

FRATIA VINULUI

Crama "Săhăteni" s-a născut și se dezvoltă din fonduri europene

Crama de la Săhăteni - o afacere de familie - așa cum au descris-o reprezentanții acesteia, a fost construită cu bani din fonduri Sapard. "În 2006, am început să dezvolt, împreună cu vărul meu, un proiect din fonduri europene în valoare de 1,2 milioane euro, 50% din acești bani fiind nerambursabili. Desigur, investiția a fost mai mare - peste 1,5 milioane de euro. Acum avem 70 de hectare de vie, din care 36 de hectare au fost replantate, în totalitate din surse europene și urmează să intre pe rod în acest an. Vom replanta și restul viei, în principiu cu aceleași tipuri de soiuri", ne-a povestit Aurelia Vișinescu, managerul societății și tehnologul vinurilor de la "Săhăteni", adăugând: "Întâi am ales punctul geografic, după calitate, apoi am cumpărat sediul, care a fost o fermă viticolă de stat și după aceea am achiziționat viile de la particulari. Este o afacere foarte grea. Am investit o grămadă de bani și nu suntem nici de departe acolo unde ar trebui să fim. După aproape șase ani, încep să apară rezultatele. Feed-back-ul este foarte bun, dar este o muncă de-o viață".

"Shiraz" - un soi rar - la "Săhăteni"

Soiurile de struguri roșii plantate de companie sunt "Fetească Neagră", "Merlot", "Cabernet Sauvignon", "Pinot Noir" și "Shiraz" - un soi mai puțin cultivat în țara noastră. Ca soiuri albe de struguri, în viile de la "Săhăteni" regăsim "Fetească Albă", "Fetească Regală", "Tămăioasă Românească", "Sauvignon Blanc", "Chardonnais" și "Pinot Gris". "Am încercat să punem mare accent pe so-

ciurile autohtone. Avem o gamă dedicată - «Artizan» - care este produsă doar din soiuri românești sau cupajate cu soiuri internaționale. În același timp, nu uităm de export și de trendul mondial. «Pinot Gris» și «Pinot Noir» sunt foarte la modă, în alte țări", ne-a spus doamna Vișinescu.

În Crama "Săhăteni" sunt produse atât vinuri albe, cât și vinuri roșii și rose, de la seci până la dulci, primul an în care acestea au fost comercializate fiind 2008. Societatea a creat trei branduri - "Domeniile Săhăteni" - destinat în special retailului, "Aurelia Vișinescu" și "Divin". "Aurelia Vișinescu" are trei linii - "Nomad", "Artizan" și "Anima", ultimele două fiind destinate exclusiv pentru HoReCa, "dar nu ne vom limita la acestea. Am vrut să creăm un brand umbrelă, sub care să putem produce mai multe tipuri de vin", potrivit tehnologului de la Săhăteni. Gama "Divin" are vinurile "Divin și "Divin Reserva", ultima linie fiind pentru "HoReCa". "Aurelia Vișinescu" este brandul pe care vrem să-l promovăm cel mai mult, pe lângă «Domeniile Săhăteni», care va fi promovat pe piața internă", ne-a mai spus femeia de afaceri.

45% din cifra de afaceri provine din export

Din totalul vânzărilor de circa 250.000 de sticle, compania a exportat, anul trecut, aproximativ 45%, țările de export fiind Thailanda, Coreea, China, Japonia, Canada, Lituania, Polonia, Belgia, Germania. Managerul societății estimează o cifră de afaceri pentru 2010 de circa 700.000 de euro, cu o creștere semnificativă față de 2009, de aproape 100%. Capacita-



„Este o afacere foarte grea. Am investit o grămadă de bani și nu suntem nici de departe acolo unde ar trebui să fim. După aproape șase ani, încep să apară rezultatele. Feed-back-ul este foarte bun, dar este o muncă de-o viață”, ne-a povestit Aurelia Vișinescu.

tea de producție este de un milion de sticle. Ținta pe care societatea și-a propus-o, în următorii trei ani, este să comercializeze anual 500.000 de sticle, ne-a declarat Aurelia Vișinescu, adăugând că "anul trecut a fost un dezastru pentru zona noastră, atât din punct de vedere calitativ, cât și în ceea ce privește cantitatea. Am avut hectare întregi cu pierdere totală". Vinurile produse în crama "Săhăteni" costă între 12,5 și 150 de lei.

