

‘MIJN IDEEËN OVER DE WIJNWERELD BLEKEN NIET WAAR TE ZIJN’

De Château La Tulipe- en Slurp-wijnen van wijn- en televisiemaker, componist, schrijver en spreker Ilja Gort (van een goed jaar, 1951) zijn in Nederland exclusief te koop bij Albert Heijn. Zijn televisieprogramma ‘Gort over de grens: op zoek naar het geheim van la dolce vita’ krijgt een vervolg en zijn roman ‘De Vulkaan’ is een bestseller. Ilja heeft geen verstand van geld, daar houdt zoon Klaas zich mee bezig, maar wel van wijn, muziek, vermarkten en joie de vivre. We zoeken hem op in zijn idyllische wijnkasteel Château La Tulipe in Saint-Romain-la-Virvée, niet ver van Bordeaux en Saint-Émilion.

Ilja Gort

Tekst en fotografie: Jacques Geluk

“Mijn collega Sting, zanger van The Police, is twintig jaar geleden misschien wel harder belazerd dan toen ik in 1994 het vervallen Château de la Garde in Saint-Romain-la-Virvée kocht. De eigenaar van dit wijnkasteel liet me wijn proeven die niet te hachelen was, maar dat zou ik wel goed krijgen. Sting kreeg wijn voorgezet die helemaal niet werd gemaakt op zijn wijnkasteel in Italië. Ze hadden andere, hele lekkere wijn in een fles van het château gegoten. Van de vijftien hectare grond die ik had gekocht, waren er elf bestemd voor de wijnproductie. Zijn wijndomein besloeg driehonderd hectare, maar ook daar groeiden op slechts elf hectare wijnranken. De rest bestond uit brandnetels, bos en andere ellende”, vertelt Ilja Gort ontspannen aan een tafeltje voor zijn inmiddels opgeknapte kasteel, dat gedeeltelijk nog dateert uit de dertiende eeuw. “De Engelsen waren toen door een koninklijk huwelijk de baas in wat nu het departement Gironde is”, vertelt vriendin Caroline d’Hollozy.

Ilja heeft al heel lang belangstelling voor wijn, leest wijnboeken, koopt en drinkt veel wijn en praat er graag over. Als hij zijn kasteel koopt weet hij echter niet hoe hij wijn moet maken. De toenmalige eigenaar vertelt hem dat hij 80.000 flessen wijn kan produceren, die



gemiddeld 22 franc (destijds zes à zeven gulden) per stuk opbrengen. “Ik dacht: mooi, een gratis buitenhuis. Dat pakte anders uit. Die man kletste maar wat, de wijn bracht geen pepernoot op en was aan de straatstenen niet kwijt te raken. Jarenlang zijn er karrenvrachten geld ingegaan. Wat ik met het componeren van hippe muziek voor reclamefilmpjes in Nederland verdiende, verdween meteen in het zwarte gat, terwijl de buitenwereld dacht dat snorremans het goed voor elkaar had en op zijn château de gebraden haan uithing. Alle ideeën die ik had over de wijnwereld bleken niet waar te zijn, behalve dan dat het gezellig

is met familie en vrienden samen een glas te drinken. Niets lukt, tot je weet op welke knoppen je moet drukken. Dan gaan luikjes open en met wat mazzel komt het dan goed. Maar ja, eerst roept dan je boekhouder, na een jaar of drie van zware verliezen, dat je opnieuw moet investeren, waarna weer geld in het zwarte gat verdwijnt. Bij Sting ging dat net zo, maar bij hem kostte dat slechts de opbrengst van één liedje. Hij had alleen al voor de tuin 22 man rondlopen.”

VLAGGENSCHIPWIJN

Sinds Ilja een vlaggenschipwijn is gaan maken en daarnaast kleinere wijnen met een lagere prijs die voor volume zorgen, gaat het

‘MIJN COLLEGA STING IS TWINTIG JAAR GELEDEN MISSCHIEN WEL HARDER BELAZERD DAN IK’

goed. “De château-wijn moet 14,95 euro kosten, maar wij kunnen ons nu permitteren die wijnen voor 9,90 aan te bieden bij AH. Onze andere wijn, Slurp, kost 4,99 en dat is meer dan de 3,44 die de Nederlander gemiddeld voor zijn wijn betaalt. Dat het goed gaat blijkt wel uit het feit dat Ilja en Klaas er twintig hectare wijngaard bijgekocht hebben. Daar moet nog meer bij komen, maar ze moeten steeds verder weg zoeken. Boeren om hen heen ruiken geld en stuwen de hectareprijs omhoog. “Hier maken we mooie complexe wijnen, met veel nuances, zoals La Tulipe, maar voor poeha-loze recht voor z'n raap-boerenwijnen van rijpe, pure druiven is dit klimaat te wisselvallig. Daarom produceren we Slurp in de Languedoc en Spanje. Zo kan ik de risico's spreiden. In april 2017 heeft de vorst hier dertig procent van de oogst vernield, maar gelukkig konden we het omzetverlies opvangen met onze Slurpwijnen uit de Languedoc.” Dat is belangrijk, niet alleen om een flink omzettekort te voorkomen, maar ook om AH te kunnen blijven bedienen met wijnen van een gegarandeerde, constante kwaliteit.

