

FRATIA VINULUI

Cea mai mare acțiune de promovare a vinului românesc va începe în SUA



Foto simbol

Șase crame autohtone au în curs de demarare cea mai mare acțiune de promovare a vinului românesc din istorie, care se va desfășura în Statele Unite ale Americii (SUA), ne-a spus Elvira Cox, director de export în cadrul companiei "Recaș". Potrivit domniei sale, valoarea programului se ridică la 2,5 milioane de euro și este cofinanțat, în proporție de 80%, de Uniunea Europeană și de Guvernul României, restul de 20% din bani fiind asigurați de cele șase societăți românești producătoare de vin care participă la proiect. Obiectivul acestuia este, după cum ne-a declarat doamna Cox, informarea pe piața de profil din SUA cu privire la "producția noastră de vin, la tradiția și, în același timp, la inovația care există acum, în acest domeniu, în România". "Recaș" este una dintre cele șase crame care participă la acest program.

Alte acțiuni similare, realizate în mod privat în diverse țări, la care participă și "Recaș", în colaborare

cu alți producători de vin, au fost deja demarate în ultimii doi ani în Polonia, Germania, Danemarca, Estonia, Norvegia, Japonia etc. "Romanian Winegrowers" - una dintre acțiunile de promovare a vinului autohton - se desfășoară în Marea Britanie. Aceasta este finanțată 100% din capitalul privat al unui număr de șapte crame românești și se află în al treilea an de activitate, presupunând un birou de promovare în Anglia, un site și diverse activități de promovare, precum degustările, târgurile, vizitele ziarștilor etc. ne-a precizat Elvira Cox, adăugând: "Investițiile de promovare sunt înfime: participăm la Competițiile Internaționale de Vin, la care, în fiecare an, câștigăm medalii, mediatizăm acest lucru, participăm la Târgurile Internaționale de Vin sub-

venționate de Stat, dar mai participăm și pe cont propriu la astfel de manifestări, organizăm degustări împreună cu importatori, jurnaliști, somelieri și invităm la noi la crama jurnaliști din toată lumea. Nu am făcut oferte de preț agresive, nu am organizat tombole sau alte concursuri cu premii costisitoare. Suntem implicați activ în mai multe acțiuni de promovare generică a vinului românesc, cu scopul de a înlătura prejudecățile și lipsa de imagine existente în multe piețe de vin importante de pe tot glob".

Anul trecut, "Recaș" a exportat 850.000 de sticle de vin, în SUA, Canada, UK, Germania, Olanda, Belgia, Luxemburg, Danemarca, Estonia, Polonia, Suedia, Franța, Italia, Slovacia, Cehia, Rusia, Japonia și Australia. În prezent, societatea se află în discuții și cu alți importatori din Spania, Turcia, India și alte țări, intenționând ca, în acest an, să exporte cel puțin dublu față de anul trecut.

Compania "Recaș" a investit circa 25 de milioane de euro, în ultimii zece ani, anul trecut fiind investite șase milioane de euro în crama, în plantațiile de viță de vie, în utilaje pentru crama, precum și în proiecte de marketing.

În crama de la Recaș sunt produse vinuri seci, demiseci și demidulci, din soiurile roșii "Cabernet Sauvignon", "Merlot", "Pinot Noir", "Burgund", "Fetească Neagră", "Syrah" și din strugurii albi de soi "Pinot Grigio", "Fetească Regală", "Sauvignon Blanc", "Riesling", "Chardonnay", "Muscat Ottonel" și foarte puțin din "Traminer" și "Furmint".

Anul trecut, vânzările "Recaș" au fost mai mari cu 6% față de 2009, exporturile crescând cu 42%, în 2010 față de anul precedent.

EMILIA OLESCU

"Agricola Știrbey" intenționează să-și crească vânzările la export

Producătorul de vinuri „Agricola Știrbey” exportă, anual, circa 10-15% din totalul producției, după cum ne-a spus baronul Jakob Kripp, proprietarul viilor și cramei de la Știrbey. Domnia sa ne-a precizat că această proporție nu a crescut în ultimii ani și că, în perioada care urmează, intenționează să-și intensifice exporturile: „Exportul nostru nu a crescut în ultimii ani, stabilizându-se la 10-15% din livrări. Admit că ne bucurăm, într-un fel, de acest fapt, pentru că altfel am avea cantități insuficiente pentru piața internă. Totuși, intenționăm ca, în continuare, să mărim cota la export”. În acest scop, compania colaborează cu alți producători de vin de înaltă clasă, ne-a mai precizat domnul Kripp: „Numai împreună și cu forțele noastre financiare intrunite putem să cucerim piețe noi în străinătate, unde producători din alte țări investesc bugete de marketing de milioane de euro”.

