



Δύο αμπελουργικές ζώνες με ιστορία και ξεχωριστά χαρακτηριστικά.
Δύο χαμηλόφωνοι οινοποιοί, με διαφορετικές αφετηρίες αλλά κοινό
προσανατολισμό. Κρασιά με αυθεντική προσωπικότητα,
εξαιρετική ποιότητα και πολύ ελκυστικές τιμές!

ΑΠΟ ΤΟΝ Α. Ν. ΑΝΔΡΟΥΛΙΔΑΚΗ

Αγγελος Ρούβαλης

Νίκος Δουλουφάκης

ΟΙΝΟΦΟΡΟΣ ΑΕ

(Αίγιο, Ν. Αχαΐας)

Συζητήσαμε με τον διευθύνοντα σύμβουλο και οινολόγο της εταιρείας, Αγγελο Ρούβαλη (Α.Ρ.)

Α.Ν.Α. Για να κάνουμε τις σωστές συστάσεις, πώς ξεκινάει η ενασχόλησή σου με το κρασί, Αγγελε;

Α.Ρ. Στα πρώτα χρόνια της Μεταπολίτευσης αισθάνομαι την ανάγκη να ταξιδέψω, έτσι ως αντίδραση στους περιορισμούς που υποστήκαμε τα προηγούμενα χρόνια. Οι σπουδές μου της Χημείας και η γνώση των γαλλικών με οδηγούν στην Οινολογία και στο Μπορντό, όπου ρουφάω σαν σφουγγάρι οτιδήποτε έχει σχέση με το κρασί. Όχι μόνο την παραγωγή αλλά και την κουλτούρα του. Επιστρέφοντας στην Ελλάδα, εργάστηκα ως οινολόγος στον Συνεταιρισμό της Σαντορίνης από το 1982 έως το 1985, σε μια εποχή που μπήκαν οι βάσεις για το καινούργιο πρόσωπο των κρασιών του νησιού.

Και έπειτα;

Επιστρέφω στον τόπο καταγωγής μου, την Αιγιάλεια, έναν σπουδαίο αμπελότοπο με μακρά παράδοση, κυρίως βέβαια στην κορινθιακή σταφίδα, με τεράστιες δυνατότητες, που ομολογώ ότι τότε άρχισα να ανακαλύπτω και μάλλον... συνεχίζω ακόμη.

Απ' όσο ξέρω, οι πλαγιές της Αιγιάλειας είναι ο μοναδικός αμπελώνας της Ελλάδας με βορινή έκθεση.

Πράγματι. Από μια γεωλογική «παράξενιά», ενώ ολόκληρη η ελληνική χερσόνησος, από την Πίνδο, «κοιτάζει» νότια, η Αιγιάλεια, λόγω του χωρισμού της Πελοποννήσου από τη Στερεά, με τον σχηματισμό του Κορινθιακού κόλπου, έμεινε ανοιχτή στον βοριά. Το γεγονός αυτό μαζί με το μεγάλο υψόμετρο των αμπελώνων – σκέψου ότι φτάνουν στα 1.000 μέτρα, σχεδόν ανάμεσα στα έλατα – δημιουργούν ένα ιδιαίτερο περιβάλλον όπου τα σταφύλια ωριμάζουν αργά, διατηρώντας υψηλά επίπεδα φυσικής οξύτητας. Από την άλλη, οι μεγάλοι ορεινοί όγκοι της Κεντρικής Πελοποννήσου μάς προστατεύουν από τους ζεστούς νοτιάδες του καλοκαιριού. Και, βέβαια, έχουμε μια ντόπια ποικιλία, που σε αυτές τις συνθήκες αποδίδει το καλύτερο δυναμικό της.

Αναφέρεσαι φυσικά στον Ροδίτη, μια ποικιλία που για χρόνια υπήρξε παρεξηγημένη.

Παρεξηγημένη γιατί καλλιεργήθηκε ίσως σε λιγότερο ευνοημένες περιοχές και κυρίως με μεγάλες στρεμματικές αποδόσεις.

Είναι αλήθεια ότι όταν πρωτοκυκλοφόρησε το 1991 το Ασπρολίθι έφερε μια ολική ανατροπή στην εικόνα που είχαμε μέχρι τότε για τον Ροδίτη και για την Ονομασία Προέλευσης Πάτρα;

Η υποδοχή και η επιτυχία που είχε το Ασπρολίθι ήταν για εμάς η πρώτη πέτρα πάνω στην οποία χτίσαμε τη μετέπειτα πορεία μας.

