verksamhetschefen *Jonas Sagner* förklarar:

– Den verksamhet som bedrivs i Tidaholm, med provningar, resor, kurser av olika slag i vinets och matens tecken, ska också kunna erbjudas på andra håll av andra arrangörer inom nätverket. Här finns en plattform, ett system som alla kan utnyttja, en kunskapsbank och utbildning som de olika ”contorscheferna” landet runt tar del av.

Vinet och maten ska ses som den sammanhållande länken i ett mycket större sammanhang. Det förenar människor och bryter nya sociala vägar. Vin, mat, konst, musik och social samvaro i största allmänhet leder till nya upplevelser för både enskilda och grupper, något som Vincontoret vill sprida över landet och så småningom även i andra skandinaviska länder.

För vinbranschen kan det här kännas helt nytt och annorlunda. Men för Jonas, med lång bakgrund i detaljhandeln och bland annat flera år som VD för Naturkompaniet, är det mer som att lägga ett affärsmässigt perspektiv på vinkulturen.

– Många har ett starkt intresse av vin och mat och drömmer om att göra något eget inom området. I stället för att alla



ska uppfinna hjulet på egen hand kan man samverka och få hjälp och stöd på vägen. Och man väljer själv var ribban ska ligga – från några timmar i veckan upp till heltid. Men engagemanget och intresset måste vara starkt, det personliga spelar stor roll för vilka vi väljer som partners.

TOMMY LENNARTSSON, den allra förste som slog till som franchisetagare, är ett exempel på just den här drivkraften. Vid sidan av VD-jobbet på ett stort företag i tryck- och infomediabranschen ägnar han 10-15 timmar i veckan åt Vincontoret i Uppsala.

– Många har ett starkt intresse av vin och mat och drömmer om att göra något eget inom området. I stället för att alla ska uppfinna hjulet på egen hand kan man samverka och få hjälp och stöd på vägen.

– Jag har länge haft ett starkt intresse för vin och mat, och hakade på direkt när jag hörde talas om Vincontoret, säger Tommy.

– Det handlar förstås mycket om att ordna provningar, stort som smått, från möhippor till företagevent till vinskolor i flera steg. Det ger en väldig styrka att interagera med andra, att kunna hjälpas åt med idéer och material. Och man får otroligt mycket uppskattning från kunderna, säger Tommy, som också kompletterat sitt engagemang med en formell sommelierutbildning..

Att kunna erbjuda arrangemang med likartat upplägg och kvalitet över hela landet är en av Vincontorets stora styrkor, säger Jonas Sagner.

– Exempelvis för företag som vill göra lanseringar med samma innehåll i hela Sverige, är detta en fantastisk möjlighet. Vi ser oss själva som ett eventföretag med drycken som kommunikatör.

I VINCONTORET med stort V i Tidaholm spelar vinkällaren och mötesplatsen en stor roll. Här kan man med vinet som tema knyta nya spännande kontakter, en bonus medlemmarna får förutom att kunna placera sina buteljer i källarens fack i väntan på rätt konsumtionsdag. Den servicen erbjuds förutom i Tidaholm i Örnsköldsvik och Örebro. På tur för att slå upp portarna för nya mötesplatser med vinkällare är Karlstad, som öppnar i sommar, samt Uppsala, Malmö, Halmstad, Jönköping och Linköping.

– Att ha egna lokaler är en naturlig utveckling av verksamheten, en plats där medlemmarna kan samlas, privat eller i företagssammanhang. Själva vinfacket och rätt konsumtionsdag är en sak, bra i sig – men det viktigaste är det sociala mötet i källaren, säger Jonas Sagner.