

ΑΠΟ ΤΗΝ
ΝΤΙΑΝΑ ΚΑΡΤΣΑΓΚΟΥΑΗ

Σε ένα διώροφο κτίριο στην οδό Σουηδίας – έναν από τους πιο ήσυχους δρόμους του Κολωνακίου – στεγάζεται η γαστρονομική οάση που έχει δημιουργήσει ο Γιάννης Στασινόπουλος, ιδιοκτήτης της εταιρείας Fine Food & Services. Πρόκειται για μία – ίσως την αγαπημένη – από τις δραστηριότητες του επιτυχημένου επιχειρηματία που ειδικεύεται στον πολυτελή και ρινέ τουρισμό μέσα από το Fine Group. Οπως περιγράφει ο ίδιος τη διαδρομή του, «πριν από οκτώ χρόνια ξεκινήσαμε στον Αστέρα της Βουλιαγμένης το πρώτο concierge travel services office στην Ελλάδα με σκοπό να εξυπηρετεί τους πελάτες των δύο ξενοδοχείων. Στη διάρκεια της ανακαίνισης του Αστέρα μεταφερθήκαμε στο Χίλτον, όπου ξεκινήσαμε τη δραστηριότητα με τα εκλεκτά γαστρονομικά προϊόντα, που εμένα με ενδιαφέρει προσωπικά».

Από την τρούφα στο χαβιάρι

Η αρχή της ενασχόλησής του με τη γαστρονομία, πέρα από το ότι από πολύ μικρός απολάμβανε το καλό φαγητό και αργότερα, ως φοιτητής ακόμη, του άρεσε να ανακαλύπτει εκλεκτά προϊόντα στα delicatessen του Λονδίνου, έγινε με την ελληνική τρούφα: «Με προσέγγιζαν συλλέκτες τρούφας, οι οποίοι ήξεραν ότι είχα πρόσβαση σε πελάτες που θα ενδιαφέρονταν για premium προϊόντα. Είδα ότι είχε απήχηση και ξεκίνησα μαζί με την τρούφα και άλλα ελληνικά προϊόντα, όπως μέλι και λάδι, και σκέφτηκα ότι μου λείπει ένα καλό χαβιάρι».

Ξεκίνησε λοιπόν να ασχολείται με το ιδιαίτερο αυτό προϊόν και σιγά σιγά να δοκιμάζει διάφορα είδη από την Ελλάδα και το εξωτερικό. Μετά από δυο χρόνια και αρκετό ψάξιμο ξεκίνησε τη συνεργασία του με τον οίκο Petrossian – τον καλύτερο στον κόσμο – που εξελίχθηκε και σε αποκλειστική στην πορεία. «Αρχικά όταν ξεκινήσαμε με το χαβιάρι η ετήσια κατανάλωση ήταν 30-50 κιλά. Τώρα έχουν αυξηθεί οι ανάγκες και έχουμε φτάσει στα 500 κιλά. Αφού είχα ξεκινήσει ήδη τη συνεργασία αυτή, σκέφτηκα ότι ήθελα να κάνω ένα βήμα παραπέρα. Να έχω το δικό μου χαβιάρι».

Επισκέφθηκε φάρμες, δοκίμασε εκλεκτό χαβιάρι από όλον τον κόσμο και έκανε τις επιλογές του: «Μία φάρμα σε δεσμεύει. Επειδή ο οξύρρυγχος είναι μια μοναδική κατηγορία, στην οποία κανένα ψάρι δεν είναι ίδιο με το άλλο και που ποτέ δεν θα σου δώσει το ίδιο προϊόν κάθε χρονιά, αποφάσισα να μην περιοριστώ. Επιλέγουμε κάθε χρόνο τα κορυφαία, από διάφορες φάρμες σε όλον τον κόσμο, τα συσκευάζουμε στη Γερμανία σε ένα εργοστάσιο προηγμένης τεχνολογίας, με όλες τις πιστοποιήσεις, από Ιρανοί οι οποίοι έχουν παράδοση στο πώς να φτιάχνουν το χαβιάρι. Οπως ξέρουμε, το χαβιάρι δεν έχει γεωγραφική ύπαρξη, αφού όλα τα ψάρια προέρχονται από την ίδια



ΓΙΑΝΝΗΣ ΣΤΑΣΙΝΟΠΟΥΛΟΣ

Γνώρισε στους Ελληνες τα κορυφαία γαστρονομικά brands

Από το χαβιάρι του Ιράν και όχι μόνο μέχρι τις πιο σπάνιες τρούφες από την Αλμπα, το Πέριγκορντ αλλά και την Ελλάδα και τις τσακιστές ελιές της Μονής Βατοπαιδίου, ο γνωστός επιχειρηματίας επιλέγει μόνο ό,τι πιο εκλεκτό για τους VIP πελάτες του.



