



## ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΞΕΝΕΙΟ ΝΕΑΣ ΥΟΡΚΗΣ

Γραφείο

Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων

### Εκδήλωση προβολής ελληνικού οίνου Ε.Δ.Ο.Α.Ο. “Wines of Greece” (Νέα Υόρκη, 15.5.2018)

Πραγματοποιήθηκε στις 15.5.2018, από την Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Αμπέλου και Οίνου (Ε.Δ.Ο.Α.Ο.), στο ξενοδοχείο “Stewart” της Νέας Υόρκης, η καθιερωμένη πλέον ετήσια εκδήλωση προβολής – προώθησης ελληνικού οίνου, με τίτλο “Wines of Greece”.

Η φετινή εκδήλωση επικεντρώθηκε στην προσέλκυση ενδιαφέροντος ειδικών από τον κλάδο του οίνου, ήτοι –κυρίως– δημοσιογράφων, wine-bloggers, εισαγωγέων, διανομέων, ιδιοκτητών σημείων λιανικής πώλησης οίνων και οινοπνευματωδών κ.ά. και κρίνεται, όπως και οι αντίστοιχες του παρελθόντος, ως ιδιαίτερος επιτυχής.

Πιο συγκεκριμένα, η εκδήλωση ήταν χωρισμένη σε δύο μέρη, στο δεύτερο εκ των οποίων παρέστη και ο Γενικός Πρόξενος της Ελλάδας στη Ν. Υόρκη, κ. Κωνσταντίνος Κούτρας:

Το πρώτο μέρος διήρκησε από τις 10:30 π.μ. έως τις 11:45 π.μ. και αφορούσε στη διοργάνωση στοχευμένου “Workshop”, με συμμετέχοντες ειδικούς από τον κλάδο του οίνου, κατά τη διάρκεια του οποίου παρουσιάστηκαν από την κ. Σ. Πέρπερα και συνεργάτη-οιολόγο, γηγενείς ελληνικές ποικιλίες οίνου. Η επιτυχία του “Workshop” συνάγεται από το γεγονός ότι συμμετείχε ο εντυπωσιακός αριθμός των 55 ειδικών, κατά κύριο λόγο δημοσιογράφων του ειδικού τύπου. Η παρουσίαση περιελάμβανε περιγραφή και παρουσίαση, υπό τη μορφή προβολής slides, συγκεκριμένων ετικετών, των ιδιαίτερων γευστικών χαρακτηριστικών τους και προσφοράς τους προς γευστική δοκιμή στους συμμετέχοντες. Εντυπωσιακό είναι ότι πέραν των γνωστών ελληνικών ποικιλιών, οι οποίες παγίως πλέον παρουσιάζονται και προωθούνται τα τελευταία έτη (π.χ. Ασύρτικο, Μοσχοφίλερο, Μαλαγουζιά, Αγιωργίτικο), εφέτος παρουσιάστηκαν και προωθήθηκαν, εν είδει «επανεφεύρεσής» τους και ετικέτες ρετσίνας, ως μέρος μιας νέας, ιδιαίτερος ενδιαφέρουσας, φιλόδοξης και ελπιδοφόρας προσπάθειας προώθησης και προβολής αυτής της αμιγώς ελληνικής και μοναδικής ως προς τον τρόπο παρασκευής της ελληνικής ποικιλίας οίνου, η οποία, με τις σύγχρονες, υψηλής ποιότητας μεθόδους παραγωγής της, δύναται να αποσπάσει αξιόλογο μερίδιο αγοράς. Εκτίμηση του Γραφείου μας είναι ότι λόγω της ιδιαίτερης μεθόδου παρασκευής της ρετσίνας (συγκεκριμένη διαδικασία, ποσότητα και χρόνος ενστάλαξης ρητίνης πεύκης), ως αποτέλεσμα μακραιώνης παρασκευής της στη χώρα μας, είναι (σχεδόν) αδύνατο να τύχει αντιγραφής της από άλλες οινοπαραγωγές χώρες, όπως αρχίζει επί παραδείγματι να συμβαίνει με το ασύρτικο, λόγω της επιτυχίας και διάδοσης αυτό παρουσιάζει τα τελευταία έτη. Πιο συγκεκριμένα, αξιοσημείωτο είναι, όπως επισημάνθηκε κατά τη διάρκεια του “Workshop”, ότι ασύρτικο έχουν αρχίσει πλέον να παρασκευάζουν και έτερες χώρες, όπως η Αυστραλία και η Νότιος Αφρική.

Το δεύτερο μέρος της εκδήλωσης αφορούσε στη γευστική δοκιμή των οίνων που συμμετέχουν στο πρόγραμμα (“Grand Tasting”) και διήρκησε από 12:30 μ.μ. – 4:00 μ.μ., κατά κύριο λόγο γηγενών ποικιλιών ή μικτών με ξένες.

Στην εκδήλωση συμμετείχαν 38 ελληνικά οινοποιεία, 29 εκ των οποίων έχουν ήδη επιτύχει διανομή των προϊόντων τους στην αγορά των ΗΠΑ, ενώ τα υπόλοιπα 9 βρίσκονται σε διαδικασία αναζήτησης εισαγωγέα. Κάθε οινοποιείο συμμετείχε με 3 ετικέτες, με το σύνολο των ερυθρών, λευκών, ροζέ και επιδορπιακών οίνων που διατέθηκαν προς δοκιμή να προέρχονται από το σύνολο των οινοπαραγωγικών περιοχών της χώρας μας.

Από μέρους μας επαναλαμβάνουμε την από το παρελθόν έτος εκπεφρασμένη θέση του Γραφείου μας, ότι η εν λόγω εκδήλωση αποτελεί υπόδειγμα για τη μέθοδο και τη συνέπεια με την οποία η χώρα μας θα πρέπει να επιδιώξει την προβολή – προώθηση όχι μόνο του οίνου, αλλά και πολλών άλλων ποιοτικών ελληνικών προϊόντων, δεδομένου ότι συνδυάζει μοναδικά τρία καθοριστικά για την επιτυχία των δράσεων στοιχεία, ήτοι:

α) συστηματική διοργάνωσή της κάθε έτος, επί σειρά ετών, πλαισιωόμενη παράλληλα κατά τη διάρκεια του έτους από άλλα, μικρότερης μεν κλίμακας, αλλά εξίσου σημαντικά events (π.χ. “volcanic wines”, “wines of Crete”, “wines of Santorini”), τα οποία εξασφαλίζουν και διατηρούν μία δυναμική για τα ελληνικά κρασιά, στοιχείο απαραίτητο για την «επιμόρφωση» καταναλωτών και επαγγελματιών και εμπέδωση της τάσης διείσδυσής τους στην ευρείας κλίμακας (“mainstream”) αμερικανική αγορά.

β) συνεργασία με εγνωσμένου κύρους αμερικανική (και όχι ελληνική) εταιρεία δημοσίων σχέσεων (“Collangelo & Partners”), εξειδικευμένη και έμπειρη στην προβολή-προώθηση οίνων.

γ) στόχευση αποκλειστικά στο αμερικανικό κοινό, τόσο σε επίπεδο επαγγελματιών, όσο και σε επίπεδο καταναλωτών, το οποίο θα πρέπει κατ’ απόλυτη προτεραιότητα να αποτελέσει το κοινό στόχευσης των ελληνικών προϊόντων, εκφεύγοντας από τα περιοριστικά όρια της “ethnic” ελληνοαμερικανικής κοινότητας.