

A kudarcok jó leckék

Miközben a budai Istenhegyre igyekszem, hogy találkozzam Kovács Nimróddal, azon tűnődöm, minek is nevezhetném: üzletembernek, borásznak, filantrópnek, műgyűjtőnek? Otthonába, a klasszicista stílusú, 1852-ben épült, gondosan kialakított kert közepén álló villába lépve azonnal tetten érhetjük a műgyűjtőt. Miközben borászata az egri Verőszala pincésoron van, szőlőterületei pedig a Nagy-Eged hegyen. Úgy tűnik, ezek kissé messze állnak egymástól, valójában viszont minden mindennel összefügg. Ahogyan ez kalandos életében is történt, Magyarország és Amerika között a nagyvilágban.

Magyarországról Amerikába

Azt mondja, a sztori 1949-ben Budapesten, a „nyóckerben”, a Rókus kórházban kezdődött, ahonnan szülei a Rákóczi úti lakásukba vitték haza. A papa ügyvéd volt, a mama akkor háztartásbeli. Kicsit ugrunk a filmben, és már a kamaszkorban látjuk, amikor beleszeretett a rock and rollba, a filmekbe és a hosszú hajba, ami miatt kénytelen volt több gimnáziumot is megjárni. Végül jeles érettségije után úgy gondolta, ő is jogi pályára lépne, ám politikai okok miatt nem vették föl az egyetemre, így pincérnek tanult. Sehogyan sem találta a helyét, ezért 22 évesen disszidált. A mai Szlovéniából úszott át Olaszországba, ahonnan néhány hónap után Amerikába kerülhetett. Az Újvilágban

Oklahoma államban feketemosogatóként kezdte egy szállodában. Majd pincér lett, Coloradóba költözött, munka mellett beiratkozott az egyetemre és diplomát szerzett. A tanulást nem hagyta abba, több diploma és képesítés után a reklámszakmát választotta, mert a művészetek mindig vonzották. Egy reklámügynökségnél kezdett dolgozni New Yorkban, majd Denverben egy kábeltelevíziós társaság marketingigazgatója, később társtulajdonosa lett. Részt vett több csatorna, egyebek között a Discovery Channel fejlesztésében. A cég európai befektetéseivel foglalkozott és bevezette Magyarországon a modern kábel tv rendszerét, ezáltal elérhetővé tette az HBO és a Spektrum Tv csatornáit. Emellett a UPC is az ő vezetésével vált a legnagyobb közép- és kelet-európai kábel-

szolgáltatóvá. Persze nem csak a munka töltötte ki az életét, családot alapított, két fia és egy lánya van, sőt már nagypapa is. Itt a film megszakad, mert 2009-ben visszavonult a kábeltelevízió világából.

Amerikából Magyarországra

Több mint tíz éve ismét Magyarországon él, adódik a kérdés, hogy mi hozta vissza a szülőföldjére. Azt mondja, nem ez volt a terv, soha nem akart visszaköltözni Magyarországra, mert arra emlékezett, hogy itt nem érezte jól magát. Majd új epizóddal peregnék tovább a filmkockák. Úgy alakult, hogy a 90-es években Londonban dolgozott, és gyakran hazajárt a mamát meglátogatni. Ekkor alakították ki az HBO-t Magyarországon és



A NÉV KÖTELEZ

Azt tanácsolták, hogy ha föl akarom futtatni a borászatot, akkor nekem kell lennem a nagybajszú borosgazdának. Ezért a „nevemre vettem” a borászatot és elkezdtük kialakítani a stratégiát, ami rólam és az én ízlésvilágomról szól – mondja. Egységes címkék készültek, és kialakultak a Nimródhoz köthető borok és történetek. A jazz iránti rajongásából született az All that Jazz borcsalád, amelynek tagjai a Dixie, a Cool, a Blues, a Rhapsody és a Soul. Zászlósboruk, a magas minőségű NJK vörös cuvée neve Nimród monogramjából született. A SKY a legfrissebb bébi, 2016-os Furmint, névadója pedig az elsőszülött fiúunoka. Mindennek alapja persze a borok tökéletes minősége, a név ugyanis kötelez. Tavaly volt tízéves a borászat, ami nem nagy idő egy borászat életében, de sokat fejlődtek, a minőség, a stílus folyamatosan javult, és ma már nemzetközi viszonylatban is szép sikereket érnek el.



elvállalta annak a működtetését azzal a kikötéssel, hogy nem akar Magyarországra költözni. Mégis sokat tartózkodott itt, és kezdte újra fölfedezni az országot, egyik projekt érte a másikat, szinte belesodródott az itteni életbe. Közben a házassága is megsínylette a távollétet és válás lett a vége. Megismerkedett mostani párjával, Dorottyával, és kialakult egy új világ számára Magyarországon.

