

WHO IS WHO

Ο ΜΑΡΚΟΥΣ ΣΤΟΛΤΣ προωθεί το ελληνικό κρασί στο εξωτερικό. Είναι ιδρυτής και συντάκτης του μπλογκ *elloinos*, στο οποίο το 2010 απονεμήθηκε το βραβείο Wine Blog Award, ενώ έχει αρθρογραφήσει για το ελληνικό κρασί σε διάφορα έγκυρα έντυπα του εξωτερικού. Προ λίγων μηνών ίδρυσε το www.600bottles.com από όπου ξεκίνησε να πωλεί ελληνικά κρασιά στη Γερμανία. Ζει με την οικογένειά του στην Αθήνα.

“ Το 90% των κορυφαίων κρασιών διατίθενται σε τιμές μέχρι 25 ευρώ. Σε καμία άλλη χώρα δεν συμβαίνει αυτό, αφού αλλού τα ανώτερα κρασιά συνήθως έχουν πολλαπλάσια τιμή. ”



Βελτιώνεται η εικόνα του ελληνικού κρασιού στη Γερμανία

Να διευρυνθούν τα κανάλια διανομής

Στη σημαντική γερμανική αγορά, το ελληνικό κρασί βελτιώνει σταδιακά την εικόνα του και γίνεται ελκυστικό για τους απαιτητικούς καταναλωτές, όπως μας λέει ο Μαρκ Στολτς. Για το Γερμανό δημιουργό του επιτυχημένου μπλογκ *Elloinos*, το ελληνικό κρασί, με τις γηγενείς ποικιλίες του, έχει το πλεονέκτημα της αυθεντικότητας, ενώ στις ανώτερες κατηγορίες διαθέτει εξαιρετική σχέση ποιότητας-τιμής. Ωστόσο, τα εμπόδια που πρέπει να υπερκεραστούν για να κατακτηθεί μια καλύτερη θέση στις αγορές του εξωτερικού είναι πολλά, με κύριο την απουσία του ελληνικού ποιοτικού κρασιού από τα βασικά κανάλια διανομής αλλά και τη λογική των μικροσυμφερόντων που εμποδίζει τους ανθρώπους του κρασιού στην Ελλάδα να συνεργαστούν για ένα κοινό στόχο. Η αξιοποίηση όμως της τεχνολογίας μπορεί να κάνει θαύματα για την κατάκτηση νέων αγορών.

Την άποψη ότι η ελληνική οικονομία του οίνου κυριαρχείται από κλίκες, με αποτέλεσμα να είναι κατακερματισμένη, εκφράζει ο κ. Στολτς.

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟΝ ΛΕΩΝΙΔΑ ΚΟΥΡΜΑΔΑ
kourmadas@agronews.gr

Τι εικόνα έχει για το ελληνικό κρασί η γερμανική αγορά;

Χρειάζεται χρόνος και προσπάθεια για να αλλάξει η κακή εικόνα του ελληνικού κρασιού στη Γερμανία. Κατά τη γνώμη μου, το κύριο πρόβλημα είναι ότι τα ελληνικά κρασιά ούτε καν πωλούνται στις γερμανικές κάβες. Έτσι, ο Γερμανός καταναλωτής γνωρίζει μόνο τα κρασιά που διατίθενται από τους χονδρέμπορους και στα σουπερμάρκετ. Δυστυχώς, εκεί εξακολουθούν να προσφέρονται κρασιά που υποστηρίζουν αυτή την εικόνα. Ωστόσο, διαβλέπω σημάδια αλλαγής. Πρόσφατα, η έγκυρη επιθεώρηση *Weinwisser* μου ζήτησε μια παρουσίαση του ελληνικού κρασιού, το οποίο φιλοξένησε ως θέμα για πρώτη φορά στην 20χρονη ιστορία της. Οι πιο ονομαστές κάβες στη Γερμανία ενδιαφέρονται για πρώτη φορά να περιλάβουν ελληνικά κρασιά στον κατάλογο τους, ενώ ένα από τα πιο γνωστά εστιατόρια της Γερμανίας, το οποίο έχει διακριθεί με 3 αστέρια *Michelin*, από την άνοιξη θα προσφέρει 6 ελληνικά κρασιά που τους συνέστησα.

Συχνά λέγεται ότι η λιανική τιμή πώλησης του ελληνικού κρασιού είναι υψηλή.