Agroturism la "Săhăteni"

Societatea "Săhăteni" derulează un proiect FEADR, prin care va investi în dezvoltarea cramei. "Suntem în faza a doua de construcție a cramei. Mai avem să facem o hală nouă de stocaj. Vom mai achiziționa cisterne noi, de mică capacitate pentru vinurile de top, baricuri și o presă nouă", ne-a explicat doamna Vișinescu, menționând

că valoarea întregului proiect, care trebuie finalizat până în iunie 2012, este de 1,2 milioane euro, fără TVA.

Domnia sa intenționează să dezvolte și o zonă de agroturism: "Este următorul proiect. Nu știu exact când îl vom demara, probabil la anul, dar vom pune crama în circuitul turistic, cu maximă prioritate. Intenționăm să facem această afacere cu fonduri europene, sperăm la o pensiuie de circa 20 de camere. Trebuie să facem și utilitățile și infrastructura. Ne-am gândit că dacă pensiunea va costa 200.000 de euro, utilitățile vor mai costa încă 150.000-200.000 de euro.

Începem să ne apropiem de trendul internațional

Concurența în domeniu a început să fie foarte mare, potrivit Aureliei Vișinescu, care ne-a declarat: "În ultimii ani au apărut foarte multe crame, majoritatea ținând vinurile de bună calitate. Acest lucru este consecința atragerii de fonduri europene. S-au făcut investiții, acum au ieșit și vinurile pe piață, concurența este

foarte mare".

Deși începem să ne aliniem și noi trendului internațional, tendințele nu sunt chiar aceleași ca pe piața externă, în opinia tehnologului de la Săhăteni: "Tendința la noi este dată de lipsa de cultură, bani și educație. Dacă în afară sunt consumate mai mult vinurile seci, roșii, cât mai puțin bariete, noi bem mai mult vin alb, întrucât consumăm foarte mult spritz. Ne-am mutat puțin de la vinul dulce la cel demidulce și la demisec. În alte țări se bea «Pinot Noir» și «Pinot Gris», care la noi nu se consumă deloc, noi preferăm vinurile aromate, cum ar fi «Tămăioasă» ori «Muscat». Din păcate, legislația noastră nu a fost în totalitate armonizată cu cea din Uniune. Noi judecăm dacă vinul este sec sau demisec mai mult după cantitatea de zahăr rezidual, pe când în afară există și posibilitatea să judeci vinul după aciditate. În consecință, un vin care la noi este demisec, în afară este foarte bine sec. Astfel, cumva ne apropiem și noi de trendul internațional".

EMILIA OLESCU

Aurelia Vișinescu - o femeie într-o lume a bărbaților

"Am făcut facultatea de horticultură, specialitatea vie și vinificație. Iubesc foarte mult florile, sunt îndrăgostită de cactuși. Intenționez chiar să-mi fac și o mică seră. Așa am ajuns la această facultate - îmi doream să mă ocup de flori - și încă de atunci m-am gândit la meseria pe care o practic. Mi s-a părut interesantă știința din spatele meseriei și, apoi, o dată ce începi să cunoști vinul, nu te mai poți despărți de el. Am avut noroc și am lucrat de la început în domeniu, adică din 1993. Am început la «Vineport» - o firmă care, la vremea respectivă, făcea comeț exterior și chiar producție. A fost o șansă mare atunci, mai ales că accesul în domeniu era destul de greu,

oi, cu atât mai mult pentru o femeie. Aceasta a fost piatra de temelie. Am lucrat în multe zone din țară, am călătorit și am făcut traininguri în străinătate. La «Vineport» am stat din 1993 până în 1998, după care am lucrat la «Halewood», din 1998 până la sfârșitul lui 2005. În 2006 am început propria afacere, demarând construcția cramei de la Săhăteni.

