15 Ιουλίου 2015

Ελληνικό κρασί: Απόβαση στην Αυστραλία

Δεν προφέρεται 'ζινόμαυρο', αλλά 'ξινόμαυρο'". Ο Γιάννης Καρακάσης εξηγεί την λέξη "xinomavro", απευθυνόμενος σε μία αίθουσα γεμάτη από ανθρώπους, οι οποίοι κρέμονται από τα χείλη του, καθώς τα δικά τους αγγίζουν ποτήρια με κρασί, στην αίθουσα εκδηλώσεων στο South Wharf.

Η λέξη που δυσκολεύονται να προφέρουν είναι μία μόνο από τις εξωτικές λέξεις που πρόκειται να εντάξουν στο λεξιλόγιό τους, μαζί με το "Assyrtiko", "Agiorgitiko", "Moschofilero" και τις άλλες ελληνικές ποικιλίες που μαθαίνουν στο masterclass ελληνικού κρασιού που παραδίδει ο Γιάννης Καρακάσης και ο Γρηγόρης Μιχαήλος - οι "wine commanders", όπως είναι γνωστοί στον κόσμο του κρασιού στην Ελλάδα.

Οι δύο wine masters συμμετέχουν στην αποστολή που έχει διοργανώσει ο οργανισμός New Wines of Greece της Ελληνικής Διεπαγγελματικής Οργάνωσης Αμπέλου και Οίνου, φέρνοντας στην Αυστραλία 27 οινοποιούς από την Ελλάδα, από τους πιο "μεγάλους" της αγοράς μέχρι τα μικρά οινοποιία, σε μία προσπάθεια γνωριμίας του ελληνικού αμπελώνα με τους επαγγελματίες του κρασιού στην Αυστραλία και τόνωσης των εξαγωγών.

Τα μαθήματα ήταν μία από τις δράσεις της αποστολής, ενώ στην διπλανή αίθουσα, οι ίδιοι οι οινοποιοί και οι εκπρόσωποί τους, παρουσιάζαν τα προϊόντα τους στους ενδιαφερόμενους - επαγγελματίες της γεύσης και μη. Το διήμερο στην Μελβούρνη ήταν η αρχή, ενώ στις 29 και 30 Ιουνίου, η αποστολή θα βρεθεί στο Σίδνεϊ, εκθέτοντας στο Establishment (152, George St.). "Υπάρχει πολύ μεγάλο ενδιαφέρον" αποφαίνεται ο Γιάννης Καρακάσης μετά το τέλος του Masterclass. "Έχουν έρθει πολύ υψηλής ποιότητας επαγγελματίες, οι οποίοι θέλουν να δοκιμάσουν τα κρασιά". Πόσο υποψιασμένοι είναι για το ελληνικό κρασί; "Από λίγο έως καθόλου", εκπλήσσει η απάντηση.

"Ο μέσος όρος δεν γνωρίζει το ελληνικό κρασί, έχουν μείνει ακόμη στην ρετσίνα. Γι' αυτό και ανταποκρίνονται με ενθουσιασμό γι' αυτά που δοκιμάζουν. Φαίνεται ότι ο καταναλωτής έχει βαρεθεί τα ίδια και τα ίδια και θέλει πλέον να δοκιμάσει και άλλα πράγματα. Το ελληνικό κρασί μπορεί να το κάνει αυτό. Μπορεί να δώσει κρασιά που είναι πολύ καλοί συνοδοί του φαγητού -από τα πιο απλά μέχρι τα πιο σύνθετα πιάτα- ενώ δίνει πολύ καλή

σχέση ποιότητας-τιμής.

Δοκιμάσαμε ξινόμαυρα τα οποία στην Ελλάδα πωλούνται 7-10 ευρώ (10-15 δολάρια), τα οποία παραμένουν πολύ καλά μετά από 15 χρόνια παλαίωσης. Για πόσα ξένα κρασιά μπορείς να δώσεις τόσα λεφτά και να σκίζουν μετά από τόσα χρόνια;".

ΤΑΞΙΔΙ ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΑ

Όσο για τις δυνατότητες διείσδυσης του ελληνικού κρασιού στην Αυστραλία, ο wine master είναι πολύ αισιόδοξος. "Τα ελληνικά κρασιά ταιριάζουν στο στυλ του Αυστραλού", λέει. "Είναι κρασιά με οξύτητες, με δύναμη με τανίνες. 'Αυτά θέλουμε εμείς' μού λένε, 'δεν θέλουμε κρασιά στρογγυλά'".

