

f m

FUTURE MAKERS

Olive Vision

Βραβείο Gran Prestige Gold 2012 στον διεθνή διαγωνισμό TerraOliveo, πρώτο ελληνικό προϊόν στη λίστα της Λέσχης Αρχιμαγείρων Γερμανίας, και ένα δίκτυο που διακινεί το εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο Moria Elea από ΗΠΑ μέχρι Ρωσία σε λιγότερο από έξι μήνες. Οι Κώστας Μπαλάφας και Γιώργος Δημαράκης μας... βγάζουν το λάδι και μας συστήνουν την εταιρεία τους.

Από τη Μιράντα Παπαδοπούλου

Η περιουσία υπήρχε πάντα στην οικογένεια - 100 στρέμματα γης σε ένα προικισμένο τόπο στην Ερμιόνη Αργολίδας που βγάζει δυο ιδιαίτερες ποικιλίες, την κορωνέικη, σήμα κατατεθέν για την ποιότητα του ελαιολάδου, και μανάκι, με μικρή παραγωγή μόνο στην Πελοπόννησο που δίνει ένα γλυκό και αρωματικό αποτέλεσμα. Ο συνδυασμός τους, μάλιστα, έχει κατοχυρωθεί ως Προϊόν Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης Κρανιδίου.

Μέχρι το 2010, όμως, αυτή η περιουσία ήταν περισσότερο για τις φθινοπωρινές αποδράσεις, το μάζεμα της ελιάς -όπου συγκεντρωνόταν όλη η οικογένεια- και το ελαιόλαδο για τις προσωπικές ανάγκες και φίλους. Όταν αποφασίσαμε ότι αυτό θα μπορούσε να μας οδηγήσει σε κάτι παραπάνω, προσπαθήσαμε να βελτιώσουμε πρώτα για την ποιότητά του. Κάναμε μια σειρά από ελέγχους και αναλύσεις, παρακολουθήσαμε σεμινάρια στο Ινστιτούτο Γεωπονικών Επιστημών, συζητήσαμε με ειδικούς από το Γεωπονικό Αθηνών, δοκιμάσαμε διάφορες εκδοχές και σκεφτήκαμε ότι η μόνη λύση για να πάρει κανείς το ρίσκο να μπει σε μια τόσο ανταγωνιστική αγορά όπως του ελαιολάδου είναι να δημιουργήσει ένα ισχυρό brand name.

Ο στόχος, λοιπόν, ήταν να δημιουργήσουμε ένα επώνυμο premium εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο, ελέγχοντας κάθε στάδιο, από την παραγωγή στην κατανάλωση με ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης, που να αποδεικνύει την αξία της ελληνικής γης και να υποστηρίζει το όνομά του στο εξωτερικό.

Τον Αύγουστο του 2011, μια αποχώρηση από την πολυεθνική όπου εργαζόμουν ήταν καθοριστική για να πάρουμε την τελική απόφαση και να ιδρύσουμε την Olive Vision. Οργανώσαμε τα πλάνα μας, επενδύσαμε δικά μας κεφάλαια -ο δανεισμός και η επιδό-



τηση είναι απαγορευτικά για έναν νέο επιχειρηματία- και μέχρι τον Ιανουάριο είχαμε κυκλοφορήσει το πρώτο μπουκάλι Moria Elea. Το προϊόν συλλέγεται με το χέρι, πηγαίνει δύο φορές τη μέρα στο ελαιοτριβείο για να μην παραμένει στη γη και οξειδώνεται, η εμφιάλωση γίνεται χειροκίνητα κάτω από αυστηρές συνθήκες υγιεινής και κάθε χρόνο κυκλοφορούμε περιορισμένο αριθμό για να μπορέσουμε να εξασφαλίσουμε την ποιότητα (για το 2012 13.000 μπουκάλια με αριθμηση στο μπροστινό μέρος της ετικέτας).

Από την αρχή απευθυνόμασταν στις αγορές του εξωτερικού. Όχι για κανένα άλλο λόγο, αλλά για να δημιουργήσουμε συνθήκη. Οι πρώτες απόπειρες δεν ήταν ακριβώς αυτό που περιμέναμε. Τίποτα, όμως, δεν είναι πιο προκλητικό από ένα εμπόδιο. Ειδικά όταν έχεις τον ενθουσιασμό του πρωτάρη (γέλια). Αλλάξαμε στρατηγική, στοχεύσαμε μεγάλα delicatessen, top class εστιατόρια, πολυτελή ξενοδοχεία και επενδύσαμε πολύ χρόνο για να

δημιουργήσουμε μια διαφορετική εικόνα.

