

FRATIA VINULUI

Cramele "Basilescu" au renăscut



■ "Basilescu" va lansa două vinuri noi

Crama "Basilescu" va lansa, în 2011, două vinuri noi, după cum ne-a precizat Florin Preda, director de marketing în cadrul companiei. Societatea intenționează să producă o gamă de vinuri premium. Referitor la piața autohtonă de vinuri, Florin Preda ne-a specificat: "Piața românească are o dinamică particulară și este departe de a fi așezată. Din ce în ce mai mulți producători se îndreaptă spre calitate, fiind sesizată și o agresivitate a importurilor".

Vinurile produse de "Basilescu" se adresează doar segmentului HoReCa și magazinelor specializate. Compania a început vinificarea în 2008, pentru vinurile roșii 2010 fiind primul an în care se află pe piață, iar pentru cele albe, al doilea. Viile și societatea aparțin familiei Basilescu, actuala cramă renăscând din domeniile acestei familii (Nicolae Basilescu, proprietarul viilor și cramei, a deținut și fabrica de șampanie "Za-

rea"). În perioada în care terenurile au fost expropriate, ele au aparținut Combinatului de Vinificație Urlați. Fiind redobândite în 1998, acestea au fost replantate în mare parte, unitatea de vinificație fiind absolut nouă. "Deținem 100 de ha de vie în prezent, dintre care 60 la Urlați, în special pentru soiurile roșii și 40 în Pietroasele, pentru soiurile aromate și albe", ne-a spus domnul Preda. Viile de la Urlați produc "Fetească Neagră", "Cabernet Sauvignon", "Merlot", "Pinot Noir", "Sauvignon Blanc", iar cele de la

Pietroasele - "Busuioacă de Bohotin", "Tămăioasă Românească", "Fetească Albă", "Riesling Italian". Astfel, soiurile de struguri plantate de "Basilescu" sunt autohtone și străine.

Din 2008 - anul relansării primului vin marca "Basilescu" - investițiile au fost axate pe producerea vinurilor de calitate. Pentru obținerea strugurilor de înaltă calitate, în fiecare an vița de vie este normată corespunzător și excesul de struguri pe butuc înlăturat.

Capacitatea de producție a cramei ajunge la circa 300.000 de litri anual, iar la capacitatea maximă se va ajunge, probabil, în următorii 4-5 ani, întrucât multe dintre vii sunt, încă, tinere.

Compania intenționează să se consolideze pe piața locală, exporturile fiind, până acum, de oportunitate. Cifra de afaceri estimată pentru anul viitor va fi de circa 1-1,5 milioane de euro. În 2010, vânzările s-au cifrat la aproximativ 700.000-800.000 de euro.

Investiția totală realizată de "Basilescu" depășește șase milioane de euro, din care pentru unitatea de vinificație au fost cheltuite circa 3 milioane de euro. Restul de bani au fost utilizați în replantarea viilor, în reconstrucția conacului și în refacerea fostei fabrici de vinificație pentru șampanie. O parte din finanțare a provenit din fonduri europene. ■



Restaurant Rossetya - Strada Dimitrie Bolintineanu nr. 9, sector 2, București (Piața Rosettii). Tel: 031.805.91.99; 0748.220.220e-mail: rossetya@gmail.com, web: www.rossetya.ro

ZONE VITICOLE

Banatul deține circa 2,3% din totalul viilor noastre

Banatul este una dintre regiunile care apar pe harta viticolă a țării noastre. Cu o plantație de vie puțin mai mare de 2.000 de hectare, această regiune deține circa 2,3% din suprafața totală de vie de soi nobil din țara noastră, plantată în sistem organizat, care se ridică la peste 85.000 de hectare.

Din cele 2.000 de hectare de viță cultivate pe teritoriul Banatului, aproape 1.360 de hectare au soiuri de struguri albi,

în timp ce restul de circa 732 de hectare reprezintă suprafața de vie cu soiuri roșii.

Volumul total de vin produs în acest an în regiunea viticolă a Banatului se ridică la peste 37.500 de hectolitri, dintre care mai mult de 26.000 de hectolitri înseamnă cantitatea de vin alb și circa 11.446 de hectolitri reprezintă volumul de vin roșu. ■



S.E.R.V.E. a lansat un vin premium în ediție limitată

Unul dintre vinurile lansate recent de S.E.R.V.E. (Societatea Euro Română de Vinuri de Excepție) este "Cuvee Amaury". Acesta se adresează doar magazinelor de specialitate și restaurantelor de lux. Vinul este produs în ediție limitată, cele 2000 de sticle fiind numerotate, ne-au precizat reprezentanții companiei.

