



Дилияна Георгиева, Кирил Беровски, Маргарита Ганева и Асен Шопов на пресконференцията в хотел "Мъовеник"

РУЙНОТО СЛЪНЦЕ НА БЪЛГАРИЯ

МАРИЯ ЗАХАРИЕВА

Във фирмата ВGК&Т царя типично българска атмосфера – приятна, топла и до болка позната. Българската керамика и китениците, както и бутилките марково вино, ме “пренасят” неусетно в Родината. Пред мен седят собствениците на фирмата Кирил и Иванка Беровски, които са един невероятен семеен тандем. Разговаряме не само за проведената по тяхна инициатива презентация на български вина с поетичното мото “Руйното слънце на България” в хотел “Мъовеник”, но и за виното и живота изобщо. Моите събеседници са от онзи застрашен от изчезване тип хора, които наричаме “истински българи” и чиито мъдрост и добро самочувствие са наистина заразяващи.

Как възникна идеята за първата по рода си презентация на български вина в Чехия, проведена по ваша инициатива? **Иванка Беровска.** Идеята да направим представяне на български вина възникна още преди две години. Винаги сме смятали, че България има достатъчно качествен продукт, който може да покаже и то на високо ниво. През изминалите две години трябваше да убедим не само различните институции, но и конкуренцията, че идеята ни има живот. Ние сме в добри контак-

ти с всички фирми, които внасят български вина. По принцип виното е един стратегически продукт за България и то има своето място наравно с туризма, независимо че на чешкия пазар все още не е достигнало нивото, което заслужава. Миналата година на една изложба за винни дестилати, като бяхме заедно в един общ шанд, заинтересувахме много повече посетителите с българските вина, отколкото когато се представяхме поотделно. Решихме, че настоящата година, в която страната ни се

подготвя за влизане в Европейския съюз, е много подходяща за първи опит да покажем на чешката общественост, особено на специалистите тук, че България заслужава да има достатъчно добро място и на чешкия пазар със своите прекрасни вина. Смятаме този наш пръв опит да се превърне в традиция и всяка година около Трифон Зарезан и Първи март да има представяне и празник на българските вина.

Как оценявате проведената дегустация на над 100 вида марково българско вино?

Кирил Беровски. По отношение на форума мога да кажа, че е положена основата и сега трябва да вървим все по-напред. Нашата мисионерска работа беше да убедим останалите колеги, които внасят български вина и са много по-силни от нас, да участват. Например, фирмата “Белведере”, която също участва, е френски субект. Оценяваме много положително това мероприятие и ще правим всичко възможно



Кирил Беровски с председателя на Асоциацията на сомелиерите Иво Дворжак



Иванка Беровска и австрийското търговско аташе

то да се превърне в традиция, като може да се разшири и с други продукти. Това е един наистина сериозен начин за налагане доброто име на България.

И. Б. Много важно е, че при това самостоятелно представяне на български вина на чешкия пазар, имаше представители от много организации. Ние изпратихме поканени на всички български организации, както и на чешки институции. Трябва да кажа, че бяхме почетени от представители на чешкия парламент и от редица дипломати. Това показва, че България има добро име в Чехия.

Кога възникна вашата фирма и как се насочихте към дистрибуцията на българските вина?

И. Б. Ние със съпруга ми сме завършили в Чехия и тук сме прекарвали най-прекрасните си години. След като нашите деца порастнаха и поеа своя път, решихме да се насочим към още едно предизвикателство – виното. Фирмата съществува от 1998 г., но от 1999 г. се занимаваме усилено с внос на вино. За съжаление, по време на наводнението през 2002 г. загубихме прекалено много, вината ни бяха заляти и това ни върна на изходно ниво. Но ние сме упорити, продължаваме да внасяме само качествени български вина и вярваме, че това ще ни даде шанса не само да стъпим отново на крака, но и да направим така, че качествените български вина да заемат достойното място, което заслужават.

К. Б. Искам да кажа, че само 20% от завършилите и останали да живеят в Чехия българи търгуват с България. Останалите българи продават своя труд на чужди фирми, което е по-лесно. Но за да направиш фирма и да си в известна степен рекламно лице на България изисква изключително големи усилия. Трудно е да се търгува с България. Ние, например, имаме добри позиции на Морава. Можем да продаваме чешки вина и да живеем спокойно, защото това е много по-лесно и бързооборотно. Не казвам, че всички

трябва да продават български стоки. Но всеки има право на избор и когато си избрал определена позиция, трябва да я държиш.