Potrivit domniei sale, investițiile „Agricola Știrbey” din acest an vor fi concentrate pe activități de marketing în afara țării. „Sunt investiții adevărate, pentru că numai după activități constante de marketing și PR, derulate o perioadă de 3-5 ani, se vor vedea rezultate și vom putea începe cu amortizarea acestor investiții”, susține baronul Jakob Kripp, adăugând că, deja, săptămâna trecută, au avut loc primele livrări către doi clienți noi din Anglia: „Ne-au găsit prin activitățile noastre de marketing făcute în Marea Britanie împreună cu un grup de alți șase producători din România. Suntem conștienți că vor urma alte rezultate pozitive”. Domnul Kripp se arată încrezător și în ceea ce privește piața internă: „Situația generală a economiei private s-a stabilizat și se îndreaptă spre bine. Și cererile din partea distribuitorilor noștri și a clienților particulari sunt foarte stabile, mai ales datorită raportului preț-calitate, excelent la toate produsele noastre”.

Proprietarul „Agricola Știrbey” ne-a spus că, adesea, se întâmplă ca vinul din stoc să se epuizeze în această perioadă, îmbutelierea următoare are loc în lunile martie-aprilie, întrucât „capacitatea de producție nu poate fi mărită”. Producția anuală a producătorului de vin se ridică la aproximativ 100.000 de sticle. „Sperăm ca iubitorii vinului nostru să înțeleagă că un vin de ca-

litate nu poate fi produs «la comandă», ci numai în cantități limitate, o dată pe an și după trecerea prin toate etapele de producție”, a spus baronul Kripp. Anul trecut, „Agricola Știrbey” a lansat „Feteasca Neagră” din recolta anului 2008. „Am încercat să păstrăm și să evidențiem însușirile caracteristice acestui soi - finețea, eleganța, buchetul aromatic și gustul fructuos de struguri de Fetească Neagră - prin învechire în butoaie mai mari, care nu acoperă vinul cu prea multe tanine”, ne-a povestit reprezentantul companiei, subliniind că licoarea a primit note excelente în cadrul degustărilor profesionale. Referitor la anul viticol 2010, domnia sa ne-a spus că societatea s-a confruntat cu mai multe provocări, caracterizând condițiile meteo de anul trecut: „În ianuarie și februarie natura ne-a amenințat viile, mai ales pe cele tinere, cu un ger extrem, greu de suportat de plantele subțiri. Zăpada, însă, ne-a ferit de pagube. Ulterior, în prima parte a verii, ploile aproape zilnice, cu temperaturi ridicate, au creat climatul ideal pentru mană și făinare, astfel că a fost nevoie să intervenim mereu cu tratamente în vii. Aplicarea experienței și know-how-ului întregii echipe în alegerea momentelor și a substanțelor optime a fost crucială în această fază. Începând din 20 iulie ne-am putut bucura de soare și caldura, până când lipsa de precipitații a cauzat secetă și lipsă de hrană pentru struguri”.

„Agricola Știrbey” a început recolta strugurilor de vin în 26 august, cu soiul „Sauvignon Blanc”, „ceva mai devreme ca de obicei, dar în condiții climatice bune”, potrivit sursei citate: „Am reușit să culegem struguri foarte sănătoși, în cantități suficiente, dar cu un conținut redus de zahăr și mai ridicat de aciditate, ceea ce va da niște vi-

nuri clare, proaspete și nu prea grele”. Compania a terminat de cules în 15 noiembrie, cu ultima parcelă de „Cabernet Sauvignon”.

Având o cotă de piață redusă, vinurile produse pe domeniile „Știrbey” se regăsesc în segmentul „premium” și „super premium” și sunt distribuite către restaurante, hoteluri și magazine specializate de vinuri. Investiția cea mai importantă din 2010 a fost o linie de îmbuteliere, prin care poate fi ridicată calitatea acestui proces.

La începutul secolului al XX-lea, după distrugerea viilor prin filoxeră, prințul Barbu Știrbey era proprietarul celei mai mari pepiniere din țară, cu ponderea principală pe altoirea soiurilor autohtone, amenințate de răspândirea soiurilor internaționale din străinătate. Prințesa Maria Știrbey a moștenit, în 1946, de la tatăl ei, domeniile viticole din Drăgășani. După naționalizarea din 1949, acestea au fost preluate de IAS Drăgășani. În 2001, viile și crama au fost restituite moștenitorilor. Baroana Ileana Kripp, ca nepoată a prințesei Știrbey, a renovat viile și a redat crama cu tehnologie modernă. Astfel, domnia sa deține 30 ha de teren (din care 20 de ha, amplasate pe Dealul Oltului, la o înălțime de 260-340 de metri, sunt plantate cu vii), crama din anii 1920, renovată în 2003, casa de locuit și birouri. După 2001 au fost replantate opt hectare de vie, din care patru hectare cu „Cabernet Sauvignon”, „Novac” și „Negru de Drăgășani”, două hectare cu „Merlot” și două hectare cu „Sauvignon Blanc”. Restul suprafețelor sunt plantate cu soiurile autohtone „Cramposie Selecționată”, „Fetească Regală” și „Tămâioasă Românească”.