Soiul din care este produs acest vin este "Sauvignon Blanc", fiind vinificat și maturat peste șase luni în butoaie noi de sticlă și având un grad de alcoolizare de 13 grade. Specialiștii spun că licoarea are miros de flori, citrice și pâine prăjită, aromele fiind de fagure și vanilie. "Cuvee Amaury" poate fi servit cu pește, sparanghel sau foie gras. Prețul cu care este vândut în restaurantele noul vin oscilează între 75 și 130 de lei.

Pe lângă "Cuvee Amaury", producătorul de la Ceptura a mai lansat "Fetească Albă 2010", rose-ul "Terra Romana 2010", "Sauvignon Blanc 2010" și "Millennium 2010". Primul dintre acestea este pentru retail și face parte din gama "Vinul Cavalerului", iar ultimele trei sunt vinuri care se vând doar în HoReCa, aparținând gamei "Terra Romana".

Declarându-ne că societatea nu a cunoscut, în acest an, "un regres substanțial", reprezentanții acesteia ne-au spus că S.E.R.V.E. deține circa 100 de hectare de vie pe Dealul Mare și în Colinele Dobrogei. "99% din vii sunt plantate de noi și cele mai vechi au 12 ani". Deși capacitatea de producție este mai mare, compania produce circa un milion de sticle pe an, pentru piața internă și pentru export. "Cel mai mult expor-

tăm în Canada, dar distribuim și pe piețele din Statele Unite, Anglia, Germania. Soiurile pe care le producem pentru vinurile albe sunt «Fetească Albă», «Riesling», «Sauvignon», «Chardone», iar pentru cele roșii «Pinot», «Merlot», «Fetească Neagră», «Cabernet», ne-au precizat sursele citate. S.E.R.V.E. produce aproape 20 de tipuri de vin, aproximativ 40-50% din volumul total fiind pentru HoReCa.

În urmă cu circa un an, S.E.R.V.E. a lansat Clubul Cavalerilor, dedicat iubitorilor de vin, amatori sau cunoscători, care, după ce se înscriu în acest club, pot beneficia de anumite informații și oferte, pot merge la degustări, participa la concursuri etc.

Înființată în 1994 de Conte Guy Tyrel de POIX - producător francez de vinuri, proprietarul a 50 de hectare de vie în Corsica și descendentul unei vechi familii nobiliare franceze, societatea și-a început activi-

tatea ca distribuitor de vinuri românești, îmbuteliate sub propria marcă. Prima recoltă a fost vinificată în anul 1995. S.E.R.V.E. a fost prima și, pentru câțiva ani, singura societate privată din sectorul viticol românesc. În perioada 1995-

2001, S.E.R.V.E. și-a desfășurat activitatea utilizând echipamentele și utilajele montate într-o cramă deja existentă în Ceptura, după care a fost construită propria cramă, pe un teren concesionat pe o perioadă de 99 ani de către primăria din localitate.

Ulterior, au mai fost făcute diverse investiții, cum ar fi mărirea capacității de prelucrare și stocare. Potrivit datelor publicate de companie, investiția societății în țara noastră depășește 3,5 milioane de euro. Majoritatea acționarilor sunt viticultori francezi. ■



PRODUSE DE LUX

"Gusto" produce artisanal specialități gastronomice pentru "Delicateria"

În jur de 250 de produse dintre specialitățile culinare pe care magazinele "Delicateria" din București le comercializează sunt realizate manual în cadrul "Gusto" - propria fabrică situată pe strada Barbu Văcărescu din Capitală. Astfel, circa 30 de persoane modelează diverse torturi și prăjituri, praline, bomboane de ciocolată, produse fine de patiserie, brânzeturi artisanale, pâine și produc, fără să utilizeze linii industriale, terine din carne, foie gras, somon afumat, jambon, icre etc. Întrucât delicatesele sunt realizate manual, cantitatea producției este mai mică, iar prețurile mai ridicate față de cele ale mărfurilor industriale, după cum ne-a precizat Adrien Damour, directorul general al companiei: "Producem artisanal specialități din mai multe domenii, nu facem nimic industrial, nici măcar ambalarea nu se face automat. De exemplu, somonul îl afumăm două zile natural, la rece - la 15 grade Celsius - cu fum de lemn de fag. Îl ambalăm în vid și îl tăiem la cerere, pe loc".

Firma activează pe piața noastră din anul 1993, timp de zece ani producând pentru showroom-urile deschise în incintele hotelurilor și supermarketurilor, dar și pentru cocktailuri și recepții. „Am început cu icre, somon afumat, foie gras. Am făcut asta aproape zece ani și în 2003 ne-am schimbat strategia, pentru că nu am vrut să fim monopolizați de marile rețele de distribuție. Când am schimbat strategia aveam de ales între două direcții: să produc mult și prost sau puțin și bine. Ne-am îndreptat spre magazinele proprii și, din 2003 până în 2004, am creat prima «Delicateria», pe strada Eminescu din București. Acum, «Gusto» produce doar pentru «Delicateria» și pentru evenimente, recepții, cocktailuri”, ne-a povestit domnul Damour, adăugând că acest nou concept „a început să meargă mai bine din 2006”.