Η οποία, πρέπει να επισημάνω, έχει μια ιδιαιτερότητα. Αντί να δημιουργήσεις δικούς σου αμπελώνες, όπως έκαναν πολλοί οινοπαραγωγοί, επέλεξες να στηρίξεις και να στηριχθείς στους ντόπιους αμπελουργούς.

Σε μια μεγάλη και παλιά αμπελουργική ζώνη, όπως είναι η Αιγιάλεια, με 50.000 στρέμματα αμπελώνων, από τα οποία τα 40.000 είναι σταφίδα και τα 10.000 κρασοστάφυλα, με ντόπιες ποικιλίες καλά εγκλιματισμένες στην περιοχή και εκατοντάδες κατά κύριο επάγγελμα αμπελουργούς, που δουλεύουν τη γη για δύο και τρεις γενιές, δεν είχε νόημα να στήσω δικό μου αμπελώνα. Υπήρχαν τόσες δυνατότητες να χτίσω μακροχρόνιες συνεργασίες με ανοιχτόμυαλους καλλιεργητές... Υστερα πιστεύω πάρα πολύ στον ανθρώπινο παράγοντα και στη συνολική ανάπτυξη και ανάδειξη της περιοχής. Βέβαια, τα πράγματα θα ήταν διαφορετικά αν είχα δραστηριοποιηθεί σε έναν τόπο χωρίς παράδοση και ιστορία.

Για τι όγκους παραγωγής συζητάμε σήμερα στην Οινοφόρο;

Η Οινοφόρος σήμερα αξιοποιεί περίπου 600-800 τόνους σταφύλια. Από αυτά εμφιαλώνουμε περίπου 200.000 μπουκάλια, ενώ το υπόλοιπο, κάπου το 1/3 της συνολικής μας παραγωγής, το τυποποιούμε σε συσκευασίες bag-in-box, που διαθέτουμε τόσο στην περιοχή όσο και στην Αθήνα. Προσωπικά πιστεύω ότι το bag-in-box ή ο ➤

«Η διέξοδος
βρίσκεται στις
εξαγωγές, αλλά
παράλληλα πρέπει
να σχεδιαστεί μια
σοβαρή πολιτική,
που να εντάξει το
κρασί στο συνολικό
τουριστικό προϊόν
της Ελλάδας».
Αγγ. Ρούβαλης

ασκός, όπως συνηθίσαμε να τον λέμε, είναι ένα ενδιάμεσο βήμα για το πέρασμα από το χύμα κρασί στο εμφιαλωμένο. Αρκεί να είναι σωστά φτιαγμένος και κυρίως επώνυμος!

Στο εστιατόριο όμως πώς ξέρω ότι πίνω τον δικό σου ασκό και όχι του κάθε μπαρμπα-Μήτσου, αφού σε αυτήν την περίπτωση το κρασί έρχεται σε καράφα;

Αυτό είναι πράγματι ένα πρόβλημα. Εξ Σύνδεσμος Ελληνικού Οίνου ετοιμάζουμε πρόταση προς το υπουργείο Ανάπτυξης, ώστε να γίνει υποχρεωτική η αναγραφή στους καταλόγους των εστιατορίων της προέλευσης και του παραγωγού των κρασιών που προσφέρονται σε καράφα.

Μακάρι να γίνει δεκτή, γιατί νομίζω ότι εκτός όλων των άλλων θα βοηθήσει και στον περιορισμό της παράνομης διακίνησης κρασιού. Αλλά ας ξαναγυρίσουμε στην Οινοφόρο. Εκτός από το Ασπρολίθι, που αποτελεί το εμβληματικό, ας πούμε, κρασί σου, ποιες άλλες επικέτρες υπογράφεις;

Τη σειρά «Μικρός Βοριάς», που περιλαμβάνει 3 λευκά, 1 ροζέ και 1 κόκκινο κρασί, όλα φρέσκα και φρουτώδη, και τη σειρά «Ιανός», που κυκλοφο-

Ο Αγγελος Ρούβαλης (άκρη δεξιά) με αμπελουργούς της Αιγιάλειας.



ρεί σε πολύ λίγες φιάλες και περιλαμβάνει τα κρασιά παλαιώσης, ανάμεσά τους και το λευκό Chardonnay, με ζύμωση και ωρίμανση σε δρύινα βαρέλια, για περίπου 24 μήνες!

Από τιμές, σε τι επίπεδα κανερίστε; Εδώ νομίζω ότι έχουμε κάνει καλή δουλειά. Το Ασπρολίθι βγαίνει στο ράφι με κάτι λιγότερο από 7 €...