Szerelemnek indult, borászat lett belőle

Borászpörtréinkben eddig még egy szó sem esett arról, mikor került szorosabb kapcsolatba a borok világával és miért éppen Egerben alapított borászatot. Ez a történet Denverben, a Café Promenád nevű étteremben kezdődött. „Abban az olasz étteremben pincérként dolgoztam. A tulajdonos komoly borszakértő volt, szofisztikált borlistát hozott létre és fontosnak tartotta azt is, hogy a pincérekkel is megismertesse a borokat” – emlékszik vissza. Később üzletemberként sokat utazott a világban és mindenhol kóstolt borokat. Az érdeklődésből így lassan szerelem lett.

Azt meséli, amikor Magyarországon kezdett el dolgozni, sok üzleti partnerét vitte vacsorázni és mindig gondot okozott, hogy sehol sem voltak igazán jók a borok.

Tudatos építkezés, pozitív világszemlélet

Elhatározta, hogy tudatosan és szisztematikusan építi föl a szőlészetet és a borászatot, amihez a marketingből 4P-ként (product – termék, price – ár, place – hely és promotion – promóció) jól ismert alapszabályt alkalmazta.

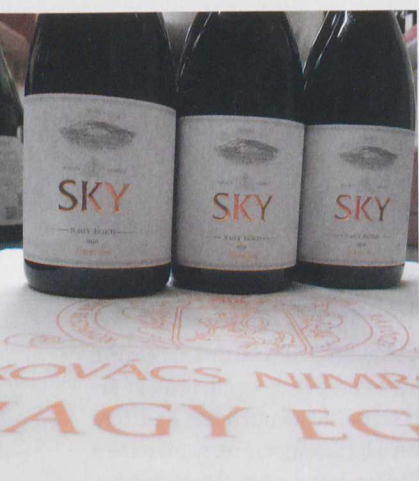
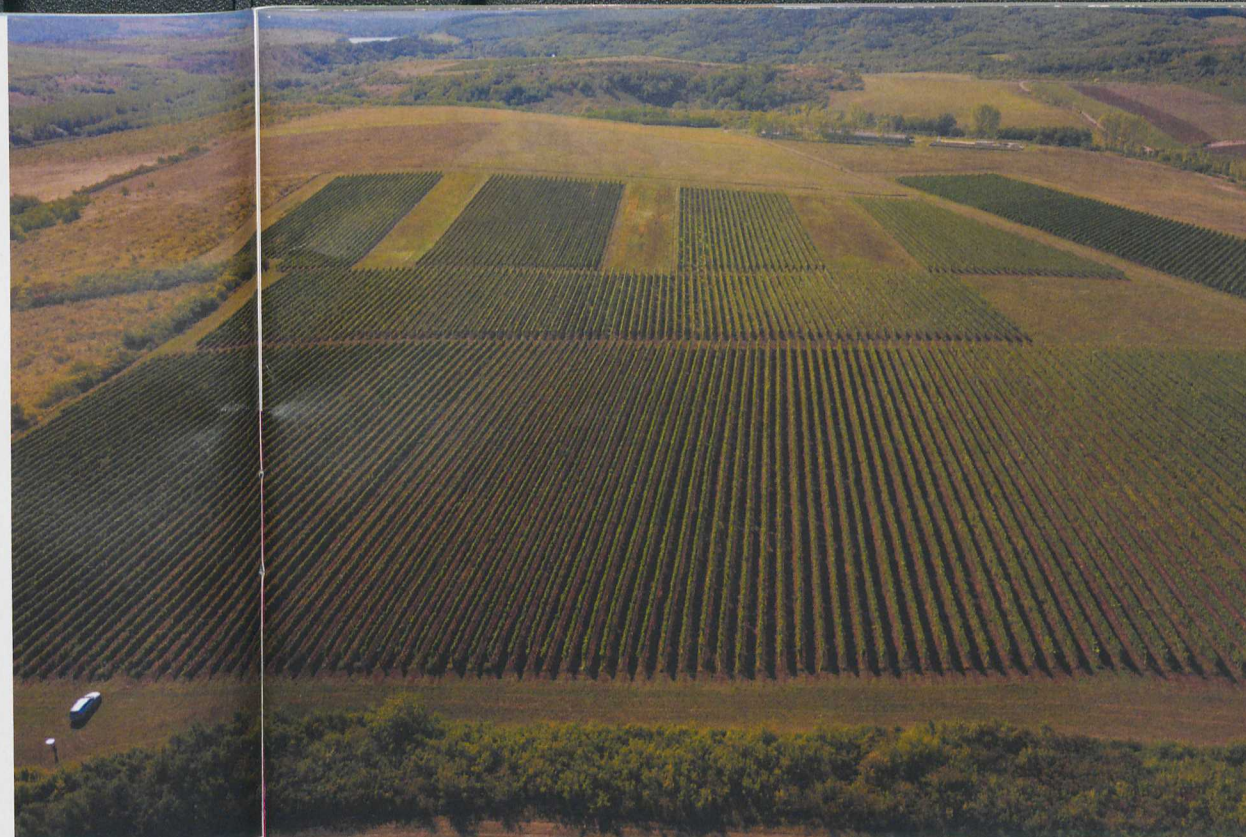
Ami a terméket illeti: kiderült, hogy a meglévő szőlők nem voltak megfelelőek, ezért tudatosan választott fajtákat telepített. Az is kérdés volt, hogy milyen stílusban készüljenek a borok. Egernek sokféle stílusa van, Nimród azonban nem kedvelte az ottani tradicionális stílust. „Úgy éreztem, hogy a világot látott szemléletet kell behozni Egerbe. A jó hír az, hogy Egernek kiváló az adottságai, lehet vörös- és fehérborokat is készíteni. Ebben Burgundiát követjük a Chardonnayval, a Pinot Noir-ral és a Syrah is komoly lehetőség. Preferáljuk a magyar fajtákat is, a Furmintot és a Kékfrankost.” Ami az árat és a helyet, azaz az értékesítést illeti, tudni kell, hogy mennyiért és kinek lehet eladni a termékünket és ismerni kell a világpiaci árakat is. A Kovács Nimród Winery a szofisztikált borivókat célozta meg, akik igényesebbek, és hajlandók fizetni a megfelelő minőségért. Nimród szerint ez Magyarországon legfőbb százezer ember, ám nekik akar eladni további 20-30 borászat is. Számukra az előremenkülségi lehetőség a külföld, jelenleg boraik 25 százalékát ott értékesítik, a cél pedig az 50 százalék.