Η κριτική αυτή δεν είναι αβάσιμη για την κατηγορία κάτω των 5 ευρώ. Αυτό βέβαια έχει να κάνει με το ότι πολλά οινοποιεία είναι μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις με ετήσια παραγωγή κάτω από 20.000 φιάλες, οι οποίες δεν μπορούν να διατεθούν στην τιμή των 3 ευρώ. Από την άλλη, τα μεγάλα οινοποιεία στην κατηγορία αυτή δεν προσφέρουν επαρκώς ποιοτικό προϊόν. Αυτό αποτελεί πρόβλημα διότι η κατηγορία αυτή θα μπορούσε να αποτελέσει το εισιτήριο και για άλλες πωλήσεις. Στη μεσαία κατηγορία των 5 έως 10 ευρώ, βλέπουμε καλή σχέση ποιότητας-τιμής, ενώ πολύ δυνατή είναι η κατηγορία των 10 με 15 ευρώ, όπου βρίσκουμε κάποια κρασιά εξαιρετικής ποιότητας. Στην ανώτατη κατηγορία, τα ελληνικά κρασιά παρουσιάζουν την εξής ιδιοτυπία: το 90% των κορυφαίων κρασιών διατίθενται σε τιμές μέχρι 25 ευρώ. Καθόσον ξέρω, σε καμία άλλη χώρα δεν συμβαίνει αυτό.

Πώς πρέπει να προωθήσουμε τα ελληνικά κρασιά στο εξωτερικό; Τι πιστεύετε για τη στρατηγική μάρκετινγκ που εκπόνησε η ΕΛΟΑΟ;

Οι περισσότεροι εισαγωγείς ελληνικού κρασιού στο εξωτερικό είναι απόδημοι Έλληνες, οι οποίοι εξυπηρετούν κυρίως τους εκεί διαμένοντες Έλληνες. Αυτά τα κανάλια διακίνησης θα πρέπει να διευρυνθούν.

Είναι πολύ θετικό το ότι έχει εκπονηθεί μια στρατηγική προώθησης και ελπίζω να φέρει αποτελέσματα, είμαι όμως σκεπτικός ως προς το μακροχρόνιο σχεδιασμό της. Τα τελευταία 2-3 χρόνια, το ίντερνετ έφερε τα πάνω κάτω, μεταβάλλοντας τα επιχειρηματικά πρότυπα. Σε ένα τέτοιο δυναμικό περιβάλλον είναι επικίνδυνη η εκπόνηση μακροπρόθεσμων σχεδίων που βασίζονται σε έρευνα που ήδη σήμερα είναι 2-3 ετών.

Ποια άλλα εμπόδια πρέπει να ξεπεράσει η ελληνική οινοποιία;

Θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν απλά αλλά αποτελεσματικά μέσα για να βελτιωθεί η εικόνα του κρασιού. Εκατομμύρια τουρίστες έχουν την πρώτη τους επαφή με το ελληνικό κρασί στις ταβέρνες. Δυστυχώς εκεί συχνά διατίθεται κρασί αμφιβόλου ποιότητας. Έτσι οι τουρίστες σχηματίζουν μια αρνητική εικόνα, την οποία μετά την επιστροφή τους μεταδίδουν σε φίλους. Οι οινοπαραγωγοί θα μπορούσαν να πωλούν στις ταβέρνες ασκούς με κρασί καλύτερης ποιότητας, βοηθώντας μεσοπρόθεσμα την εικόνα του ελληνικού κρασιού. Ακόμη, έχω την εντύπωση ότι η ελληνική οικονομία του οίνου κυριαρχείται από κλίκες, με αποτέλεσμα να είναι κατακερματισμένη.

Ποιες ελληνικές ποικιλίες ξεχωρίζετε;

Η Ελλάδα είναι ευλογημένη με πληθώρα αυτόχθονων ποικιλιών, οι οποίες την καθιστούν ενδιαφέρουσα στο εξωτερικό, προσδίδοντας στα ελληνικά κρασιά το πλεονέκτημα της αυθεντικότητας. Για μένα το ασύρτικο και το ξινόμαυρο είναι οι πιο συναρπαστικές ποικιλίες που έχουν τη δυνατότητα να δώσουν μεγάλα κρασιά. Επίσης αγαπώ πολύ τη ρομπόλα, τη μαλαγουζιά και το βερτζαμί.

Τι υποδοχή έχει το μπλογκ σας «Elloinos»;

Πριν 2 χρόνια, όταν αποφάσισα να ασχοληθώ επαγγελματικά με το ελληνικό κρασί, διαπίστωσα αμέσως ότι στο εξωτερικό δεν υπήρχε καθόλου ενδιαφέρον. Κυριαρχούσαν προκαταλήψεις και ημιμάθεια, ενώ η παρουσία του στο ίντερνετ ήταν ασθενική. Από την αρχή έθεσα το στόχο να επιτύχω ένα σταθερό ενδιαφέρον για το κρασί της Ελλάδας. Οι αναγνώστες του *Elloinos* είναι οινοκριτικοί, δημοσιογράφοι, έμποροι, εισαγωγείς, γαστρονόμοι και φίλοι του κρασιού. Οι περισσότεροι αναγνώστες είναι από τις ΗΠΑ, τη Γερμανία, την Αγγλία, τον Καναδά και την Ελλάδα. Σημαντικά είναι τα κοινωνικά δίκτυα όπως το *Twitter* και το *Facebook*. Σχεδόν όλες μου οι επαφές στο εξωτερικό προέρχονται από αυτά.