

## Етнографски музей стартира "Дефиле на младото вино в Стария Пловдив"

28 ноември 2009 г.

20:24



На 28 ноември, от 11 часа с хора и песни ансамбъл "Тракия" сложи началото на празника на виното в двора на Етнографския музей. По-късно представителите на Европейски рицарски орден на виното-Консулат България обходиха всички винопроизводители със знаме, бокал, скипър и меч в ръка, за да ги поздравят тържествено и им пожелаят успех и добри вина. След церемонията Орденът продължи празника си в бутикова изба "Тодоров"-с. Брестовица, собственика на която също участва в обхода. Известни личности и официални лица се насладиха на уникалните вина и приятната атмосфера в избата.



Посетителите се радваха на слънчевото време и обикаляха с чаши и усмивки. Дори журналистите, ресторантиерите и хотелиерите бяха видимо развеселени, от което се обърка и програмата за презентации на участниците в Дефиле в младото вино в Стария Пловдив 2009.

Първата изба, която разля вино, беше Беса Валеи-с. Огняново. Последваха я Новоселска гъмза-Видин и Винзавод Асеновград. Проучване на входовете, където се продаваха билетите от 3 лева, показа че потребителите харесват белия еликсир на **Беса Валеи**. Може би и затова толкова бързо свърши. Голяма част от присъстващите казаха, че отлично познават изисканата им Енира /посетителско мнение/, която беше презентирана в медиите усилено. Избата е определяна като стилна, елитарна, с отличима визия. Хората на средна възраст обаче не знаеха почти нищо за прекрасните ѝ възможности за винен туризъм. През 2005 година журналист сложи най-точния етикет за тях "**Синята кръв в българското вино**". Това определено може да бъде потвърдено, казаха туроператори, които също бяха дошли да настроят своите ориентири за партньорство.



В Етнографски музей съвместно се представяха **Новоселска гъмза** и **Меди Валеи**, обединени в холдинг "Доверие". Тъй като масите им бяха разположени нависоко, бяха определени като фейс контрол на събитието. По-възрастните посетители споделиха с анкетиращите, че сортът е особено труден и специфичен и констатираха, че това е една от марките на България, но за жалост насажденията на този сорт са твърде малко. Момичета от ЕГ "Пловдив" си записваха впечатления от чуждестранните посетители на входовете. Те отчетоха, че иностранците знаят за сорта гъмза, който свързват единствено с България. Затова още в началото на излизане са били разпитани за впечатленията им. Интересни впечатления са получени от група италианци, чиито екскурзовод е раздал няколко чаши, без да уведомява какво е виното. Тяхната констатация е била, че гъмзата е специфично вино, което липсва на техния пазар и са изказали предпочитанията си за него. Вероятно по тази причина и журналисти са прихванали "вируса" на гъмзата и повечето снимки в някои медии са били именно от техния щанд.



Британци, попаднали случайно на първия ден от събитието, са били изненадани от високото качество на вината на **Драгомир**. Сред тях е имало и познавачи, които са отчели високия клас на продукта на винарското имение. Същата ласкава оценка са получили и вината на **Домейн Юстина**. На ученичките от английската гимназия посетителите са разказали, че са щастливи с българските си съпруги, както и с българското вино. Определено визията на етикетите е била оценена също от англичаните. Тук отличниците са били **Драгомир, Пълдин, Вила Винифера, Черноморско злато**. Американци са били впечатлени от последните, като са потърсили информация веднага от девоичките на езиковото школо.

**Винзавод Асеновград**, традиционно свързан с мавруда, намери отново своите почитатели на дефилето, които бяха дошли, за да го премират. Те се възползваха от билетчетата от 1 лев и посетиха само Етнографския музей. Момичетата, които събираха мнения, са забелязали посетители над 50 години, изкачващи с трудности уличките на Стария град, за да подкрепят спомена от своята младост, своя предпочитан вкус и вината, станали желани гости на трапезите им преди години. Не им изневеряваме - ние сме традиционалисти и не искаме да сменяме този вкус. Може би и по тази причина радио "Татковина", което излъчва за българите в чужбина, първо се обърна към г-н Стефанов като доайен в бранша за коментар. Изключително впечатлени обаче останаха и посетителите на средна възраст заради видимото развитие на винзавода, промяната във визията и новите серии.

Според мнението на посетителите и организаторите в Етнографски музей, където се намираха тези винопроизводители, имаше добра организация и неслучайно беше "начало" и "край" на празника. Отлични отзиви имаше и от уредниците на галерия "Злато Бояджиев" и галерия "Енчо Пиронков".

Къща Георгиади беше приютила един от старите фаворите сред винзаводите - **Винпром Русе**. Тяхното бяло вино беше отбелязано като много добро. Приятно бяха изненадани и ресторантьорите, които признаха, че не познават добре продуктите им. И въпреки, че непознати за масовия потребител бяха **Домейн Юстина**, те определено бяха високо премирани от специалистите, посетили събитието. Добриня Палаурова сподели, че политиката на фирмата е да предлага вината не в търговската мрежа, а в изискани ресторанти. Юстина може да бъде свързана още и с Томика Метал - производител на уреди и съоръжения за тази отрасъл.