BAKZEIL HALEN IS GROOTSHEID

De afgelopen jaren is Michel Rolland zijn wijnmaker, maar die bedient tegenwoordig vooral grote, prestigieuze wijnhuizen overal ter wereld. Rollands opvolger is diens 'kroonprins' Bruno Lacoste. “Het duurde even vooraleer ik iemand had gevonden, die wijnkunstenaar is en tegelijk bereid zijn vakmanschap in mijn dienst aan te wenden. Ik vertel wat het door mij gewenste smaakprofiel is en dat ik niet te veel eikenhout wil. Als de oenoloog zegt dat hij doet wat hij het beste vindt en ik vind het niet lekker, moet hij de grootsheid hebben bakzeil te halen. Toen ik muziek voor reclamefilmpjes maakte heb ik ook precies gedaan wat de klant wilde.” Ilja constateert dat veel mensen dat niet kunnen

en vinden dat de opdrachtgever altijd maar goed moet vinden wat zij maken. “Wijn heeft van zichzelf natuursuiker, die gedeeltelijk verdwijnt tijdens het fermentatieproces. Vier procent blijft achter in de wijn. Fransen vinden dat prima. Nederlanders niet, die vinden het dan zuur. “Daarom wilde ik een maximaal toegestaan percentage van één à twee procent suiker toevoegen, maar de toenmalige wijnmaker zei: ‘niet doen, wijn moet zo zijn, ook als Nederlanders dat minder lekker vinden.’ Dan weet je dat je de verkeerde man hebt.”

Als het gesprek gaat over het kookboek dat hij samen met ‘wijnboerenminnares’ Caroline aan het schrijven is, staat Ilja op. Ten bewijze dat hij zelf zijn koksmessen slijpt, laat hij in een eeuwenoude ruimte een pas op de kop getikte antieke messenslijper zien, een flink apparaat met een grote slijpschijf die hij kan aandrijven door op een zadel te gaan zitten en flink te trappen. Terug aan tafel vertelt hij dat hij en Klaas in Frankrijk acht mensen in vaste dienst hebben, aangevuld met een paar medewerkers op contractbasis. In Nederland bestaat het verkoopteam uit vier personen. Zij bedienen niet alleen de Nederlandse grootgrutter, maar bijvoorbeeld ook supermarktketen Sainsbury's in Groot-Brittannië en afnemers in andere landen. “In de oogsttijd komen hier zo'n dertig Nederlandse wijnplukkers, die in tentjes in het kasteelpark slapen en overdag druiven plukken. Die twee weken vormen de leukste periode van het jaar. Dan is het feest. 's Avonds braadt de kok een schaap aan het spit en eten en drinken we aan lange tafels. Ik ben er vaak bij, want ik wil het gevoel met de wijngaard, de grond en de mensen niet kwijtraken.”

OPVOLGER KLAAS

Op termijn neemt Klaas het bedrijf over van Ilja. “Een gevoelsmatige oogwenk geleiden zat hij op mijn schoot, nu kijkt hij mijn



Ilja en zoon Klaas Gort



bonnetjes na en vraagt aan mij of het nodig was in zo'n duur hotel te verblijven. Grappig. Ik heb geen verstand van geld en rekenen, Klaas heeft gestudeerd aan de wijnuniversiteit in Bordeaux en Economie en Business management in Londen. Hij heeft niets met marketing, maar wel met het aansturen van mensen en het management doen. 's Zomers wonen we hier, 's winters in de Amsterdamse Jordaan – en dan zijn we ook minstens tien dagen per maand in Frankrijk. Een groter contrast kun je niet bedenken. Klaas woont hier permanent. Het leukste vindt hij met die mannen kletsen, aansturen, het hele managementdeel. Toen ik het kasteel kocht zag ik het als buitenhuis, waar ik geen bezoek wenste. Dat had met het verleden te maken. In 1985 kocht ik een (vakantie)huis in de Morvan, een prachtige streek in Bourgondië, die precies voldeed aan het bijna niet meer bestaande beeld van Frankrijk dat ik sinds mijn jeugd had. Ik waande mij in het aards paradijs, totdat luidruchtige burens mijn droom verscheurden.” Inmiddels komen er, mede door het succes van Ilja's tv-programma's, wel bezoekers. Klaas, die zijn belofte dat dit omzet zou opleveren heeft waargemaakt, ontvangt hen en Ilja gaat op verzoek met ze op de foto.