Poate că am fost prima femeie la noi care s-a implicat în domeniul vitivinicol. Acum, însă, nu sunt singura femeie în această lume. Există degustătoare care au abilități foarte bune. Chiar și în vinfacție mai am câteva colege. Sigur că încă domină bărbații, deși degustarea în sine și arta cupajelor ține foarte mult de paleta senzorială și se știe că femeile sunt mai sensibile, mai perseverente și mai atente la detalii. Or, aici, când tinzi către perfecțiune, sunt foarte importante aceste lucruri. Înainte să te implicii, trebuie să vezi potențialul, este vorba de pricepere, de multă pasiune, răbdare, studiu. Acum, pentru ceea ce fac, am reușit să-mi formez o echipă. În 2006, când am făcut prima recoltă, eu eram singurul angajat și am lucrat cu familia. De opt luni am o nouă pasiune, probabil cea mai mare - fetița mea".



ROBERTO DI FILIPPO - PRODUCĂTOR ITALIAN DE VIN ECOLOGIC:

Vinul bio nu este mai scump decât cel normal

Vinul produs în condiții ecologice nu trebuie să aibă un preț mai mare decât vinul normal, ne-a spus Roberto Di Filippo, producător italian de vinuri bio: "Un vin bio nu este mai scump decât un vin normal. Au fost niște speculații pe marginea vinului ecologic. Era cota la un preț dublu sau triplu, însă vinul bio poate avea același preț ca un vin normal, nu presupune costuri mai mari de producție".

Domnia sa deține 30 de hectare de vie în regiunea Umbria, din Italia și produce anual 180.000 de litri de vin bio, fiind printre primii producători din zonă care au început să producă acest tip de vin.

"Pentru producerea unui vin bio nu trebuie folosit nimic sintetic, nicio substanță chimică. Aceasta este regula fundamentală - toate substanțele trebuie să fie naturale. Noi am început în 1994, pe ideea de agricultură tradițională, în vechia manieră. Astăzi s-a schimbat situația, UE cere să producem respectând ambientul, să producem alimente și vinuri bune care nu fac rău sănătății. Agricultură biologică îndeplinește acest lucru, dar nu prin agricultura tradițională, ci printr-o agricultură modernă", ne-a explicat domnul Di Filippo. Domnia sa ne-a menționat, de asemenea, că, în ultimul timp, cererea clienților se axează mai mult pe produse naturale, "cu identitate". Roberto Di Filippo consideră că "terenul nu trebuie să fie alimentat cu ceva anume pentru a produce mai mult, el trebuie să producă atât cât poate. Este o prostie să forțezi terenul să producă mai mult". Pentru fertilizarea pământului, producătorul din Italia utilizează produse organice, cum ar fi algele de mare, îngrășăminte naturale de la animale sau produse

folosite în industria alimentară. Un alt sistem în acest sens este "cultivarea anumitor plante la jumătatea viei, care ajută ca producția să fie mai bună".

Vin bio în Delta Dunării

Roberto Di Filippo produce vinuri bio și în



Roberto Di Filippo și familia sa, în via din Italia.

Delta Dunării. "Proiectul de la noi a fost demarat acum doi ani, când am început să explorăm zona. Am vizitat mai multe locații și ne-am oprit la Deltă, pentru regiunea terasată și pentru balta extrem de frumoasă", ne-a spus domnia sa. Situată în podgoria Sarica Niculițel, din Somora, via este veche, fiind reconstruită. Prima producție de vin bio, de 30.000 de litri, a fost scoasă în 2010. "A fost o producție mică, întrucât via fusese retă-

iată, iar noi am dorit să avem calitate mare, în detrimentul cantității. Tot ceea ce facem este ecologic", a precizat Roberto Di Filippo. În prezent, vinul se află în butoi, la învechire. Acesta va fi vândut mai mult la export, urmând să fie distribuit la clienții pe care societatea "Di Filippo" îi are. "Distribuția este deja stabilită - în Germania, Franța, în Nordul Europei, în general, dar și în Elveția, SUA, Japonia, unde produsele bio sunt foarte apreciate. Vom avea și niște distribuitori în România", ne-a specificat producătorul de vinuri bio din Deltă, care consideră că, în timp, această licoare va avea un succes garantat.

