

## Türk şarabında baş ağrıtan gerçekler

"Üzüm dünyanın sayısız yerinde, istediğiniz kadar yetiştirilebiliyor. Ama iyi şarap, yalnızca 'özel yerlerde' ve 'belirli' miktarda üretilebiliyor. Şarapta gizli 'sihir' işte budur" demiş **Alec Waugh**, "**Şaraba Övgü**" adlı kitabın yazarı.

Birçok kişiye göre yerküre üzerindeki şarap için "en özel" yer, binlerce yıldır şüphe yok ki Fransa'ydı. Bazılarına göre, başta Fransızlar, hâlâ da öyledir.

Ama **24 Mayıs 1976** gününden sonra, başta Amerikalılar ve öteki Yeni Dünya şarap üreticileri olmak üzere, bazılarına göre hiç de öyle değildir.

İşte bir "dönüm noktası" olan bu tarihin artık bizde de tartışılması lâzım, ben de birazdan o konuya döneceğim. Ama önce bir başka konuya açıklık getirmeliyim.

Bu ülkede, bir hayat tarzı konusu olarak "**şarap keyfi**" üzerine yazılanlarla, üstü kapalı "**şarap ticareti**" için yazılanlar fazla iç içe.

Bu önemli bir sorun. Çünkü bir şeyin **kendisi ile ilgili olmak** ile onun **alım satımıyla ilgili olmak** arasında ciddi bir fark var. Lâfı hiç dolandırmadan net bir örnek vereceğim:

"Kadın" üzerine gazetelere pazar yazıları yazmak başka iştir; medyada bazı hanımların topluma tanıtılmalarını, ünlenmelerini üstlenmek başka bir iş. İkisini birbirine karıştırmak doğru değil. Bu, şarap yazıları için de aynen geçerli.

Ayrıca "**şarap ticareti**"yle ilgili olmanız, sizin ille de "**şaraptan anladığınız**" anlamına gelmez.

Bağışlanmayı dileyerek teşbihi sürdürürsek, kadın taciri birinin, sırf bu yüzden "**kadın ruhundan**" anladığını ya da "**iyi seviştiğini**" iddia etmek gibi olur bu.

Bir de Şu durum var: Diyelim ki, ben bir sinema tutkunuyum. Ama aynı zamanda birkaç salondan oluŐan bir sinema zincirinin sahibiyim, geçimim asıl oradan. Bu elbette çok normal. Fakat gene diyelim ki, bazı film yapımcı ve dağıtımcılarıyla gayet ticari iliŐkilerim de var. Yani **Cem Yılmaz**'ın dediği gibi, "**Durum tamamen duygusal!**"

Ama öte yandan da düzenli olarak sinema üzerine yazılar yazıyorum. Şimdi sorun Şu:

Benim yazılarımı, yorumlarımı, okuyucuya önerilerimi, kendimle ilgili yukarıda anlattıklarımı bilerek mi izlemek isterdiniz, bilmeyerek mi?

Peki, Şarap konusunda buna benzer durumlar olabilir mi?

Sizce olamaz mı?

Elbette olabilir, çünkü basının sadece kendi iŐini bağımsızca yapabilmesi için rahat bırakılması günümüzün "**küresel Şarap dünyasında**" hiç de kolay değil...

### **Muazzam bir ticaret alanı**

Her Őeyden önce bu konu muazzam bir ticaret, ihracat, ithalat alanı. Fransa (ve biraz da İtalya) ile Amerika ve öteki Yeni Dünya ülkeleri arasında, bir zamanların soğuk savaŐından beter, düpedüz bir Şarap savaŐı var.

Hangi Şarap anlayıŐını, hangi üretim tarzını, hangi tip fıçıyı ve tabiidir ki hangi üzümü savunduğunuz bile, bu konuda her yeri sarmıŐ **çıkarcavgası**yla bıçak sırtı bir iliŐki içinde.

Bu yüzden, **Şeffaflık Şart!**

Kaldı ki, Şarap eleŐtirmenliđi, peŐ peŐe kliŐe tanımlar sıralamaktan ibaret bir iş de değil. Bir yazıda rastladığımız gibi, beğenmediği bir Türk Şarabı hakkında, ancak o Şarap piyasada artık tükendikten sonra "**biraz kötüdü**" demek hiç değil.

Tersine, **o lafı vaktinde edebilmek** ki, bu iş gelişsin.