ITALIË IS FRANKRIJK 2.0

Ilja heeft vier jaar lang programma's voor Omroep MAX gemaakt, 'Wijn aan Gort' en 'Gort à la carte'. “Ik zat eerst bij Omroep MAX, maar bij AVROTROS kreeg ik carte blanche en kon ik geheel op mijn eigen manier de serie 'Gort over de grens: op zoek naar het geheim van la dolce vita' maken.” Daarin verlaat de Frankoseksueel zijn geliefde Frankrijk, om erachter te komen waarom Italianen zoveel talent hebben te genieten van de goede dingen des levens. Hij heeft er Italiaanse les voor genomen en komt als het over eten en drinken gaat een heel eind. Tevoren zijn afspraken gemaakt met mensen die

in de serie (zouden) verschijnen, maar er is veel ruimte voor spontane ontmoetingen. Misschien wel daarom hebben gemiddeld ruim een half miljoen mensen per aflevering gekeken en is het programma genomineerd voor de Televizier. Begin 2018 is dan ook de tweede serie te zien op NPO 2. Daarin gaat hij naar Toscane, Sardinië, Marche en Calabrië. “Fransen zien hun land vaak

als de navel van de wereld. Ik vind dat chauvinisme, patriottisme leuk, maar eigenlijk is Italië de 2.0-versie van Frankrijk. Er zijn overeenkomsten, maar ook grote verschillen. Fransen zijn hautain en tegelijk dociel. Ze houden van een sturende hand, terwijl Italianen graag alle wetten overtreden.” Ilja maakt bovendien nog een nieuwe serie: 'Gort's Wijkkwartier', waarin hij antwoord



Ilja Gort samen met Albert de Booij in de wijngaard

‘EIGENLIJK IS ITALIË DE 2.0-VERSIE VAN FRANKRIJK’



geeft op vragen van kijkers. “Op zo’n manier dat het mij wel weer de nodige vijanden zal opleveren, want ik houd ervan de gevestigde wijnwereld een beetje op de hak te nemen.”

‘DE VULKAAN’

Na een experiment met een gewelddadige roman, heeft Ilja met ‘De Vulkaan’ opnieuw een bestseller geproduceerd. Het verhaal over de arme Emile die onverwacht een wijndomein erft en een creatieve ondernemer blijkt te zijn, speelt zich af in een bestaand dorp. De slapende vulkaan die hij laat uitgroeien tot een toeristische attractie van formaat is daar niet te vinden, maar het gegeven is een door de lezers gewaardeerde vondst. Ook nieuw is de ‘Slurp Vakantiegids’. Ilja

Gort vertelt graag over wat hij doet en waarvoor hij staat. In zijn boeken, de nieuwsbrief Slurp!, maar ook voor een zaal vol mensen als spreker. “Een bloemenweker vertel ik over druiventeelt, voor andere ondernemers hou ik een verhaal over marketing of vermarkten, een van mijn stokpaardjes. Door allerlei dure opleidingen op dat gebied heeft dat een vreemd aureool gekregen, maar in

feite is marketing niets meer dan de inventiviteit om je product boven andere producten te laten uitsteken. Wat mensen bedenken om geld te verdienen is een bron van humor.” Ter illustratie vertelt hij over een toiletjuffrouw in Duitsland die een bordje heeft opgehangen met de tekst: ‘Herren met een kleine piemel 1 euro, met een grote piemel 2 euro.’ “Vrijwel iedereen betaalt twee euro.” 🎓

Ilja Gort is wijn- en televisiemaker, componist, schrijver en spreker. Zijn wijnen, waaronder Château La Tulipe Bordeaux Supérieur, La Tulipe en ‘Slurp’ hebben internationale prijzen gewonnen bij Albert Heijn. Boeken die Ilja heeft geschreven zijn onder andere: ‘Leven als Gort in Frankrijk’, de roman ‘De Geluksvogel’ en een serie ‘Slurp!’-boeken. Hij werkt samen met Caroline d’Hollosy aan hun nieuwste vrucht, het kookboek ‘Châteaুকoken voor iedereen’. info@speakersacademy.nl