

ΘΕΜΑ: **News Wines of Greece: Φέρνοντας το ελληνικό κρασί σε μια νέα εποχή.**

**ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: ΜΑΡΚΟΣ ΚΑΦΟΥΡΟΣ – ΓΕΩΠΟΝΟΣ ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΔΟΑΟ**

Αξιότιμε κύριε Υπουργέ Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, κύριε Περιφερειάρχη, κύριε Δήμαρχε κυρίες και κύριοι.

Θα ήθελα ιδιαίτερα να ευχαριστήσω για την παρουσία τους εδώ στο Συνέδριό μας, τόσο τον Υπουργό Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων κύριο Τσαυτάρη, όσο και την κυρία Σταυρούλα Κουράκου και να τους καλωσορίσω στο νησί μας στη Σαντορίνη.

Η Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Αμπέλου και Οίνου (ΕΔΟΑΟ) αναγνωρίστηκε το 2001 με απόφαση του Υπουργείου Γεωργίας και είναι η πρώτη Διεπαγγελματική Οργάνωση στην Ελλάδα σύμφωνα με τον Νόμο 2732/1999.

Συγκροτήθηκε από την Κεντρική Συνεταιριστική Ένωση Αμπελοοινικών Προϊόντων (Κ.Ε.Ο.Σ.Ο.Ε.) την Τριτοβάθμια Συνεταιριστική Οργάνωση του αμπελοοινικού τομέα και από τον Σύνδεσμο Ελληνικού Οίνου (Σ.Ε.Ο.), αντιπροσωπεύοντας κατ' αυτόν τον τρόπο ολόκληρο τον αμπελοοινικό κλάδο της Ελλάδος.

Η Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Αμπέλου και Οίνου στοχεύοντας συστηματικά στην διατήρηση αλλά και την περαιτέρω ανάπτυξη των αγορών στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, διεπίστωσε την ανάγκαιότητα για την ανάπτυξη μιας Στρατηγικής Μάρκετινγκ και ενός Συστήματος Ταυτότητας του Ελληνικού Κρασιού στην Ελληνική αλλά και στην παγκόσμια αγορά.

Στα πλαίσια αυτά από το 2008 η ΕΔΟΑΟ ανέθεσε την εκπόνηση ενός στρατηγικού σχεδίου μάρκετινγκ για το ελληνικό κρασί, έργο που συγχρηματοδοτήθηκε από το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, το Υπουργείο Ανάπτυξης και την ΕΔΟΑΟ και το οποίο παραδόθηκε το 2010. Έτσι λοιπόν ο αμπελοοινικός κλάδος είναι ο πρώτος και μάλλον ο μοναδικός κλάδος που διαθέτει ένα ολοκληρωμένο και σύγχρονο στρατηγικό σχέδιο ανάπτυξης στην χώρα μας.

Σύμφωνα με τον στρατηγικό σχεδιασμό:

- Η αποστολή του έργου στην Ελλάδα είναι η **αναβάθμιση της οινικής εμπειρίας** και στοχεύει στην αύξηση των πωλήσεων του ελληνικού τυποποιημένου κρασιού, έναντι του ανώνυμου, μη τυποποιημένου και μη ελεγχόμενης ποιότητας κρασιού.
- Ενώ αποστολή του έργου στο εξωτερικό είναι να δημιουργήσει μια **Εικόνα Αξιοπιστίας** για το Ελληνικό κρασί, στοχεύοντας σε αύξηση της τιμής πώλησης των ελληνικών εμφιαλωμένων κρασιών.

Για την Ελληνική αγορά, το Ελληνικό κρασί αποκτά την ταυτότητα **Επώνυμο Ελληνικό κρασί**.

Για τις διεθνείς αγορές, η ταυτότητα που υιοθετείται για το ελληνικό κρασί είναι **News Wines of Greece**.

Σύμφωνα με τον Στρατηγικό σχεδιασμό η επιλογή των κρασιών (ετικετών) που πρεσβεύουν και θα εκπροσωπήσουν το ελληνικό κρασί στις διεθνείς αγορές γίνεται μέσα από αδιάβλητες διαδικασίες και τα υποψήφια κρασιά υποβάλλονται σε σειρά αξιολογήσεων από πάνελ Ελλήνων ειδικών.

- Η εθνική διαδικασία για την επιλογή των κρασιών πρεσβευτών ολοκληρώθηκε το 2012 και επικαιροποιήθηκε για το 2013 με νέες υποψηφιότητες και νέες εσοδείες.
- Ορίστηκαν 10 υποοντότητες στις οποίες κατηγοριοποιήθηκαν τα κρασιά της Ελλάδος.
- Ορίστηκε μία ομάδα κριτών (αποτελούμενη εκάστη από 4 άτομα), για κάθε υποοντότητα.
- Σήμερα έχουν επιλεγεί περίπου 200 ετικέτες ως κρασιά πρεσβευτές, από 65 οινοποιεία τα οποία θα παρουσιάζουν σε generic εκδηλώσεις την οινική Ελλάδα.

