

Της **ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑΣ ΧΑΛΙΔΗΝΗ**
k.chalideni@realnews.gr

Από τη χώρα των Κελτών, την Ιρλανδία, μέχρι την Ιαπωνία, μία από τις σημαντικότερες αγορές τροφίμων στον κόσμο, ένα ελληνικό προϊόν με καταγωγή από την Καλαμάτα, το «Χρυσόμελο», γνωρίζει εκπληκτική αύξηση την τελευταία διετία, με το εξαγωγικό του προφίλ να περιλαμβάνει, πλέον, παρουσία σε πάνω από δεκαπέντε χώρες σε όλο τον κόσμο. Το μέλι του Γιάννη Ταμπάρης και της γυναίκας του Χρύσας Νικηφόρου πήρε σάρκα και οστά μόλις τέσσερα χρόνια πριν - από δύο ανθρώπους που γνώριζαν τον κόσμο της μελισσοκομίας μόνο ως χόμπι - με τον Γιάννη να παίρνει την απόφαση το 2013 να φύγει από τη Δημοτική Αστυνομία της Αθήνας και να «ενταχθεί» επαγγελματικά σε έναν από τους πλέον υποαξιόματους κλάδους της αγροτικής παραγωγής. Ξενοδοκία αλλά και σούπερ μάρκετ της Ιρλανδίας της Αγγλίας, της Γερμανίας, της Αυστρίας, της Τσεχίας, της Σλοβακίας, της Κύπρου, της Ολλανδίας, του Βελγίου, της Πολωνίας αλλά και της Αθήνας άκουγαν στα ράφια τους το ελληνικό «Χρυσόμελο» αποδεικνύοντας ότι με μεράκι, πολλή δουλειά και στόχο μπορεί το ελληνικό επιχειρείν να αναπτυχθεί στις απαιτητικές αγορές του εξωτερικού.

Στην άκρη της Ασίας

Μάλιστα, η εξακρίβωση επικύρωσε πριν από δύο χρόνια στην «έκδοξη» αγορά της Ιαπωνίας, κερδίζοντας ένα μεγάλο στοιχείο, αρχικά δύσκολο για την ελληνική επιχειρηματικότητα, με το μέλι της να είναι η μοναδική ελληνική συμμετοχή που πήρε μέρος πριν από δύο μήνες στο ιαπωνικό φεστιβάλ μελιού, το «Honey fest», στο Τόκιο. «Πριν από δύο χρόνια, στείλαμε τα πρώτα πέντε κιλά στην Ιαπωνία. Ημεράζαν συγκεντρωμένα εισιτήρια για το αποτέλεσμα της συνταγασίας, καθώς γνωρίζαμε ότι πρόκειται για μια απαιτητική και κλειστή αγορά. Βλέπεται, οι Ιάπωνες υποστηρίζουν τα δικά τους προϊόντα, καθώς διαθέτουν μια τεράστια εύφορη γη. Στον αντίποδο, όμως, πρόκειται για μία αγορά με μεγάλη προσοχή, με τον μέσο Ιάπωνε να έχει μεγάλη οικονομική άνεση και να δαπανά μεγαλύτερα ποσά από τα διαθέσιμα εισοδήματός του για καταναλωτικά αγαθά απ' ό,τι συμβαίνει σε άλλες ανεπτυγμένες αγορές. Βασικά χαρακτηριστικά τους είναι, μάλιστα, ότι προτιμούν προϊόντα με καθαρές γεύσεις χωρίς καθόλου προσμίξεις. Έτσι φτιάσαμε, σήμερα να στέλνουμε στην Ιαπωνία μία παλέτα τον μήνα, η οποία σε νούμερα αποτυπώνεται σε 800 βαζάκια μελιού» δηλώνει στη Realnews, ο ιδρυτής, Γ. Ταμπάρης. Να σημειώσουμε ότι μέσα στα επόμενα σχέδια του ζευγαριού είναι να λανσάρουν στην αγορά της Ιαπωνίας ειδικές συσκευασίες, οι οποίες θα είναι αφιερωμένες στους Ολυμπιακούς Αγώνες που θα γίνουν στο Τόκιο το 2020. Η συγκεκριμένη κερφόνη περιλαμβάνει βαζάκια μελιού που στην ετικέτα τους θα αναγράφονται ιστορίες αλλά και μηνύματα για την ιστορία των Ολυμπιακών Αγώνων που ξεκίνησαν από την Ελλάδα.