Εξαιρετική σχέση ποιότητας-τιμής! Στα υπόλοιπα;

Ακόμη και η σειρά «Ιανός», με τα κρασιά παλαιώσης, βρίσκεται γύρω στα 11 € στο ράφι. Προσωπικά έχω πεισθεί ότι σε περίοδο κρίσης αλλά και στο περιβάλλον του παγκόσμιου ανταγωνισμού, για να επιβιώσουμε ως οινοποιοί και ως ελληνικό κρασί, πρέπει οι τιμές μας να βρεθούν πολύ κοντά στο πραγματικό κόστος της παραγωγής μας. Δεν είναι η εποχή για να τιμολογούμε με βάση την ποιότητα, αλλά με βάση τις συνθήκες που διαμορφώνονται παγκοσμίως. Αλλωστε, στόχος της ΑΕ Οινοφόρος είναι να αναδειξεί και να αυξήσει την κατανάλωση για ολόκληρη τη ζώνη της Αιγιάλειας και όχι να πουλήσει απλώς κάποια μπουκάλια από τους δικούς της αμπελώνες.

Η οικονομική κρίση πόσο επηρεάζει την κατανάλωση του κρασιού;

Με βάση τις ενδείξεις που έχουμε, η συνολική κατανάλωση δεν φαίνεται να έχει μειωθεί. Υπάρχει όμως μια σημαντική μετατόπιση από τα εμφιαλωμένα και ακριβότερα κρασιά προς τα φθηνότερα, είτε σε φιάλες είτε σε ασκούς, που κυμαίνεται από 20% έως 40%. Η διέξοδος βρίσκεται στις εξαγωγές, που ήδη άρχισαν να δείχνουν θετικά σημάδια, ιδιαίτερα προς την Αμερική. Αλλά, από την άλλη, πρέπει να σχεδιαστεί μια σοβαρή πολιτική, που να εντάξει το κρασί στο συνολικό τουριστικό προϊόν της Ελλάδας.

Ας το ελπίσουμε!



Το εμβληματικό Ασπρολίθι (2010) από Ροδίτη και ο Μικρός Βοριάς Chardonnay-Sauvignon Blanc 2010 της Οινοφόρος.

ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ ΔΟΥΛΟΥΦΑΚΗ
(Δαφνές Ηρακλείου)

Συζητήσαμε με τον οινολόγο και οινοποιό Νίκο Δουλουφάκη (Ν.Δ.)

Α.Ν.Α. Το μήλο κάτω απ' τη μηλιά, Νίκο;

Ν.Δ. Ναι, μάλλον στην περίπτωση μου ισχύει η παροιμία, αφού ο παππούς μου και ο πατέρας μου ήταν από τους μεγάλους αμπελουργούς και οινοπαραγωγούς της περιοχής μας. Βέβαια, με τα μέσα και τις εμπειρικές γνώσεις της εποχής τους. Για μένα όμως ήταν ένα σπουδαίο ερέθισμα να μεγαλώνω μέσα στα αμπέλια και στο κρασί. Ετσι, σπούδασα Οινολογία στην Ιταλία, στην Alba του Πιεμόντε, και από το 1993 ξεκίνησα να δουλεύω τους οικογενειακούς μας αμπελώνες στις Δαφνές. Μετά τις πρώτες πειραματικές οινοποιήσεις, έρχεται το 1996 η πρώτη μου εμφιάλωση. Ένα κόκκινο ξηρό από Διάτικο, με Ονομασία Προέλευσης Δαφνές.

Τότε γνωριστήκαμε κιόλας. Θυμάμαι ότι ήταν η πρώτη σοβαρή προσπάθεια να βγει αυτή η ζώνη από την αφάνεια.

Την επόμενη χρονιά ακολούθησε το λευκό Sauvignon, από ένα κομμάτι αμπελώνα που με μεγάλη δυσκολία είχα πείσει τον πατέρα μου να φυτέψει όσο ήμουν φοιτητής στην Ιταλία. Το κρασί είχε απρόσμενη επιτυχία στην τοπική αγορά, καθώς ήταν και το πρώτο που παρουσιαζόταν. Από εκεί και ύστερα τα πράγματα πήραν τον δρόμο τους, με αρχικό μας μέλημα τον εκσυγχρονισμό του οινοποιείου και του τεχνολογικού εξοπλισμού του.

Ξεκίνησες με μια βάση αμπελώνων που υπήρχε...