În anul 2006 a fost deschis cel de-al doilea magazin, în cadrul centrului comercial „Feeria”, din Băneasa și în 2007 a apărut al treia „Delicateria”, în Piața Dorobanți. Ultima investiție a fost făcută în acest an, prin relocarea magazinului din Eminescu pe Bulevardul Dacia. Adrien Damour ne-a declarat că a fost foarte atras de „casa veche, cu un design deosebit” în care funcționează noul magazin, fapt pentru care a și cumpărat-o. Investiția totală în această nouă locație, care a presupus achiziționarea ei, bransarea la utilități, renovarea și amenajarea magazinului a urcat la circa 500.000 de euro.

„Aici pot fi servite diverse gustări, cum ar fi platourile cu brânzeturi, alături de un pahar de vin. Întrucât suntem pe Dacia doar din luna mai, până acum nu a venit foarte multă lume la noi, însă, acum, că se apropie sărbătorile, începe să meargă. Mutarea și criza au fost factori negativi pentru noi”,



Adrien Damour, de origine franceză, a venit în România în 1990, ca jurnalist la o revistă de specialitate. A lucrat doi ani în domeniu, după care și-a deschis propria afacere la noi în țară.

ne-a mai specificat reprezentantul „Delicateria”.

Pe lângă produsele făcute de „Gusto”, o altă parte a mărfii vândute în aceste magazine o reprezintă produsele de pe piața locală, cum ar fi mierea, care, în mare parte, este cumpărată direct de la producători. O a treia componentă a ofertei „Delicateria” este cea de import direct. Aici se încadrează în special vinurile, cele mai multe dintre acestea fiind aduse din Franța. „Eu fac selecția vinurilor și, pentru că sunt importator direct, și prețurile în acest domeniu sunt mai mici”, ne-a mai povestit Adrien Damour. Domnia sa ne-a precizat că cel mai scump vin este un „Chateau D'Yquem Sauternes”, care costă aproape 1.400 de lei și cel mai ieftin este „Cotes du Rhone”, la 25 de lei. „Sunt și vinuri mai scumpe, dar le vindem doar la comandă. Fiind primul preț, raportul cost-calitate este foarte bun. De exemplu, avem un «Bordeaux» la 32 de lei și «Beaujolais Nouveau» la 42 de lei”, a conchis directorul „Delicateria”, adăugând că sunt destul de mulți clienți interesați de vin. Pe lângă vin, oamenii cumpără bomboanele de ciocolată, cafeaurile, cafelele, uleiurile bune, pastele fine etc.

Referitor la rezultatele grupului, cifra de afaceri ajunsese, în 2009, la circa 2,5 milioane de euro, de la aproximativ 3 milioane în 2007 și 2008. Pentru acest an, reprezentantul societății estimează scăderi de vânzări, în 2010 cifra de afaceri urmând să se cifreze la circa 1,8 milioane de euro: „2011 va fi un an dificil, dar poate lucrurile vor începe

să se miște din nou”. Cele mai multe comenzi și cele mai mari vânzări au loc în luna decembrie, un sfert din cifra de afaceri fiind realizată în ultima lună din an.

În ceea ce privește planurile pentru viitor, domnul Damour ne-a spus că nu își poate extinde afacerea și în alte orașe, din cauza costurilor mari cu transportul de la fabrica din Capitală și din cauza infrastructurii, care ar presupune mult timp pierdut: „Când vor fi autostrăzi, poate vom merge la Brașov. În București, în funcție de cum va merge piața, e posibilă deschiderea unui nou magazin, poate mai mic față de cele pe care le avem”. În strategia pentru anii următori, reprezentantul „Delicateria” și-a exprimat intenția să mai deschidă câteva magazine în zona centrală a Bucureștiului.

Adrien Damour intenționează să-și recapitalizeze firma, declarându-ne, în acest sens, că are nevoie de capital și că se află în căutarea unui partener pentru dezvoltarea afacerii: „În această perioadă este o problemă să găsim finanțare”. Domnia sa susține că nu are concurenți direcți: „Întrucât activăm pe mai multe segmente de piață, avem conexiuni cu diverse domenii. De exemplu, facem pâine, avem concurenți în acest sector, facem bomboane, avem concurenți în producția de bomboane, vindem vinuri, sunt și alte magazine în domeniu. Așadar, publicul nu ne asociază cu un anumit segment de piață”. ■