



**ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΞΕΝΕΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΟ ΝΤΥΣΣΕΛΝΤΟΡΦ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ**

Ντύσσελντορφ, 06 Νοεμβρίου 2007

**4^η Έκθεση Οίνων Wein Düsseldorf 2007
(Ντύσσελντορφ, 03-04 Νοεμβρίου 2007)**

Περιγραφή της έκθεσης

Η Έκθεση Οίνων Wein Düsseldorf 2007 αποτελεί το ένα από τα πέντε σκέλη μιας έκθεσης που διοργανώνεται σε πέντε πόλεις της Γερμανίας (Ντύσσελντορφ, Ντόρτμουντ, Άαχεν, Μόναχο, Κολωνία) και απευθύνεται στον τελικό καταναλωτή. Η έκθεση Wein Düsseldorf 2007 διοργανώθηκε στον κεντρικότερο δρόμο του Ντύσσελντορφ (Königsallee), στο Grand Ballroom του ξενοδοχείου InterContinental.

Οι συμμετέχοντες στην έκθεση ανήλθαν φέτος σε **121** και ήταν στην πλειοψηφία τους Γερμανοί οινοπαραγωγοί. Συμμετείχαν ωστόσο ως εκθέτες και καταστήματα εισαγωγής και εμπορίας οίνων, τα οποία παρουσίασαν προϊόντα από τις ακόλουθες χώρες: Γαλλία, Ιταλία, Ισπανία, Πορτογαλία, Αυστρία, Νότια Αφρική, Χιλή, Ουρουγουάη, Αργεντινή, ΗΠΑ, Νέα Ζηλανδία και Αυστραλία. Πολλοί από τους εκθέτες αυτούς προτίμησαν να αφιερώσουν το σύνολο του διαθέσιμου χώρου τους στην παρουσίαση μίας και μόνο χώρας, με αποτέλεσμα να προκύπτουν «εθνικές» συμμετοχές στην έκθεση.

Καθαυτό εθνική συμμετοχή ήταν αυτή της Γαλλίας: παρούσα ήταν η **Sopexa**, με το μεγαλύτερο περίπτερο της Έκθεσης, στο οποίο διένειμε χάρτες και ενημερωτικά φυλλάδια για τις οινοπαραγωγικές περιοχές της Γαλλίας, διοργάνωσε δύο ωριαία σεμινάρια οινογνωσίας κάθε ημέρα της έκθεσης, και πραγματοποίησε κλήρωση με δώρα ένα ταξίδι οινογνωσίας στην Αλσατία (για τον πρώτο τυχερό), και κιβώτια γαλλικών κρασιών για άλλους 24 τυχερούς.

Της έκθεσης είχε προηγηθεί ο διαγωνισμός **Wein Grand Prix**: όλα τα κρασιά που παρουσιάζονται στην έκθεση συμμετείχαν σε διαγωνισμό, που πραγματοποιήθηκε στις 2 Οκτωβρίου 2007 στο Ντύσσελντορφ, κατά τον οποίο αξιολογήθηκαν από ειδικούς (εκπροσώπους γαστρονομίας, ξενοδοχείων και παραγωγούς), και τα καλύτερα από αυτά βραβεύτηκαν με τους χαρακτηρισμούς μεγάλο χρυσό, χρυσό, αργυρό, ή συνιστώμενο. Έτσι, η φάση του διαγωνισμού λειτουργεί ως προετοιμασία για την έκθεση: οι οίνοι που βραβεύθηκαν κατά το διαγωνισμό παρουσιάζονται στην έκθεση με το αντίστοιχο βραβείο.

Οι επισκέπτες της έκθεσης ανήλθαν σε **6000** (όπως και στην αντίστοιχη περσινή εκδήλωση), και το αντίτιμο εισόδου σε αυτήν ήταν 12 € (στο ταμείο) ή 9 € (με παραγγελία εκ των προτέρων).