Ναι, υπήρχαν οι αμπελώνες του πατέρα μου, που κάθε χρόνο μεγαλώνουν και από λίγο. Τώρα έχω φτάσει τα 80 στρέμματα και στόχος μου είναι τα 100. Βλέπεις, το έχω σε κακό να περάσει χρονιά και να μη φυτέψω έστω ένα μικρό κομμάτι! Η δουλειά του αμπελουργού είναι δύσκολη, θέλει τρέλα, θέλει να την αγαπάς. Αλλά όταν παίρνεις το σταφύλι που θέλεις, ανταμείβεσαι για όλες τις ταλαιπωρίες.

Ποιες ποικιλίες καλλιεργείς;

Μετά τη φυλλοξήρα, που έφτασε εδώ στα τέλη της δεκαετίας του '70, η πρώτη

φροντίδα των αμπελουργών ήταν να ζα-
ναστήσουν τους αμπελώνες της σουλτα-
νίνας, γιατί η σταφίδα τότε ήταν χρυσά-
φι. Ο πατέρας μου, με πίεση δική μου,
ανάμεσα στο '85 και στο '90 φύτεψε και
οινοποιήσιμες ποικιλίες. Ντόπιες βέ-
βαια, όπως το κόκκινο Λιάτικο, που εί-
χε παράδοση στην περιοχή, το επίσης
κόκκινο Κοτσιφάλι και τη λευκή Βηλά-
να. Αργότερα φυτεύτηκαν Sauvignon
Blanc, Cabernet Sauvignon και άλλες
διεθνείς ποικιλίες. Τα τελευταία χρόνια
δουλεύουμε περισσότερο στις ντόπιες
ποικιλίες, γιατί πιστεύω ότι μπορούν να
μας δώσουν ένα πλεονέκτημα, κυρίως
στις εξαγωγές.

Πόσες χιλιάδες φιάλες φτάνει η παραγωγή σου;

Κάπου 200.000 φιάλες τον χρόνο,
που προέρχονται τόσο από τους ιδιό-
κτητους αμπελώνες μας όσο και από
συνεργαζόμενους αμπελουργούς, που
δουλεύουν με την καθοδήγησή μας.
Αυτοί είναι ένας σταθερός πυρήνας, με
περίπου 220 στρέμματα αμπελώνων.

Και πόσες ετικέτες;

Δώδεκα, αλλά εδώ έχω την εντύ-
πωση ότι ξεφύγαμε λίγο. Ο οινοποιός
θέλει να δείχνει συνέχεια καινούργια
πράγματα και παρασύρεται χωρίς να
το καταλάβει. Από την άλλη, η αγορά
μπερδεύεται με τις πολλές ετικέτες,
οπότε χρειάζεται περισσότερη σκέψη
και έρευνα προτού παρουσιάσεις ένα
νέο προϊόν.

Μίλησες προηγουμένως για τις ντόπιες ποικιλίες. Πιστεύεις ότι έχουν τις δυνατότητες να δώσουν σπουδαία κρασιά;

Δύσκολο να σου απαντήσω με μία λέξη. Το πρόβλημα είναι ότι, αν και αρκετές από αυτές βρίσκονται εκατο-
ντάδες χρόνια στην περιοχή, μόλις τώ-
ρα αρχίζουμε να τις μελετάμε συστη-
ματικά και να τις γνωρίζουμε. Πιστεύω
πως το λευκό Βιδιανό, για παράδειγμα,
ή το λευκό Θραψαθήρι μπορούν να δώ-
σουν κρασιά πρωτότυπα, με ξεχωριστή