Capacitatea de producție este de 200.000 de sticle, dar aceasta urmează să fie mărită. Vinul va fi comercializat atât vrac, cât și îmbuteliat și va porni de la 6-7 euro sticla.

Valoarea investiției din Deltă începe de la 200.000 de euro și va crește în continuare, după cum ne-a precizat proprietarul afacerii: "De tehnologie și de bani au nevoie cei care nu știu să facă vin, cei care știu să facă vin nu au nevoie de o tehnologie avansată și de mulți bani. Dacă știți să faceți această muncă, nu trebuie investiții foarte mari, conținez foarte mult experiență".

Roberto Di Filippo s-a născut într-o familie de producători de vin, a copilărit în crama tatălui său și a învățat tot ce se poate învăța despre această industrie, după cum ne-a povestit italianul, adăugând că un vin bun nu se face într-o generație, ci de la o generație în sus.

EMILIA OLESCU

"Restograf" - manifest împotriva restaurantelor bucureștene de proastă calitate

Proiectul "Restograf" a fost lansat ieri, în București, și urmărește educarea consumatorilor și îmbunătățirea serviciilor culinare oferite de unele restaurante din Capitală.

Potrivit lui George Butunoiu, una dintre cele opt persoane care au elaborat acest program și fondatorul restaurantului "Heritage" din București, "«Restograf.ro» este unul dintre instrumentele de lucru ale unui grup de reflecție și atitudine alcătuit din consumatori avizați, interesați de gastronomie nu doar ca act individual, hedonist, ci sub toate dimensiunile sale: socială, (inter)culturală, științifică, și, dacă se va ivi prilejul, chiar și politică. Apărăm interesele consumatorului obișnuit de act gastro-nomic în relația sa cu ceilalți actori ai acestei interacțiuni sociale fundamentale - producătorii, prestatorii și organizațiile lor profesionale".

Domnia sa este de părere că, în România, "moștenirea și potențialul socio-cultural ale actului gastro-nomic sunt puțin folosite, calitatea produselor și cea a serviciilor sunt prea des proaste, relațiile dintre principalii actori (furnizori - prestatori - consumatori) sunt degradate și tensionate, generațiile tinere și-au format reprezentări și comportamente greu reconciliabile cu sistemul axiologic la care încă ne raportăm. Proiectul «Restograf» este manifestarea atitudinii noastre față de această stare de lucruri și o contribuție la îmbunătățirea ei cu mijloacele pe care le avem la îndemână".

Pentru început, "armele" acestui grup de persoane care protestează împotriva preparatelor culinare de slabă calitate din unele restaurante bucureștene sunt "critica acidă și laudele reținute de pe site", unde sunt postate descrieri ale localurilor, topuri, articole, știri, comentarii, dezbateri.

În opinia lui George Butunoiu, "cele mai proaste restaurante din Capitală sunt cele cu bucătărie «tradițională românească». Patronii de restaurante și bucătarii s-au învățat să ne dea mai mult semipreparate sau chiar feluri luate de-a gata direct de pe rafturile pentru săraci ale supermarketurilor, iar bucureștenii s-au obișnuit să creadă că asta e normalitatea. Toți străinii care mănâncă în București pleacă cu impresia că aceasta este bucătăria românească".

Obiectivele generale ale proiectului "Restograf" sunt definirea, popularizarea și încurajarea bunelor practici legate de produsul gastro-nomic, promovarea transparenței în actul gastro-nomic public, încurajarea inițiativelor culturale, educaționale, științifice și politice, precum și inițierea și medierea dialogului social prin acțiuni specifice legate de gastronomie. (E.O.)

VINURI BIO