Με όπλο αυτόν τον στρατηγικό σχεδιασμό η ΕΔΟΑΟ σε συνεργασία με τον ΟΠΕ, κατάφεραν να εξασφαλίσουν χρηματοδότηση από το την 1<sup>η</sup> Προγραμματική Περίοδο της ΚΟΑ Οίνου για 4 χρόνια ποσό ύψους 8,8 εκατομμύρια ευρώ, ενώ το σύνολο της χρηματοδότησης των προγραμμάτων του κλάδου για την ίδια περίοδο ανήλθε στο ποσό των 36,3 εκατομμυρίων ευρώ.

Για το τρέχον έτος το 2013, εγκρίθηκε για την ΕΔΟΑΟ κοινό πρόγραμμα προβολής και προώθησης σε συνεργασία με τον ΟΠΕ, ύψους 1,8 ευρώ. Το Πρόγραμμα λήγει τέλος Ιουλίου και εφαρμόζεται σε ΗΠΑ, Καναδά και Κίνα.

Το πρόγραμμα της ΚΟΑ Οίνου “ Προώθηση Οίνων σε τρίτες χώρες”, είναι πρόγραμμα του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και αποτελεί τα τελευταία χρόνια το μοναδικό εργαλείο στήριξης των προσπαθειών του κλάδου, για την ανάπτυξη αγορών εκτός της χώρας μας. Τα αποτελέσματα αυτής της προσπάθειας είναι απολύτως θετικά, έχοντας αντίκτυπο όχι μόνο στον κλάδο αλλά και στο σύνολο της Εθνικής Οικονομίας.

Από την 1<sup>η</sup> Σεπτεμβρίου του 2013 αρχίζει η εφαρμογή της δεύτερης Προγραμματικής Περιόδου, στο πλαίσιο της οποίας η συνολική χρηματοδότηση προβλέπεται να ανέλθει στο ύψος των 72 εκατομ. ευρώ, εκ των οποίων τα 36 εκατομ. εισφέρονται από τον FEOGA.

Οι δέκα δράσεις που αναπτύχθηκαν μέσω των προγραμμάτων της ΚΟΑ:

#### **1. Διαδίκτυο**

Δημιουργήθηκε το Portal του ελληνικού κρασιού [www.newwinesofgreece.com](http://www.newwinesofgreece.com) που:

- Αποτελεί την επίσημη εκπροσώπηση του ελληνικού κρασιού στο internet.

- Είναι σε 5 γλώσσες (ελληνικά, αγγλικά, γαλλικά, γερμανικά, ρωσικά) και έχει προβλεφθεί να μεταφραστεί και στα κινέζικα.
- Είναι πλούσιο σε ενημερωτικό, εκπαιδευτικό και διαδραστικό περιεχόμενο.
- Ανανεώνεται συνεχόμενα και ακολουθεί τις εξελίξεις για το ελληνικό κρασί στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

Η ΕΔΟΑΟ σχεδιάζει και υλοποιεί στοχευμένη καμπάνια προβολής των New Wines of Greece, προς τα social media με έμφαση το facebook και το twitter.

## **2. Δημιουργία Γραφείου Έρευνας και πληροφόρησης στη Βόρεια Αμερική.**

Το γραφείο Οίνου αποτελεί την ραχοκοκαλιά των δραστηριοτήτων που υλοποιούνται για το ελληνικό κρασί στη Βόρεια Αμερική καθώς συντονίζει και επιβλέπει τις ενέργειες του generic προγράμματος των New Wines of Greece.

Βρίσκεται επίσης σε τακτική επαφή και επικοινωνία με τον έντυπο και ηλεκτρονικό τύπο που ασχολείται με το κρασί και την γαστρονομία κυρίως αλλά και με το life style με στόχο τη συγγραφή άρθρων και άλλων δημοσιευμάτων για το ελληνικό κρασί, ενώ την ίδια στιγμή παρακολουθεί τη δημόσια ρητορική για το ελληνικό κρασί και ενημερώνει την ΕΔΟΑΟ. Το γραφείο Οίνου βρίσκεται σε τακτική επαφή με τους εκπροσώπους του εμπορείου, όπως τους εισαγωγείς, διανομείς εστιάτορες, καβίστες, οινοχόους, στελέχη και αγοραστές των μονοπωλίων του Καναδά και άλλους, με σκοπό την αύξηση της αναγνωρισιμότητας του ελληνικού κρασιού με τελικό στόχο την αύξηση των πωλήσεων του. Το γραφείο Οίνου βρίσκεται επίσης σε τακτική επικοινωνία με τα σημαντικότερα εκπαιδευτικά ιδρύματα από το χώρο του κρασιού και της γαστρονομίας, φροντίζοντας να συμπεριληφθούν σεμινάρια για το ελληνικό κρασί στη διδακτέα τους ύλη.