**Ο Ασπρος
Λαγός,
Cabernet
Sauvignon
του 2006,
και ο Δάφνιος,
Βιδιανό
του 2010.**



**Το οινοποιείο στις Δαφνές
του Νομού Ηρακλείου.**

προσωπικότητα, όπως και το Κοτσιφά-
λι, αν γίνει σωστή επιλογή κλώνου και
καλλιεργηθεί σε κατάλληλες συνθή-
κες. Υπάρχει επίσης το αρωματικό Μο-
σχάτο Σπίνας ή το Λιάτικο, που μπορεί
να μας δώσει εξαιρετά γλυκά κρασιά.
Εμείς εργαζόμαστε πολύ σε αυτήν την
κατεύθυνση και νομίζω ότι τα αποτελέ-
σματα μας δικαιώνουν, όπως στην πε-
ρίπτωση του Βιδιανού, που κυκλοφο-
ρεί με την ετικέτα Ασπρος Λαγός. Από
την άλλη, αντιμετωπίζουμε συχνά την
ακαμψία των υπηρεσιών, που μένουν
προσκολλημένες σε στερεότυπα πα-
λαιότερων εποχών. Εχουμε ζητήσει,
ας πούμε, να επιτραπεί η χρήση του
Syrah σε ποσοστό 15%, ως συμπληρω-
ματικής ποικιλίας για τη ζώνη ΟΠΑΠ
Δαφνές, κάτι που θα βελτιώνει την εικό-
να των κρασιών της ζώνης, κυρίως σε
επίπεδο χρώματος. Παρ' ότι δε υπάρ-
χουν άλλες Ονομασίες Προέλευσης
όπου επιτρέπεται η χρήση κοσμοπολί-
τικων ποικιλιών, για παράδειγμα Μεσ-
σενικόλα ή Πλαγιές Μελίτων, εμείς,
μέχρι στιγμής, συναντάμε... τοίχο!

Το Εθνικό Σχέδιο Μάρκετινγκ για το ελληνικό κρασί πόσο θα βοηθήσει στην ανάδειξη και στην προώθηση των κρητικών κρασιών;

Εχω την αίσθηση – και όχι μόνο εγώ –
πως η Κρήτη, αν και παράγει το 20%,
ίσως και περισσότερο του ελληνικού
κρασιού, μόνο ως υποσημείωση υπάρ-
χει σε αυτό το σχέδιο. Μάλιστα, όταν δι-
αμαρτυρηθήκαμε, μας κατηγορήσαν για

τοπικισμό. Ας είναι. Εμείς έχουμε δημι-
ουργήσει το Δίκτυο Οινοποιών Ηρακλεί-
ου και σε συνεργασία με τους οινοποιούς
από τους άλλους νομούς της Κρήτης
προσπαθούμε να προβάλλουμε την ιδι-
αιτερότητα και τις δυνατότητες του αμπε-
λώνα μας, καθιερώνοντας και ένα σήμα
ποιότητας για τα κρασιά μας, που θα χο-
ρηγείται ύστερα από έλεγχο. Μελλοντι-
κός μας στόχος είναι να δημιουργηθεί
ένα ενιαίο δίκτυο για όλο το νησί.

Για να κλείσουμε. Η Κρήτη έχει ένα σπουδαίο εργαλείο για την προώθηση των κρασιών της και αυτό είναι τα σχεδόν 2 εκατομμύρια επισκέπτες που δέχεται κάθε χρόνο. Πόσο το εκμεταλλεύεται;

Νομίζω όχι αρκετά. Δυστυχώς, η
ανάπτυξη των κρητικών οινοποιείων
συνέπεσε με την αλλαγή των ποιοτι-
κών χαρακτηριστικών του τουρισμού
μας. Τώρα, με το σύστημα all inclusive,
οι επισκέπτες κυκλοφορούν και κατα-
ναλώνουν πολύ λιγότερο εκτός ξενο-
δοχείων. Δεν παύει βέβαια να είναι μια
σημαντική βοήθεια για τη διάθεση της
παραγωγής μας. Μην ξεχνάς όμως ότι
η τουριστική αγορά της Κρήτης χρη-
σιμοποιήθηκε λίγο σαν «χαβούζα», για
τα αδιάθετα υπόλοιπα πολλών οινοπα-
ραγωγών όλης της Ελλάδας. Αν μπεις
σε τουριστικό mini-market, θα εκπλα-
γείς από τις ετικέτες που θα συναντή-
σεις και που σίγουρα δεν τις έχεις ξανα-
δεί πουθενά αλλού! Εμείς, ως Δίκτυο
Οινοποιών, προσπαθούμε να βρούμε
τρόπους να ελέγχουμε την ποιότητα,
τουλάχιστον των προϊόντων που προ-
σφέρουν τα μέλη μας. Πάντως το πιο
σημαντικό, κατά τη γνώμη μου, είναι
να καταφέρουμε να συνδέσουμε το
κρασί, τη γαστρονομία και τον πολιτι-
σμό της Κρήτης σε ένα ολοκληρωμένο
πακέτο ταξιδιωτικής εμπειρίας! ●

«Το πιο σημαντικό είναι να καταφέρουμε να συνδέσουμε το κρασί, τη γαστρονομία και τον πολιτισμό της Κρήτης σε ένα ολοκληρωμένο πακέτο ταξιδιωτικής εμπειρίας!»

Ν. Δουλουφάκης