A promóció a legnehezebb az egészben. A bor szubjektív termék, érzelmekről, érzésekről szól. Akkor mi adja el a bort? Természetesen a sztori, a személyes kötődés. Föl kell építeni a márkát és ebben a most tízéves borászat jó úton halad.

Kérdésemre, hogy melyek a kedvenc borai, nem meglepő módon azt válaszolja, hogy a sajátja. „Szeretem a saját borainkat, főként azt iszom. Ha választani kell, akkor első sorban vöröset. Stílusban a testesebb, karakteres, a bársonyos, szép egyensúllyal rendelkező borok állnak közel hozzám. Kedvelem az eleganciát a borokban. Fajta tekintetében a Pinot Noir, a Syrah és a Kékfrankos áll hozzám a legközelebb.”

Az életfilozófiájának központja – ami hetven éven keresztül elkormányozta eddig – a mosoly és a pozitív világlátás. „A mosoly nem kerül semmibe, miért ne adjak belőle?” A pozitív világszemlélet eddig mindig kisegítette a nehézségekből. A kudarcot egyszerűen leckének tartja, és azt nézi, hogyan tanulhat belőle. A tanulás, a mozgás, a jó ételek, az olívaolaj és természetesen a borok teszik föl a pontot az i-re.

Sárközi Judit



TERÜLETEK ÉS BOROK

A legbecselesebb terroir a Nagy-Eged hegy, 350-500 méteres tengerszint fölötti magasságban vannak az ültetvények. Az ott termő Kékfrankos és Syrah adja az NJK és a Grand Bleu fantáziánévű borok alapját, és ott szüretelik a Furmintot is. Ezek rendkívül különleges ízvilágú összetett borok, amelyek a nemzetközi mezőnyben is komoly eredményeket érnek el.

A birtokválogatáshoz, a Monopole sorozathoz a Nyilasmár- és a Nagyfai-dűlőben terem a szőlő. Ide tartozik a Battonage Chardonnay, a 777 Pinot Noir, a Soul Syrah, a Rhapsody Bikavér és még jó néhány más tétel. A mindennapi kulináris élvezetekhez pedig rozét, egri csillagot és bikavért kínálnak a fogyasztóknak.

Fellélegzett, amikor megjelentek Gere Attila palackjai, majd az egri Thummerer Vilmos és Gál Tibor borai a budapesti éttermekben. Akkor merült föl benne, hogy valamit tehetne a magyar borok minőségéért, és megalapította a Monarchia Borkereskedő céget. Az volt az elképzelése, hogy minden régióból kiválasztják a legjobb borokat, és francia mintára, egységes címkével ellátva Monarchia borként forgalmazzák külföldön is. Később kiderült, hogy ez a koncepció hibás volt, és további buktatók is következtek. „Eleinte sokat hibáztunk, ezt nekem persze tudnom kellett volna, hiszen az az alapszabály, hogy ne szállj be olyan bizniszbe, amihez nem értesz. Én pedig beszálltam...” Ez kudarc volt, és megoldandó feladat is.

Nimród akkor 60 éves volt, és kiszállt az üzleti életből. Azt gondolta, hogy a filmnek még nem lehet vége, mégsem szeretne csupán papucsban kutyát sétáltatni. Ekkor döntötte el, hogy a borászatkodásra fog koncentrálni, egri pincét és szőlőterületeket vásárolt.

FOTÓ: CSATLÓS NORBERT ÉS KINW