Το χόμπι έγινε δουλειά

Η νοσηλεύτρια Χρύσα και ο Γιάννης που εργαζόταν στη Δημοτική Αστυνομία Αθηνών, παραγγέλναν το δικό τους μέλι στα Μγα μέλισσα



«**ΕΠΙΤΗΥΞΗ** το όνομα της επένδυσής από το όνομα της γυναίκας μου, αλλά και επειδή θεωρούσα ότι το μέλι είναι ο ελληνικός χρυσός. Έτσι προαίρεσα στην παραγωγή των προϊόντων», παραγγέλει στον «8» ο Γιάννης Ταμπάρης

Από την Καλαμάτα στην Ιρλανδία

Το «Χρυσόμελο» αποδεικνύει ότι με μεράκι, πολλή δουλειά και στόχο μπορεί το ελληνικό επιχειρείν να αναπτυχθεί στις απαιτητικές αγορές του εξωτερικού

που δέχεται στο Πλάι Μικρασίας και το δάριζαν σε φίλους και γνωστούς. Η δραστηριότητα με τη μελισσοκομία ήταν γι' αυτούς ένα χόμπι αλλά και ένας λόγος παραπάνω για να επεκταθούν το κωφό τους. Το 2013, και καθώς η κρίση βόθαινε όλο και περισσότερο, συνειδητοποίησαν ότι η τρέχουσα κατάσταση δεν θα ήταν προσωρινή. Το ζευγάρι ζευγάρη αποφάσισε να δημιουργήσει τη δική του οικογενειακή επιχείρηση με αρχικό κεφάλαιο 40.000 ευρώ, χρήματα τα οποία είχε μαζέψει από το γάμο του αλλά και από τις προηγούμενες εργασίες του. «Τα χρήματά μας επενδύθηκαν στη δημιουργία μιας μονάδας παραγωγής στην Αθήνα, στην αγορά περσιόσπερμης μελισσών, αλλά και στα μάρκετινγκ. Πιστεύαμε ότι για να διαφοροποιηθούμε, πέραν του ποιοτικού μελιού, θα έπρε-

πε να διαθέτουμε μία καλή ετικέτα και μία καλύτερη προώθηση του προϊόντος μας. Επιπλέον, σκεφτήκαμε το όνομα της επένδυσής από το όνομα της γυναίκας μου αλλά και επειδή θεωρούσα ότι το μέλι είναι ο ελληνικός χρυσός. Έτσι προαίρεσα στην παραγωγή των προϊόντων», παραγγέλει ο επιχειρηματίας.

Ποιοτική διαφορά

Η γεύση των εκλεκτών προϊόντων του «Χρυσόμελου» περιλαμβάνει από τις πιο σπάνιες ποικιλίες όπως είναι το μέλι ασφάκας καθώς είναι πολύ δύσκολο η συγκομιδή του από τις μέλισσες, αλλά και τις πιο ελαστικές όπως είναι το μέλι ανθέμων, το θυμιαριστό της Βελανιδιάς, το μέλι κρέμας αλλά και το μέλι πορτοκαλιών. «Οι μελισσοκόμοι δεν προτιμούν το μέλι της ασφάκας γιατί τα μέλισσες στα οποία θα δραστηριοποιηθούν οι μέλισσες για να το παραδώσουν αποδυναμώνονται, με αποτέλεσμα να γράσει να τα ξενοδοκάρουν. Εμείς κρατάμε έναν αριθμό μελισσών μόνο για αυτή την ποικιλία. Σε μία κλίμα κερνά βγάζουμε γύρω στα 500 κιλά, συμπεριλαμβανομένου ο Γ. Ταμπάρης. Εκτός από τις ποικιλίες μελιών, το πολυπλοκώ ζευγάρι προσώρησε και στις προηγμένες φηφάνιες θυμιαριστό μέλι με μύρτιλο, αλλά και μέλι ανθέμων με λευκό αμυγδαλά. Τα εξαρτητικά προϊόντα του «Χρυσόμελου» βρίσκονται σε νεοελαττών καταστήματα και σε ξενοδοχεία σε όλη την Ελλάδα. «Στην ελληνική αγορά, τα προϊόντα μας έχουν πουληθεί σε 200 σημεία, με μερικά από αυτά να είναι σε πολυπληθ ξενοδοχεία της Αθήνας αλλά και σε καταστήματα επίσημης του αεροδρομίου της Αθήνας», προσηύχεται ο επιχειρηματίας.