Διαπιστώσεις

- Η συμμετοχή σε εκθέσεις όπως η Wein Düsseldorf και η διοργάνωση εκδηλώσεων προβολής του ελληνικού οίνου (πχ. ΟΙΝΟΣ 2007) αποτελούν απαραίτητα μέτρα για την βελτίωση της θέσης των ελληνικών οίνων στη γερμανική αγορά: η Ελλάδα καταλαμβάνει με ποσοστό 0,6% της αγοράς, μόλις τη **12^η θέση** (σύμφωνα με τα στοιχεία του κλαδικού περιοδικού Wein + Markt), υστερώντας έτσι όχι μόνο σε σύγκριση με τις καθιερωμένες δυνάμεις στο χώρο του κρασιού (Γαλλία, Ισπανία και Ιταλία), αλλά επιπλέον και χωρών όπως η Νότια Αφρική, η Χιλή, η ΠΓΔΜ και η Ουγγαρία.
- Η γερμανική αγορά οίνου διευρύνεται με αργούς ρυθμούς (1,1% αύξηση στην πωληθείσα ποσότητα στο α' εξάμηνο του 2007 σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2006), όμως οι ελληνικές εξαγωγές προς τη Γερμανία μειώνονται με ταχύ ρυθμό (-13,9% στο α' εξάμηνο του 2007 σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2006).
- Η **πτώση** των ελληνικών εξαγωγών οίνου είναι συνεχής τα τελευταία τρία χρόνια, παρά το γεγονός ότι υπήρξαν γεγονότα (π.χ Ολυμπιακοί αγώνες), τα οποία θα μπορούσαν να είχαν αξιοποιηθεί για την προβολή των ελληνικών κρασιών.
- Σημαντική αύξηση κατά 9,4% παρουσίασαν οι πωλήσεις των **ροζέ κρασιών** (α' εξάμηνο 2007 ως προς α' εξαμ. 2006), ενώ οι πωλήσεις του κόκκινου κρασιού μειώθηκαν κατά 0,7 % και του λευκού κρασιού αυξήθηκαν κατά 1,9%.
- Η θέση των **discounter** ενισχύεται (αύξηση πωλήσεων 6,4% σε ποσότητα, 4% σε αξία το α' εξ. 2007 ως προς α' εξ. 2006), ενώ η θέση των εξειδικευμένων καταστημάτων πλήττεται (μείωση πωλήσεων 2,7% σε ποσότητα, 1,8% σε αξία). Έτσι, ενώ σε όρους ποσοτήτων τα discounter καταστήματα κατέχουν το 49% της αγοράς, σε όρους αξίας κατέχουν μόλις το 42% της αγοράς. Τα αντίστοιχα νούμερα για τα εξειδικευμένα καταστήματα διαμορφώνονται σε 7% και 9% αντίστοιχα.
- Κοινή διαπίστωση των Ελλήνων παραγωγών είναι ότι το ελληνικό κρασί χρειάζεται τη **στήριξη των Ελληνικών εστιατορίων** της Γερμανίας.
- Η **διοργάνωση σεμιναρίων οινογνωσίας** με sommelier που χαίρουν μεγάλης εκτίμησης στη Γερμανία αποτελεί πρόσφορο τρόπο για την προώθηση των ελληνικών κρασιών. Το κοινό που προσέρχεται σε αυτά μπορεί με άμεσο, ζωντανό και ευχάριστο τρόπο και σε σύντομο χρονικό διάστημα να αποκομίσει ουσιώδεις γνώσεις για τις ποικιλίες των ελληνικών αμπελιών (αυτόχθονων και μη), για τις προόδους που έχουν σημειώσει οι Έλληνες παραγωγοί τα τελευταία είκοσι χρόνια, και για τις δυνατότητες συνδυασμού οίνων-εδεσμάτων. Τα σεμινάρια αποτελούν επίσης ένα χώρο κατάλληλο για τη διατύπωση κρίσεων και προτάσεων για το ελληνικό κρασί, όπως για παράδειγμα ότι η δημιουργία κρασιών από μία αυτόχθονη και μία διεθνή ποικιλία είναι μια μέθοδος για την ευκολότερη εξοικείωση των ξένων καταναλωτών με το ελληνικό κρασί.