

27.12.2018



VANJA ALIČ

Od zemlje do vina: Aleš Kristančič vina ne prodaja, a nekdo ga vseeno kupi

Z Alešem Kristančičem iz kleti Movia, z najbolj netalementiranim prodajalcem, kot sam pravi, smo se pogovarjali o prodaji vina. Zgodbo bomo izjemoma objavili v dveh nadaljevanjih.



Aleš Kristančič-Movia Foto: Aleš Beno

Pred dobrim letom smo si v rubriki Od zemlje do vina zadali, da bomo pripravili serijo prispevkov o tem, kako nastane vino – od nakupa zemljišča in priprave vinogradov do steklenice na polici v trgovini. Prejšnji mesec smo s preverbo v **Ptujski kleti**, kaj vse je pomembno za **stekleničenje vina**, prišli do konca. No, ne še povsem, saj je treba vino tudi prodati.

Odpravili smo se v Goriška brda, k vinarju, ki je resnim slovenskim vinom tlakoval pot na tuje v začetku devetdesetih letih prejšnjega stoletja z dvema zvrstema – z velikim belim in velikim rdečim. Ena najvplivnejših vinskih revij na svetu, ameriški Wine and Spirits, je vinsko klet **Movia** kar osemkrat uvrstila med 100 najboljših kletih na svetu, cvetober svetovnih vinskih kritikov pa je **Aleša Kristančiča** leta 2007 posadil na piedestal 12 najvplivnejših vinskih osebnosti na svetu. In še bi lahko naštevali ...

Preverite opise vin iz kleti Movia v Vinskem vodniku 2018.

Skratka, Kristančič ne le da zna pridelati svetovna vina, zna jih tudi dobro tržiti in prodati, je misel vsakogar, ki vsaj bežno spremlja vinsko sceno. Pa to drži? Lahko kar tako postavimo enačaj med Kristančičevim uspehom na svetovnem trgu in njegovim znanjem o prodaji vina? »O sebi mislim, da sem slab prodajalec. O poslu ne znam povedati nič pametnega. Kamorkoli pridem, se od poslovne debate vedno vračam v vinograd in klet. Če bi bil odgovoren za prodajo vina v večji kleti, kjer je delo razdeljeno, ne vem, ali bi ga znal prodati. To lahko storim le, če sem vpet v vse procese nastanka vina, od začetka do konca,« začne Kristančič, čigar »prodajno zgodbo« bomo izjemoma objavili v dveh nadaljevanjih.

A za prodajo vina nima posebnega recepta. Oziroma povedano drugače: njegov recept temelji na vsem drugem, le na biznisu ne. Preprosto pove zgodbo, kako pridelava vino. »Vino pokažem in povem tisto, kar čutim v danem trenutku. Nikoli pa ne znam tega ponoviti. Včasih se kupci čudijo, ker sem jim prvič povedal nekaj, drugič pa čisto nekaj drugega. A to ne pomeni, da je bila prva varianta zlagana, preprosto se mi je ob drugi priložnosti zdelo pomembno kaj drugega. Sem samo človek iz mesa in krvi, ne iz plastike.«



Foto: Aleš Beno

O Ameriki je sanjal že kot otrok

Kristančič je na Ameriko, ki je danes glavni prodajni trg za njegova vina, prvič pomislil že v drugem razredu osnovne šole ob neljubem dogodku s prodajo grozdja čez mejo, v Italiji.

»Prebrali smo ga, kot da bi bilo jedilno grozdje za na mizo, ne pa za vino. Zloženo 'v nulo'. Na prodajno mesto smo zamudili deset minut, ker nas ni zanimal le denar, ampak tudi kvaliteta grozdja. Človek, ki nas je sicer cenil, ampak je že bil generacija, ki skorajda nima več povezave s kmetijstvom, zaradi malenkostne zamude grozdja ni niti pogledal. Rekel je samo, naj pridemo jutri. Tata je bil zgrožen. Pripeljemo fenomenalno sveže grozdje, on pa ga bo šele jutri prešal. Na prigovarjanje očeta, naj vendarle zdaj prevzame

grozdje, je odvrnil, češ kaj se repenči, saj mu bo plačal. Le pripelje naj ga še enkrat jutri.«

Prispevek smo pripravili v sodelovanju z **Novo KBM**. Nova KBM si prizadeva za dolgoročno utrjene poslovne vezi s svojimi strankami – z nekaterimi sodeluje že več kot 40 let –, ki v njih prepoznavajo zanesljivega poslovnega partnerja pri uresničevanju svojih poslovnih idej.