Τα καλά νέα δεν άργησαν να έρθουν, με το πρώτο βραβείο το 2012 στον διεθνή διαγωνισμό TerraOliveo και τις πρώτες συμφωνίες. Έξι μήνες μετά, έχουμε οργανώσει ένα δίκτυο που διοικεί το προϊόν από Ρωσία, Γερμανία, Αυστρία, Ελβετία, Ολλανδία, Γαλλία μέχρι Μεγάλη Βρετανία, Βέλγιο και Ρουμανία, ενώ περιμένουμε παραγγελίες από Αυστραλία, Καναδά και Ιαπωνία. Και μη φανταστεί κανείς ότι είναι εύκολο, όποιος υποστηρίζει ότι αρκεί μια καλή προσπάθεια για να πείσεις αυταπατάται, αλλά μαθαίνουμε μέρα με τη μέρα.

Πριν από μερικές εβδομάδες, μάλιστα, κυκλοφορήσαμε ένα ακόμα ελαιόλαδο, το Band of Chefs, που προορίζεται περισσότερο για μαγειρική χρήση λόγω του ήπιου και αρωματικού χαρακτήρα της ποικιλίας μανάκι. Για τους περισσότερους, μια εταιρεία που προωθεί επώνυμο ελληνικό ελαιόλαδο στο εξωτερικό σε καιρό κρίσης είναι από μόνη της δοκιμαστική, αλλά αυτό που έχει σημασία όταν ξεκινάς είναι να πιστεύεις στο όραμά σου... Και χρωστάμε μεγάλο ευχαριστώ σε αυτούς που πίστεψαν στο δικό μας.



- Το όνομα προέρχεται από τη Μορία Ελαία, την ελιά που φύτεψε η θεά Αθηνά στην Ακρόπολη νικώντας τον Ποσειδώνα και δίνοντάς το όνομά της στην Αθήνα (η αναπαράσταση βρίσκεται στο δυτικό αέτωμα του Παρθενώνα στο Μουσείο Ακρόπολης).
- Ο σχεδιασμός του εικαστικού έγινε από το δημιουργικό γραφείο Sereal Designers, το μπουκάλι και το πώμα από οξιά έρχονται από Γαλλία και το βαμβακερό πανί και το ξύλινο κουτί κατά παραγγελία από τεχνίτες στην Ελλάδα.
- Ο Κώστας Μπαλάφας σπούδασε Πολιτικές Επιστήμες και Διεθνείς Σχέσεις στο Πάνατιο, το 2001 πήρε μεταπτυχιακό στο Μάρκετινγκ στο Οικονομικό Αθηνών, ήταν συνιδρυτής και συνδιοκτήτης του περιοδικού «Υποβρύχιο» και κατά τη διάρκεια της θητείας του στη Friesland δημιούργησε τα γιαούρτια Νουνού Yotopia, τη μεγαλύτερη επιτυχία της εταιρείας σε αυτή την κατηγορία.
- Το 2012 ξεκίνησε την Αγροπεριχείριση, μια εταιρεία που διοργανώνει σεμινάρια μάρκετινγκ και μανάτζμεντ σε νέους αγρότες. Το επόμενο σεμινάριο με θέμα «Πώς να δημιουργήσετε τη δική σας επώνυμη μάρκα αγροτικού προϊόντος - Τα στάδια από την παραγωγή στον καταναλωτή» πραγματοποιείται στις 3 Νοεμβρίου (www.agropexirein.gr).
- Ο Γιώργος Δημαράκης σπούδασε Πληροφορική στο Οικονομικό Αθηνών και εργάστηκε ως σύμβουλος στην εταιρεία πληροφορικής Cognity. Είναι πιστοποιημένος δοκιμαστής ελαιολάδου και έχει συμμετάσχει σε σεμινάρια γευσιγνωσίας.

* Περισσότερα:
www.olivevision.gr,
www.moriaelea.com