Вие вече имате изградена добра фирмена стратегия, какво постигнахте през изминалите години и какви са вашите цели в близко бъдеще?

И. Б. Трудно е да се разработи нов пазар, но още по-трудно е да се възстанови стар пазар, което ние, може да се каже, че за тези 6-7 години правим в Чехия. България е имала много силни позиции във вноса на вина по социалистическо време. След това идва период на забравя на българското вино, защото сме бивша социалистическа страна. Направихме една пътека за завръщането на българските вина на чешкия пазар. Може да дойде времето, когато ще можем да кажем: “Ние не продаваме само вино, продаваме и марка (както казват французите), продаваме българско вино”.
К. Б. Може да се каже, че сме първата фирма, която започна да внася целенасочено качествено българско вино. Пазим архив на фирмата – във всяко едно изда-

ние пише “българско вино”, ние не рекламирахме само фирмата, а основно - българските вина. На едно търговско изложение ме попитаха: “Г-н Беровски, появяват се мощни фирми като “Белведере”, какво ще правите с конкуренцията?” Аз отговорих, че не ме е страх от конкуренцията и се радвам, че се е появила мощна фирма, която ще пропагандира българските вина.
И. Б. Трябва да кажем, че и г-н Тодоров има подобна политика като нашата. Във фирмата “Тодорофф” се гради марката. Залагайки на идеята за “изкуство и вино”, фирмата се стреми да наложи доброто име на България, продавайки само качествени вина.

К. Б. Но тук искам да засегна още един въпрос. Ние сме от хората, живеещи и работещи зад граници, т.е. сме част от българската диаспора в Чешката република, но не членуваме в нито една от официално регистрираните организации в Чехия. От друга страна активно и съобразно своята компетентност и възможности, участваме в определени мероприятия. Защо не участваме като активни членове и защо не сме записани?



Иван Вискочил, Анифе Вискочилова и Кирил Беровски

Не е необходимо да сте записани...

Да, даже и човек да не е записан в някаква организация, той трябва да се чувства член на всички организации, защото е българин. Някои се обръщат към мен и ме питат: "Абе, ти не членуваш в тази организация, защо помагаш?" Аз на никой не съм обърнал гръб и колкото мога, помагам. Не е важно да си член, важно е какво правиш за българската диаспора тук. Много лесно е само да стоиш и критикуваш.

На тази дегустация сте успели да обедините повечето български фирми-дистрибутори на вина като "Годороф", "Диама", "Ритон", "Танев", а това е много трудна задача, защото българите в чужбина са разединени като цяло. Друга ваша заслуга е, че събрахте толкова много хора в един наистина реномиран хотел, за да оценат качествата на българското вино.

И.Б. Искам да подчертая, че и колегите имат заслуга, защото всъщност си разделихме разходите по цялата акция. Всеки един от участниците бе съорганизатор. Ние изнесохме на плещите си организацията, но финансовите разходи поеха всички заедно. Показателно в случая е, че българите помежду си могат да работят съвместно, когато имат като общ интерес представянето на България и създаването на по-добро име на страната ни. Такава среща не може да има никакви чисто комерсиални цели, тя не може да се изчислява в пари. В случая е важен имиджът, който градим. Впоследствие получихме много поздравления и благодарности, което ни радва много.

На пресконференцията, която организирахте, нашата търговска представителка Диляна Георгиева цитира интересни статистически данни за износа на българското вино. Оказа се, че държавите, в които то се консумира най-много са Русия, Полша и Германия.

Какво е положението в Чехия?

К.Б. Квотата за бутилирани български вина в Чехия общо взето се изпълва, но не е така с квотата за т.нар. наливни вина. Чехия е една много малка страна, с изключително затворен и тежък пазар.