Vabljeni k ogledu prejšnjih prispevkov:

Pametno je najeti lokalne mojstre, ki poznajo teren

Cepljenke so včasih vzgajali doma, danes za to skrbijo trsničarji

Rez vinske trte odločilno vpliva na kakovost grozdja in vina

Če pri čem vinar ne sme varčevati, so to sodi in zamaški

Mikrooksidacija je v betonu precej večja kot v novem bariku

Navojni zamašek bolje tesni in v vinu ohranja svežino

Zamaški diam jamčijo, da vino ne bo imelo vonja po zamašku

Plutovinast zamašek ni le relikv preteklosti

Trta je skromna rastlina, ki ne potrebuje veliko hranil

Poanta zelenih opravil je, da se izboljša mikroklima v vinogradu

Letina bo kakovostna in hkrati količinsko bogata, kot že dolgo ne

V kleti se ne čara, grozdju je treba zaupati

V zadnjem času je najbolj zaželena burgundska steklenica

Tako Kristančičema ni preostalo drugega, kot da odpeljeta grozdje domov. »Na poti domov sem opazil, da je tata postajal rdeč, malodane je eksplodiral. Opazil sem to ponižanost. Zato sem mu rekel, boš videl, da bomo enkrat prodali vino v Ameriko. To sem imel potem ves čas v glavi. Vedel sem, da to niso nerealne sanje. Samo čas je bil potreben; da bomo imeli tudi mi boljše traktorje in drugo opremo, ki so jo takrat imeli Italijani,« se spominja vinar iz Ceglega.

Danes je seveda povsem drugače. Ko vino ustekleniči, že ve, da je prodano. Sicer ga ne spravi v steklenico. In razlago filozofsko zaplete: »Vino ni blago, ki se mora ponujati. Vinar ne ponuja praznika, ampak nekaj, kar je našel v naravi. Ali se voda ponuja? Pri nas se voda ponuja, ko je nekemu slabo, sicer si jo sam vzameš. Z vinom je podobno. Če sem vino ustekleničil, sem prepričan tudi, da ga bo nekdo spil. Ne da ga bom prodal, ampak nekdo ga bo kupil.«



Foto: Aleš Beno

Treba je spakirati kovček in jo mahnuti v svet

Vse lepo in prav, vendar vsakdo nekje začne. Zakaj bi se nekdo v Ameriki v poplavi vina z vseh koncev sveta odločil ravno za briško? Nekje ga mora pokusiti, torej ga mora nekdo ponuditi ...

»Takrat je treba spakirati kovček in se odpraviti po svetu, kot sem storil tudi sam. Spoznavati je treba ljudi. Sam sem najprej prišel do nekega Nemca, ta

me je pripeljal do Avstrijca ... A v Avstriji in Nemčiji smo bili takrat petelini, ki smo prezgodaj kikirikali. Danes so vsi v oranžnih vinih in teh rečeh, pred 25 leti pa so te v Avstriji čudno gledali in spraševali, zakaj jim ponujaš tri leta staro vino. Bili smo pred časom,« je prepričan sogovornik.