Ο ενθουσιασμός για την την φρεσκάδα των λευκών κρασιών και την συνθετότητα των κόκκινων ήταν έκδηλος στο masterclass, καθώς ο Γιάννης Καρακάσης και ο Γρηγόρης Μιχαήλος έκαναν μάθημα γεωλογίας και γεωγραφίας σε ένα κοινό που απολάμβανε την αρωματική πολυπλοκότητα με την μύτη χωμένη μέσα στο ποτήρι. "Κάποιος που του αρέσει το κρασί θα πρέπει να κάνει ένα ταξίδι μέσα από διάφορες περιοχές κι αυτό είναι ωραίο", λέει ο κ. Καρακάσης.

"Είναι σαν να είσαι ένας μικρός Ιντιάνα Τζόουνς και ανακαλύπτεις διάφορα πράγματα, ότι το Ξινόμαυρο δεν είναι ίδιο στην Ραψάνη και στο Αμύνταιο, για παράδειγμα. Πρέπει να μπορείς να πεις την ιστορία του κρασιού, είναι ο μόνος τρόπος να πουλήσεις. Δεν μπορείς να περιμένεις ότι θα το βάλεις σε ένα μαγαζί και θα πάει αυτόματα το χέρι του άλλου".

Στο ζήτημα της στρατηγικής εστιάζει η Ελένη Μπλούχου, project manager της αποστολής."Επειδή η Ελλάδα είναι μικρή χώρα και οι παραγωγές γενικά είναι μικρές, στοχεύουμε σε μία αγορά εκπαιδευμένη. Τα προϊόντα είναι πολύ καλά, αλλά οι ποσότητές μας περιορισμένες, κάτι που υπαγορεύει και την στρατηγική μας", εξηγεί. "Θέλουμε να μπούμε σε μία αγορά υψηλής ποιότητας με προϊόντας υψηλής ποιότητας. Στοχεύουμε σε μία υψηλού επιπέδου προσέγγιση, ξεκινώντας από τους ανθρώπους που είναι ειδικοί και σιγά σιγά κατεβάζοντας την αναγνωρισιμότητα του ελληνικού κρασιού στον μέσο καταναλωτή".

Η ίδια είναι πολύ ευχαριστημένη από την εμπειρία της στην Αυστραλία. "Η αγορά της Αυστραλίας είναι πολύ υγιής και ώριμη. Το σημαντικότερο είναι ότι καταλαβαίνει το προϊόν αυτό καθαυτό, ενώ σε άλλες αγορές υπάρχει άγνοια του κρασιού. Η Αυστραλία έχει εστιατόρια υψηλής γαστρονομίας, ενώ οι Αυστραλοί έχουν εντάξει το κρασί στην καθημερινότητά τους και έχουν μία ανοιχτή προσέγγιση για τα ελληνικά κρασιά. Ακόμη και αυτοί που ήταν πιο επιφυλακτικοί, δοκιμάζοντας πείθονται ότι το ελληνικό κρασί αξίζει τον κόπο".

Την επιτυχία της αποστολής εξαίρουν και οι υποψιασμένοι περί το ελληνικό κρασί. "Είναι πολύ σημαντικό να βλέπεις τους Έλληνες παραγωγούς να αφήνουν στην άκρη τον ανταγωνισμό και να ενώνουν τις δυνάμεις του" δηλώνει ο David Lamb, εισαγωγέας που ασχολείται με το ελληνικό κρασί από το 2006. "Αυτό δεν το συνηθίζουν οι παραγωγοί από άλλες χώρες της Ευρώπης" τονίζει. Για τον ίδιο, ως επαγγελματία, αυτή η αποστολή ήταν μία χρήσιμη ευκαιρία να γνωρίσει και παραγωγούς που δεν ήξερε. "Έκανα αρκετές επαφές και νέες γνωριμίες και είδα ότι υπήρξε ενδιαφέρον από πολλούς επαγγελματίες της εστίασης να ανακαλύψουν το ελληνικό κρασί".

ΝΙΚΟΣ ΦΩΤΑΚΗΣ

ΑΝΑΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ ΑΠΟ neoskosmos.com