EMILIA OLESCU

În 2001, viile și crama au fost restituite moștenitorilor familiei princiere Știrbey.

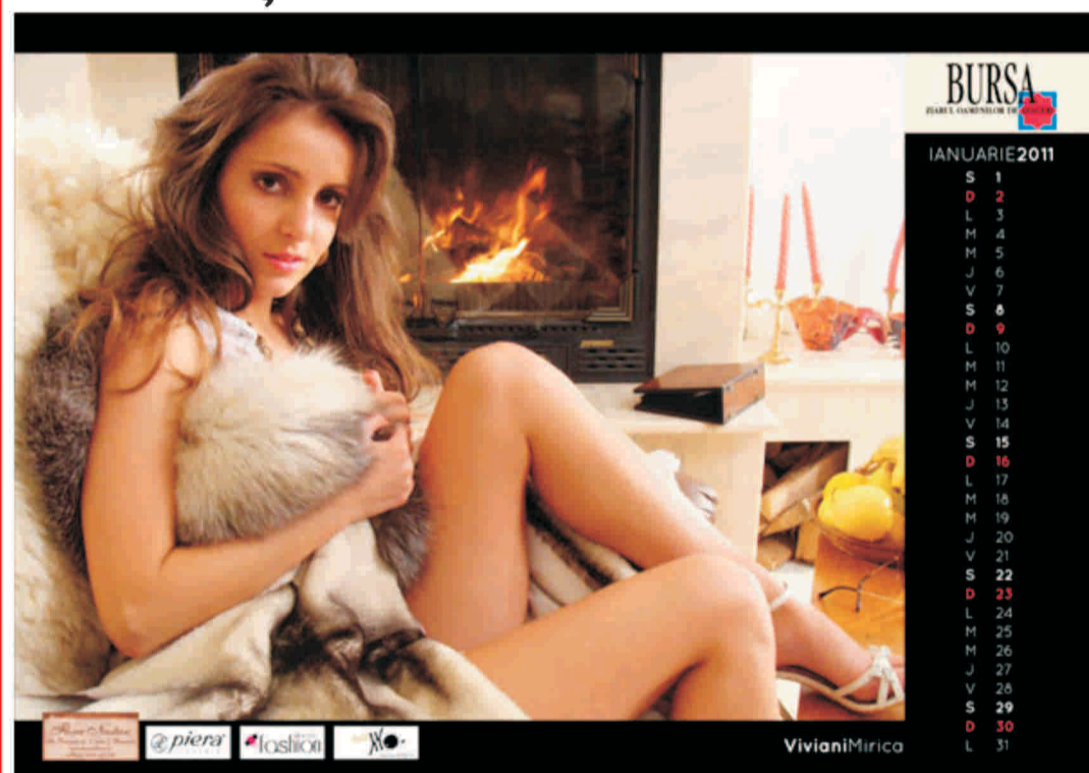


Citiți despre vinuri și pe www.bursa.ro



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

Comandați ACUM! Calendarul BURSA 2011



Preț 40 lei
CUPON DE COMANDĂ

Subsemnatul CNP

avînd funcția de în cadrul firmei

cod fiscal nr. de înmatriculare în Registrul Comerțului/anul

contul

Banca

Doresc să primesc comanda la adresa:

Localitate cod poștal sector județ

str.

nr. bl. sc. ap. tel. fax.

e-mail: www.

nr. de exemplare

Doresc să primesc factură fiscală

Plata s-a făcut cu O.P. nr. mandat poștal nr.

În contul S.C. Ring Press S.R.L. nr. RO33RNCB0080005645190001 deschis la BCR Sucursala Sala Palatului Cod Fiscal RO6812546

După completare, transmiteți comanda la redacția BURSA, prin poștă la adresa: Redacția BURSA, str. Popa Tatu nr. 71, cod 010804, sector 1, București - prin fax la nr. 021 312 45 56 sau e-mail: marketing@bursa.ro
Informații la telefon: 021 311 22 36, 021 311 22 37 - Departamentul Difuzare; sau la agentul dumneavoastră de abonamente.

Prin completarea acestui cupon de comandă numele și datele mele personale intră în baza de date a Grupului de Presă BURSA.