И.Б. Чехите произвеждат само около 50% от общото количество вино, което консумират. Останалите 50% се внасят. Ние заемаме сравнително малък дял от пазара, защото България дълги години не е внасяла в Чехия или е внасяла само нискокачествени трапезни вина. В последно време стремим се да подобрим качествата на вината. Но съществуват и фирми-еднодневки, които се стремят към бърза печалба и внасят нискокачествени вина. От друга страна

солидната фирма "Белведере", например, е закупила масиви в България и прави инвестиции в нови, млади лози, за да могат да произвеждат качествени вина. И фирмата "Диама", чийто производител е в Асеновград, се стреми да внася и вина, които да отговарят на европейските стандарти.

Вие сте автори на единствената книга за българските вина, излязла в Чехия? Кое ви подтикна да я напишете?

И.Б. Действително сме автори на първата книга, издадена на чешки, за българските вина, която раздадохме по време на акцията. Смятаме, че така популяризираме не само вината, защото книгата съдържа както данни за сортовете вина, така и данни за културата на България, в нея има и традиционни кулинарни рецепти. Чехите дори ни се обаждат, че са прекарвали много добре в България, следвайки винните пътища, които сме описали.

К.Б. Тази книга я писахме в много тежък момент – след наводненията, които ни сполетяха, но вървим напред и ако колегите ни гласуват отново доверие, можем и занапред да организираме подобна презентация.

Какво е според вас мястото на българското вино на световния пазар?

И.Б. Ако България прецизира своята стратегия за производство на качествено вино, българското вино ще запази своята позиция, но за съжаление, у нас често се подценява качеството. Световната тенденция е висококачествените вина да запазят своето първенство, а цените на средните вина да се понижават непрекъснато. България има продукт, с който може да се покаже на европейския пазар, но за жалост голяма част от производителите са се насочили към необятния руски пазар, където все още може да се внася почти всичко.

К.Б. Трябва да кажем съвсем откровено, че България никога няма да произведе световноизвестни вина от типа на френските, например, тъй като става въпрос за климат, технологии и т.н. Но от друга страна ние сме точно под този връх на световноизвестните вина и България трябва да запази мястото си.

Кои са най-хубавите български вина?

Предимно червените. "Мавруд" е най-известната сред чешките среди като сорт, който го няма в света. Затова България повече се свързва с "Мавруда". Много добре се котира и "Каберне Совиньон", "Мерло" и "Кивета".

Мои познати чехи похвалиха много нашите розета...

И.Б. Най-добрите розета са на Свищов и на Дамяница.

Г-н Танев ли дистрибуира вино от Свищов?

К.Б. Да, г-н Танев, а нашата фирма дистрибуира вина Дамяница.

А къде може да се купи вашето вино?

К.Б. Този въпрос ми го задават често. Ние категорично отказваме нашите вина да се продават в супермаркетите, защото, според мен, там няма място за качествени български вина. Там никой няма да ви каже какво представлява това вино. Освен това складовете им за съхранение не са добри. Температурата също не е винаги подходяща. Нашите вина се продават тук във фирмата или в специализираните магазини в цяла Чехия. Вече имаме изградена мрежа. Вината ни се купуват от фирми, които държат на качеството и често ги използват като рекламни предмети, т.е. те ги отчисляват като рекламни предмети и лепят логото си на тях. А това за нас също е една добра реклама, защото можеш да произведеш най-добър продукт, но друг е въпросът как ще го презентираш и как ще го продадеш.

И.Б. България като цяло има нужда от добър лобинг.

К.Б. А този разговор е добър повод да благодаря на списанието и лично на Вас, че сте се заинтересували от една не много голяма фирма като нашата. Желяна на списанието много успехи и все по-често се надяваме, че ще бъдем уважавани от доброто, написано в него. ■

В края на февруари фирмата BGK&T организира първата специализирана презентация на български вина "Руйното слънце на България", в която взеха участие и фирмите "Годороф", "Диама", "Танев", "Ритон" и "Белведере". Акцията се провежда под патронажа на Посолството на Република България в Чешката република. Между гостите бяха членове на Чешкия сенат и парламент, както и членове на Асоциацията на сомелиерите в Чехия, известни артисти. В приятната атмосфера, царяща в хотел "Мювенпик", посетителите имаха възможността да дегустират над 100 вида вино и да се запознаят с филм за българското винарство. В проведената след официалното откриване пресконференция взеха участие извънредният и пълномощен министър на Република България в Чехия Маргарита Ганева, търговската представителка на Българското посолство Диляна Георгиева, представители на фирмите-участнички, много журналисти.