## **3. Πρόσληψη Πρεσβευτών για το ελληνικό κρασί.**

Για την τριετία 2010 – 2012 η ΕΔΟΑΟ προσέλαβε κορυφαίες προσωπικότητες από τις οινικές αγορές των ΗΠΑ, του Καναδά και της Ρωσίας, οι οποίοι αποτέλεσαν τους πρεσβευτές του ελληνικού κρασιού προσφέροντας τις γνώσεις, την εμπειρία, την επιρροή και τις διασυνδέσεις τους στον ελληνικό οινικό κλάδο .

## **4. Παρουσίαση του ελληνικού κρασιού σε MME διεθνούς εμβέλειας:**

Έχουν δημιουργηθεί καταχωρήσεις που χρησιμοποιούνται σε περιοδικά (έντυπα και ηλεκτρονικά), στις χώρες στόχους προώθησης που είναι ΗΠΑ, Καναδάς, Ελβετία, Ρωσία και Κίνα.

Ενδεικτικά να αναφέρουμε τα : FOOD AND WINE, WINE ENTHUSIAST, WINE AND SPIRITS, WINE SPECTATOR , BON APPETIT, FOOD & DRINK CANADA κα.

## **5. Επισκέψεις επαγγελματιών και Δημοσιογράφων από τις χώρες στόχους.**

Η δράση αυτή συμπεριλαμβάνει επισκέψεις σε οινοποιεία, γευστικές δοκιμές καθώς και επισκέψεις σε σημαντικά τοπία και αρχαιολογικούς τόπους της κάθε περιοχής. Τον προηγούμενο Απρίλιο υλοποιήθηκε η πρώτη επίσημη επίσκεψη του Institute of Masters of Wine, με τη συμμετοχή 21 MWS μεταξύ των οποίων και ο πρόεδρος του Ινστιτούτου Jean – Michele Valette. Τον τελευταίο Απρίλιο επισκέφθηκαν την Ελλάδα και φιλοξενήθηκαν σε επιλεγμένες οινοπαραγωγικές περιοχές από τη Μακεδονία ως την Κρήτη, επαγγελματίες και δημοσιογράφοι του χώρου από ΗΠΑ και Καναδά. Τον Ιούνιο είχαμε ανάλογη επίσκεψη Κινέζων δημοσιογράφων στην Ελλάδα.

**6. Πραγματοποίηση ετήσιων γευστικών δοκιμών τύπου Road Show, στις σημαντικότερες περιοχές της Βορείου Αμερικής όπως η Νέα Υόρκη, το Σαν Φραντσίσκο, το Τορόντο, το Μόντρεαλ κλπ.** Στις γευστικές αυτές δοκιμές παρευρίσκονται και οι Έλληνες οινοποιοί ή οι αντιπρόσωποί τους και συνδυάζονται και με άλλες παράλληλες ενέργειες προβολής όπως εκπαιδευτικά σεμινάρια, διαγωνισμοί οινοχόων, γεύματα εργασίας κλπ.

## **7. Γευστικές δοκιμές ελληνικών κρασιών στην αγορά της Κίνας.**

Από τις 23 έως και 28 του προηγούμενου Μαΐου πραγματοποιήθηκαν εκδηλώσεις – σεμινάρια από τον Έλληνα MW σε 4 πόλεις της Κίνας: Πεκίνο, Σαγκάη, Χονγκ Κονγκ και Γουάν γκζού.

## **8. Συμμετοχή σε εκθέσεις και Φεστιβάλ σε ΗΠΑ και Κίνα.**

- **Στο Aspen του Κολοράντο** στις 14 – 16 Ιουνίου του 2013. Την συγκεκριμένη έκθεση επισκέπτονται καταναλωτές με υψηλότατα εισοδήματα που πληρώνουν ως και 1250 δολάρια για επισκεφτούν την έκθεση.
- **Στην Νέα Υόρκη** (fancy food) τον Ιούνιο του 2013.
- **Στην Σαγκάη** (ΕΚΘΕΣΗ sialchina2013) 7 -9 Μαΐου.
- **Στην Καντόνα** (ΕΚΘΕΣΗ INERWINE 2013 GUAN GZHOU) 30 Μάη ως 1 Ιουνίου.
- **Στο Πεκίνο** (ΕΚΘΕΣΗ TOP WINE CHINA) 4 - 6 Ιουνίου.