Въпреки, че професионалистите не познаваха добре **ВИ Ямантиеви**, техният щанд беше пълен постоянно. Те са познати на пазара под марките Marle Land, Yamantievs и Villa Armira. Според представители на дизайнерски фирми и студиа, посетили събитието, тяхната реклама е атрактивна и запомняща се. Имената на марките са "попадение в десетката" и определено това ще са вината на масовия потребител при повече реклама, съдейки по наплива на масите им. Като вино на масовия потребител може да бъде определено и това на **Бонини** - с. Брестовица. Те се отличиха като емблематични сред търсещите приятната разпивка, носеща дъх на истинско вино с традиции. Като усещане на дом, определиха по-възрастни пловдивчани вината им и на няколко пъти се нареждаха да си купят от предлаганото. Винарска къща **Бонини** има претенциите да развива селски туризъм и може да постигне успешно това заради неповторимото усещане за автентичност, което предлага на посетителите си в избата, широкия набор от вкусови гами и насищането с уют и топлина. Избата е стара, с традиции от около 70 години. Това е семеен бизнес,

казаха собствениците и доказателство за високата оценка са публикациите в чуждата преса. Техният Рубин спечели доста привърженици, които обаче го таксуваха при розето неправилно. Иначе се представяха с бяло и червено вино, което беше проучвано и широката публика. В края на първия ден заваляха отличните отзиви за вината им, видими в несгънатите анкетни карти в прозрачните урни.

Като дизайнерски попадения бяха характеризирани щандовете на **Вила Винифера** и **Пълдин**, разположени в галерия Енчо Пиронков. Повече наклоняване на потребителското предпочитание дойде в светлата гама на първия представител. Приятно бяха изненадани ресторантьорите обаче от Пълдин, защото то намериха ново усещане и отлично презентиране от страна на представителите им. Висок клас и стил са отчетени като мнения на входовете от анкетиращите за винарско имение **Драгомир**, позиционирано в къща Хиндлиян. Адмирациите към тях бяха получени от познавачи. Те бяха и едни от най-силните претенденти за наградата за червеното вино.

В къща Недкович **Малката звезда-Харманли** и и бутикова **винарска изба Тодоров-с.Брестовица** показаха разноликост и покритие на пълна гама вкусове. Предпочитанията на голяма част от младите потребители наклониха към представителя на Харманли. Анкетираните споделиха, че познават сравнително младата изба, позната им от ресторантите и изложения. Бутиковата изба Тодоров беше премирана масово пък в края на деня от голяма група позакъснели посетители на средна възраст. Те гласуваха съвсем явно за белия елексир на Тодоров.

Добри бяха отзивите за розето на **Загрей** и новата серия на **Катаржина Естейт**. Те бяха съседи по щанд в галерия Златю Бояджиев и събраха доста почитатели. Някак си местоположението им на ул. "Съборна" ги направи публични презентатори на посетителите на Старинен Пловдив. От тях сякаш мирише на вино, споделиха и живеещите в архитектурния резерват.

**Пълдин** и **Вила Винифера** представиха своите вина в къща Енчо Пиронков. Обектът беше обявен от посетителите като най-стилен. Анкетиращите забелязаха, че навън кометарите за Пълдин бяха изключително добри, въпреки че отчетоха като малка рекламата им за тях. Бялото вино на Вила Винифера събра доста почитатели и може би ще се налага на пазара успешно, предвидиха те. По начина си на представяне тези изби явно дадоха заявка, че налагат и търсят нова култура на потреблението. Определено Роси Кючукова беше видимо позната в региона, защото също се отличиха типично нейните почитатели. Фирмата е позната и с туристическите си атракции и определено се вписва отлично с тази си своя специфика в яката от много винарски изби в Брестовица и полите на Родопите. Посетителите от района обаче посочиха, че Тодоров там определено е най-изявения фаворит като бутикова изба.

На 28 ноември дефилето на младото вино се отличи и с най-неуморните, които не подгънаха крак и за минутка. Балабанова къща приюти **Черноморско злато-Поморие** и **Шато Копса**, които не бяха познати на пловдивчани. Почти през целия ден се разчитаха явните предпочитания към морските представители. Демонстраторите от шато Копса, явно маркираха с видео презентацията си, че успешно реализират връзката туризъм-вино.

Старият морски фаворит също си имаше свои фенове от специалистите, може би затова те последни по тъмно затвориха. В Пловдив обаче масовият потребител не ги познаваше много, независимо от много то си награди - български и чужди. **Румелия, Драгомир и Бонини** бяха също не толкова известни на публиката, но пък спечелиха доверието и доста от гласовете в прозрачните урни на някои несгънати листчета в прозрачните урни съвсем ясна се виждаха, че немало са гласувалите за тях. Имаше специално посетители, дошли да видят първите две изби, които бяха охарактеризирани с изби на спецовете в бранша.

Освен това вината на **Бонини, Вила Винифера и шато Копса** съвсем наскоро бяха представени на туристическото изложение в Лондон от експертите на Община Пловдив на важни гости и посетители. Борсата е втората по големина и значимост след Ай Ти Би в Берлин.