Şarap konusu, dünyanın her yerinde Allah'ın her günü tüketilen bir şey. Dolayısıyla, çok çekici bir "**aldım sattım**" işi.

Bir dostumuz bir yazısında değindi; Fransızların Bordeaux şarabını binlerce yıldır abat eden üzüm fukarası İngilizlerdi.

Şarabı toprak anforalar yerine, büyük varillerle taşımayı ilk akıl eden de onlardır. Bordeaux'da üretilen şarabın, ta 14. yüzyılda dörtte üçünü bir güzel götüren de.

Kısaca şarap ticareti ezelden beri çok cazip bir iş. Şimdi gelelim "**dönüm noktası**" dediğim o tarihe.

**Şarapta küreselleşmenin dönüm noktası:  
1976 Paris Şarap Tadımı.**

Biri yer, biri bakar, kıyamet de ondan kopar derler.

Şarapta bu kadar büyük bir pazarın ekmeğini yıllar yılı Fransa yiyor. Başta Amerika, "Yeni Dünya" onu seyrediyor. Sonuçta elbette kıyamet de kopuyor.

Dünya şarapçılığında kelimenin tam anlamıyla "kıyamet" günü, işte o, 24 Mayıs 1976 tarihidir. Bu işin üstatları o gün, **Paris'in The InterContinental** otelinde buluşup, üzerinde etiket olmayan bazı şaraplar tadıyor, Fransız şarabı mı, Amerikan şarabı mı bilmeden, onlara notunu veriyor.

En beğenilen şaraplar belli olunca, dünya şarap sektörünü yeniden dizayn etmek isteyen bir *lobi*, iki temel iddia atıyor ortaya:

Sıra dışı şarap ille de Fransa'nın "**terroir**"larında yetişmez, bu bir.

Şarap üreteceklerin ille de Avrupalılar gibi kuşaktan kuşağa geçmiş bir geleneğe sahip olması şart değildir, bu da iki...

Sonuçta, şarabın küreselleşmesinin temelleri böylece atılmış oluyor.

Sözünü ettiğim lobinin bir ayağı yatırımcılarsa eğer, öbür ayağı da elbette basın.

Bu işte büyük rolü olduğu bilinen, **Robert Parker** adlı bir şarap eleştirmeni var. Tahmin edebileceğiniz gibi, o bir Amerikalı.

Şöyle diyor: "**O gün bu işin kapısı herkese açıldı.**"

Evet, dava tam da buydu.

Sonuçta bakın neler oldu:

**2003** verilerine göre, dünya şarap ihracatında Fransa'nın payı, 1990'a kıyasla yüzde 25 geriledi. ABD'ninki ise tam **yüzde 169** arttı.

Yeni Dünya şarap üreticileri, 1990'da yüzde 3,8 olan ihracat paylarını, 2003'te **yüzde 21**'e çıkardı.

Fransızların İngiltere şarap pazarında 1994'te yüzde 37 olan payı, 2003'te yüzde 23'e düştü.

Avustralya'nın 1990'da 126 milyon dolar olan şarap ihracatı, 2003'te 1.5 milyar dolara yükseldi.

Bütün bu gelişmenin özeti şu:

Son 25 yılda dünyada şarap tüketimi azalırken, rakamların gösterdiği gibi, Eski Dünya ile Yeni Dünya arasında kozmik bir değişim yaşandı.

Robert Parker adlı o gazeteci, "*tamamen duygusal*" davasında yalnız değildi.

Bir şarap bültenini yöneten **Robert Finigan**, New York Times'ın şarap yazarı **Frank Prial**, Herald Tribune'den **Glenda Cudaback** gibi birçok gazeteci; **Robert Mondavi** adlı Amerikan şarap endüstrisinin öncüsü bir iş adamının açıkça kiraladığı Kaliforniyalı Profesör **Maynard Amerine** ve **Nathan Chroman** gibi kişiler ona dava arkadaşlığı yaptı.

Bu yüzden, kimse alınmasın, **yeterli şeffaflık olmadan** şarap tanıtımı yazılması doğru değil.

**İşin ticari tarafıyla ilişkisi açısından net olmak** ve yine Cem Yılmaz'ın bir başka reklam repliğindeki gibi de "fır fır" yapmamak:

Olması gereken bu. Ama bu ülkede bunu yapanlar var.

Sana söylüyordum ey Okuyucu, gelinim sen anla!

VATAN - Cafe Pazar  
18 Kasım 2009