## 9. Άλλες δράσεις:

Στο πρόγραμμα προώθηση του ελληνικού κρασιού για το 2013, έχουν συμπεριληφθεί και δύο σημαντικές δράσεις:

- Η πρώτη δράση αφορά στοχευμένες προωθητικές ενέργειες σε περισσότερα από 90 καταστήματα πώλησης οίνων του Μονοπωλίου SAQ στην Πολιτεία του Quebec στον Καναδά, όπου το ελληνικό κρασί τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει σημαντική αύξηση πωλήσεων.
- Η δεύτερη δράση αφορά τη συμμετοχή των New Wines of Greece στο συνέδριο Menus of change που συνδιοργανώνεται από το Harvard School of public health και το Culinary Institute of America και το οποίο παρακολουθούν οι κορυφίοι διαμορφωτές της κοινής γνώμης από το χώρο της Αμερικάνικης Γαστρονομίας.

## 10. Ταινία για το ελληνικό κρασί:

Η ΕΔΟΑΟ έχει σχεδιάσει μια ταινία με πλούσιο οπτικοακουστικό υλικό για το σύγχρονο πρόσωπο του ελληνικού κρασιού. (πεντάλεπτο τρέιλερ).

### ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Όταν η σημαντικότερη Αμερικάνικη εφημερίδα των ΗΠΑ η New York Times προτρέπει τους αναγνώστες της να αφήσουν το pinot grigio που αποτελεί τη δεύτερη πιο δημοφιλή ποικιλία από άποψη όγκου πωλήσεων στις ΗΠΑ για ένα Ασύρτικο Σαντορίνης, ή για ένα Μοσχοφίλερο ή ένα Ροδίτη, καταλαβαίνεται ότι κάτι σημαντικό έχει αρχίσει να κινείται στην άλλη όχθη του ατλαντικού ωκεανού.

Η αποτελεσματικότητα των δράσεων του προγράμματος προβολής και προώθηση του ελληνικού κρασιού φαίνεται από την τεράστια δημοσιότητα που έχει πετύχει το ελληνικό κρασί στον έντυπο και ηλεκτρονικό τύπο των ΗΠΑ.

Η παρουσία του ελληνικού κρασιού στην mainstream εστίαση και στα σημεία λιανικής έχει βελτιωθεί σημαντικά καθιστώντας την Ελλάδα ως έναν από τους επώνυμους παίχτες της αμερικάνικης αγοράς κρασιού.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat κατά τη δεκαετία 2001 και 2010 οι εξαγωγές του ελληνικού κρασιού στις ΗΠΑ αυξήθηκαν κατά 18%, ενώ μόνο το 2012 αυξήθηκαν κατά 37% έναντι του 2011.

Γνωρίζοντας ότι έχουμε να ανταγωνιστούμε χώρες με βαθειά παράδοση και κουλτούρα στην παραγωγή και στην εμπορία του κρασιού, αλλά και νέες χώρες με μεγάλα συγκριτικά πλεονεκτήματα που κυρίως είναι ποσοτικά, εμείς πρέπει να παρατάξουμε τα δικά μας πλεονεκτήματα που είναι η **ποιότητα** και η **μοναδικότητα**.

***Και σε αυτό το σημείο κύριε Υπουργέ θα θέλαμε την παρέμβασή σας για:***

- 1. Άμεση υπογραφή της ΚΥΑ για την δεύτερη προγραμματική περίοδο από τον συναρμόδιο Υπουργό κύριο Στουρνάρα, που ήδη έχει υπογραφεί από εσάς και βρίσκεται στο γραφείο του από τον προηγούμενο Απρίλιο.*
- 2. Να συμπεριληφθούν στην κάλυψη του "Ταμείου Αγροτικής Επιχειρηματικότητας", τόσο τα προγράμματα της ΚΟΑ όσο και οι οινοποιητικές επιχειρήσεις, για να λυθεί επιτέλους το μεγάλο πρόβλημα των εγγυήσεων ώστε να έχουμε απρόσκοπτη συμμετοχή στα προγράμματα.*

Σε μια εποχή που Η Πατρίδα μας η Ελλάδα περνάει μια δύσκολη οικονομική χρονική στιγμή, έχοντας διδαχθεί από τα λάθη, τις αδυναμίες και τις υπερβολές του παρελθόντος, ξεκινάμε μια νέα εποχή, με την βεβαιότητα ότι με πολύ προσπάθεια και συλλογικότητα θα καταφέρουμε να αντιμετωπίσουμε τις δυσκολίες των καιρών.

Με την πεποίθηση ότι το μέλλον του ελληνικού κρασιού είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με το μέλλον των ανθρώπων μας και των περιοχών μας, ξεκινάμε την προσπάθειά μας για την αναγέννηση του ελληνικού κρασιού, με αίσθημα ευθύνης απέναντι στις επιχειρήσεις μας, στον καταναλωτή μας και κυρίως με αίσθημα ευθύνης απέναντι σε αυτά που μάθαμε να αγαπάμε: το αμπέλι μας και το κρασί μας.