δεξαμενή. (Έχει απαγορευθεί η αλιεία άγριου οξύρρυγχου και επιτρέπεται να χρησιμοποιούνται για βιομηχανική παραγωγή τα αβγά μόνο από τρία είδη, τα οποία είναι εκτροφής.) Η διαφορά συνίσταται στο ότι στο Ιράν, για παράδειγμα, έχουν μια τεχνολογία και παράδοση 300 ετών. Ίσως να έχουν καλό νερό, λόγω της Κασπίας. Το ίδιο συμβαίνει με την Κίνα, που συνορεύει με τη Ρωσία και έχει παρόμοια κλιματολογικά χαρακτηριστικά και το χαβιάρι της θεωρείται το κορυφαίο. Αυτό που είναι απαραίτητο είναι ο πολύ καλός τεχνικός εξοπλισμός, ενώ η ποιότητα μετριέται με το μέγεθος, το χρώμα, τη γεύση, τα οποία μας δίνουν τη δυνατότητα να επιλέγουμε. Εμείς έχουμε οκτώ ποικιλίες και είμαστε από τις ελάχιστες εταιρείες που έχουμε Almas συσκευασμένο, το ακριβότερο και πιο σπάνιο χαβιάρι στον κόσμο από albino beluga. Η σπανιότητά του είναι 1 στα 10 εκατομμύρια ψάρια. Θέλω μόνο το καλύτερο από όπου κι αν προέρχεται και δεν υπάρχει χώρος για μετριότητες».

Το καλύτερο μεταφράζεται σε μια γκάμα από αμέτρητα «delicacies» που μπορεί να βρει κανείς στο ισόγειο του κτίριου: λευκή σπάνια τρούφα, ελληνική και ιταλική, καπνιστά θαλασσινά και jamon από

την Ισπανία, αλεύρι από τους πιο παλιούς μύλους της Ιταλίας, μαρόν γλασέ από τη Γαλλία, μέλι Manuka από την Αυστραλία, μπαχαρικά από τη Σουηδία. Ο Γιάννης Στασινόπουλος επιλέγει μόνο την καλύτερη ποιότητα κάθε προϊόντος από όποια χώρα και αν προέρχεται: «Δοκιμάζω και επιλέγω. Θεωρώ ότι το τι τρώμε είναι πολιτισμός. Θέλουμε φουαγκρά. Πού γίνεται το καλύτερο; Στη Γαλλία. Θα το πάρουμε από εκεί. Φυσικά, αγαπάμε ιδιαίτερα και τα ελληνικά προϊόντα. Ελαιόλαδο, για παράδειγμα, δεν έχουμε φέρει ποτέ ξένο. Έχουμε περγαμινό από την Κρήτη, ελιές από το Βατοπαίδι, μέλι ελάτης βανίλια – που πλέον πουλάει και ο Petrossian –, αβγοτάραχο Μεσολογγίου που είναι και ΠΟΠ και προέρχεται από 4 γενιές ψαράδων. Ο Hermès λέει ότι ένα προϊόν χαρακτηρίζεται ως πολυτελές όταν έχει επάνω του πολλές εργατοώρες κάποιου ειδικού. Προκειμένου να παρασκευαστεί η άγρια αγκινάρα που πουλάει εδώ, πρέπει μια κυρία να ανέβει στα βουνά της Κρήτης, να μαζέψει, φορώντας γάντια, ένα ολόκληρο τσουβάλι αγκάθια – γιατί αυτό είναι η άγρια αγκινάρα –, να καθίσει να το καθαρίσει και μετά να το βάλει στο βάζο. Αυτό είναι πολυτέλεια!». Τέλος, προσπαθούν και δημιουργούν τα ωραιότερα food hampers που μόνο με του Fortnum & Mason και των Harrods μπορούν να συγκριθούν.

Η COVID-19 και η επιστροφή του ρινέ

Ως επιχείρηση τουρισμού και τουρισμού, τον τελευταίο χρόνο έχει υποστεί αρκετή ζημία λόγω πανδημίας. Το κομμάτι της χονδρικής, που κάλυπτε το 70% της ζήτησης, έπεσε. Οπως λέει ο κ. Στασινόπουλος: «Προφανώς αυξήθηκε η λιανική πώληση, γιατί οι άνθρωποι βρίσκονται στα σπίτια τους και το φαγητό είναι η μόνη τους ευχαρίστηση. Βλέπεις ότι όλοι, ανεξαρτήτως οικονομικής στάθμης, μαγειρεύουν και το χαίρονται. Επίσης, τώρα πιστεύω ότι ο κόσμος θα στραφεί στην πιο ρινέ διασκέδαση γιατί θέλει να πηγαίνει σε μικρότερους χώρους με λιγότερα άτομα».

Ο ίδιος, για τη διακόσμηση του επάνω ορόφου του καταστήματός του, όπου στο μέλλον θα πραγματοποιούνται ρινέ γεύματα, έχει εμπνευστεί από τα πιο exclusive clubs του Λονδίνου, όπως είναι τα αγαπημένα του Annabel's και 5 Hertford Street, με το εντυπωσιακό nightclub Loulou's: «Μου άρεσε πολύ το "jungle theme" του συγκεκριμένου club, γι' αυτό και το επέλεξα και για τον δικό μου χώρο. Πιστεύω ότι σύντομα τα "members' only clubs" θα έχουν πολλή ζήτηση και δεν αποκλείεται να δούμε και κάποια στην Ελλάδα, όπου και εδώ η ανάγκη να αισθανόμαστε ασφαλείς γνωρίζοντας ότι στους χώρους που συχνάζουμε τηρούνται όλα τα μέτρα ασφαλείας είναι πολύ έντονη».

www.greekluxuryproducts.gr
Σουηδίας 51, Κολωνάκι
(Κεντρικό κατάστημα),
και Attica, Πανεπιστημίου 9,
τηλ. 210-3647.643.