Potem se je odprla Italija. Aleš Kristančič je spoznal **Luco Gargana** (Velier), legendarnega trgovca z žganimi pijačami, ki je znal poslušati. Zanj Kristančič pravi, da je res lovec na talente. Kmalu sta postala prijatelja. »Z vsemi ljudmi, s katerimi smo povezani v poslu, smo tudi prijatelji. Sam ne znam drugače. Ne mislite, da med prijatelji ni biznisa. Če izgubiš prijatelja, ko začneš z njim poslovati, pomeni, da ni bil pravi prijatelj. To je morda naiven svet, a to je moj svet.«



Foto: Aleš Beno

Leta 2000 je bila vinska klet Movia pri ljubiteljih butičnih pridelovalcev vina že krepko priznana blagovna znamka. Kristančič je po svetu – od ZDA do Japonske - predstavljal dve najbolj reprezentativni hišni vini – veliko belo in

veliko rdeče. Takrat sta ti dve vini pomenili 60 odstotkov pridelave. A Kristančič je za trg pripravljaj dve novi vini – puro in lunar, ki temeljita na drugačnih principih in zahtevata tudi drugačno, za novosti dovzetno publiko.

In kaj je storil? Izkoristil je slavo velikega belega in rdečega za promocijo novih vin. »Luca Gargano me je peljal na promocijo v Italijo. Na uho mu je prišlo, da želim narediti peneče se vino. Začel me je opozarjati, da velja Movia za tradicionalno hišo, kjer se dela vino brez kupljenih glivic, kjer velja tradicija, ki se prenaša iz roda v rod ... Spraševal me je, ali bom zdaj delal še rose in peneče se vino tako kot drugi? Ja, sem mu rekel, ampak naredil bom peneče se vino, v katero verjamem.«



Foto: Aleš Beno

»Če me nekaj zanima, me nič ne ustavi«

Marsikdo ne ve, da je imela hiša Movia med letoma 1994 in 1996 predhodnika pura. Movia classic se je imenovala penina. Kristančič se je

osnov za mehurčke učil pri mojstru v Italiji, v sosednjem okolišu Colli Orientali del Friuli oziroma Vzhodnem Furlanskem gričevju, kot se reče po slovensko. Obiskal pa je tudi nekaj kleti v Šampanji.

»Tata me je spraševal, ali sem normalen, da bom trgal zeleno grozdje. Dejansko je imel prav. A moral sem poskusiti. Ko pa sem imel v glavi puro, me ni moglo nič več ustaviti. Bil sem kot rušilec, četudi sem se zavedal, da lahko izgubim celoten dotedanji trg,« prizna vinar.

Pogosto se je dogajalo, da je na dogodkih, ki naj bi pripomogli k pospešitvi prodaje velikega belega in rdečega, v petih minutah zdrdral, kar je bilo treba, in že preusmeril pozornost na nov produkt – na puro. In o njem govoril dve uri.



Foto: Aleš Beno

»Veliko belo je klasa, cenjeno vino. Lahko bi ga izpopolnjeval do perfekcije, vsako leto eno nianso, ampak ... Kaj najraje počneš v življenju? Tisto, kar te v

danem trenutku najbolj intrigira. Ljudje se pač spreminjamo. Veliko belo ni zaradi tega nič slabše vino. A če bi imel klasičnega uvoznika, mi prej ne bi nič rekel, ko pa bi puro naredil, bi me mirno odslovil, češ da ga zanima le veliko belo. Zato je pomembno, s kakšnimi ljudmi delaš.«

Pri puru in malce pozneje rojenemu lunarju pa nastopi še en pomemben trenutek: ni namreč dovolj povedati zgodbo in prodati vino, marveč je treba ljudi naučiti še, kako se vino hrani in kako se ga odpira. To sta vini, pravi Kristančič, ki imata uspeh samo v zelo dobrih restavracijah, kjer imajo seveda zelo dobre sommelierje.

»Si predstavljate, ko sem pripeljal vino in nekemu vrhunskemu sommelierju rekel, da ga moram naučiti, kako se steklenica odpira? Danes je drugače, ampak takrat je bilo to, milo rečeno, drzno. In zabavno, seveda. Oni so bili namreč carji. Četudi bi takrat dejal, da sem iz sosednje vasi, od koder je **Nikola Tesla**, ne bi kaj prida pomagalo. Jaz pa o lunarju,« se smeje sogovornik.



Foto: Aleš Beno