



Na III Festivalu srpskih vina i rakije, održanom u hotelu Crowne Plaza, Beograd, 24. i 25. oktobra, predstavilo se 26 vinarija i četiri proizvođača rakije. Dok je festival za vinare imao takmičarski karakter, rakijaši su došli samo da podrže svoje kolege. Među njima, svoje premium rakije, najvećeg brenda srpske rakije - GEGULA, predstavili su Marija i Milan Jovičić iz Kraljeva.

Pod sloganom " Zdravo-prirodno-domaće" GEGULA rakije, ušuškana je u luksuznu ambalažu srpska tradicija: rakija od šljive, kruške, kajsije, jabuke; specijalne voćne rakije: Herbalada, rakija sa medom, rakija sa medom i borovnicom, rakija sa medom i orahom, rakija sa medom i zlatnim listićima, Gegulada...

Pored premium rakija, bračni par Jovičić predstavio je novitet, rakiju sa likom Nikole Tesle. Fondacija Nikole Tesle iz Njujorka dozvolila je korišćenje logoa našeg slavnog naučnika, koji se od skora nalazi na etiketi vrhunske srpske rakije.

Veza između Nikole Tesle i rakije nije slučajna. Preduzeće GEGULA je član klastera „Putevi kulture“, koji nastoji da kroz specifične rute promoviše Srbiju i Balkan kao kulturno-turistički proizvod. Pored ruta pod nazivom: „Putevima zmajeva“, „Putevima rudarstva“, ovaj klaster promoviše i „Puteve Tesle“ i „Puteve rakije“, pa je bilo logično da spajanjem dva srpska brenda, Tesle i Gegule, ova rakija sa Teslinim likom, postane zaštitno piće „Puteva kulture“.

-Uvek nas je, i kada se rađalo, i kada se umiralo, pratila i ispraćala rakija, i sve što se radilo u našoj zemlji bilo je propraćeno ovim našim pićem. I zato je i klaster „Putevi kulture“ promovisao ovo nacionalno piće, kao svoje oficijelno piće - objašnjava gospodin Jovičić, koji proizvodnju rakije naziva umetnošću, jer je potrebno veliko umeće da se iz izdvojenog alkohola uklone nepoželjne supstance i da se sačuvaju poželjne arome i karakteristike korišćenog voća.

Vino je svetsko, a rakija je uvek bila naša.

-Ja volim da kažem da je ovo Festival vina i po neke rakije, zato što ima tridesetak izlagača vina, a samo četiri rakije. I na sličnim manifestacijama, prvo se kaže vino, a zatim rakija. Jedino je na Gegula sajmu rakije i vina u Vrnjačkoj Banji, rakija ispred vina. Ali, mi smo uvek uz akcije srpskog vina, pogotovo što je firma Helga d.o.o. član Asocijacije proizvođača rakije pri Privrednoj komori Beograda, koja podržava i ovu manifestaciju – naglasio je gospodin Jovičić. On dodaje da nema dvojbe koje je srpsko piće. To je uvek bila rakija. Poslednjih deset godina je nastupila pomama za vinom, protiv čega nema ništa protiv, jer zna koliko je mukotrpan posao doći do finalnog proizvoda. Po njegovom mišljenju, ne bi bilo korektno da ne poštuje rad i trud vinara. On, kao proizvođač rakije, na pijedesetal uvek stavlja rakiju, pa tek onda vino, ali smatra da jedno piće ne isključuje drugo.

Žao mu je što ponekad primeti da se pojedinci „stide“ da priznaju da u ovoj „eri vina“ piju rakiju. Ali čini mu se da je došlo vreme ekumenizacije, i da se i manifestacije, i oni koji vole

kvalitet, izjašnjavaju i kao ljubitelji vina i kao ljubitelji rakije.

Kvalitetom svojih rakija, prisustvom na mnogim manifestacijama, kao i njihovom organizacijom, Milan Jovičić se bori da ovaj srpski brend ne bude zapostavljen. Jer, Srbija je sinonim za šljivovicu.

-Ni jednog trenutka ne treba to da zaboravimo. Ja podržavam sve ovo, zato sam i ovde, ali u Srbiji se rakija uvek pije pre vina: rakija se pije na početku dana, pre ručka, a vino tek posle ručka ili na kraju dana, posle večere. Zato sam organizatorima, koji su odradili sjajan posao priredivši ovakvu feštu, izneo dobronamernu sugestiju, da su nas rakijaše trebali staviti odmah do ulaza, da posetioci prvo degustiraju rakiju, a posle da pređu na vino - rekao je gospodin Jovičić.

Da rakiji nije lako odoleti govorila je i gužva koja je bila konstantna ispred njihovog štanda, pa je supruga Marija bila poprilično zauzeta zahtevima brojnih konzumenata, bez obzira što je ovo prevashodno bio vinski festival.