



Bezeten van **WIJN**

TEKST RESI LANKESTER
BEELD BRAM BELLONI

**'ADVOCATEN ZIJN NIET GEWEND AAN WIJN
PROEVEN, DIE DRINKEN GEWOON ALLES OP'**



'FRANSE BEDRIJVEN ZIJN NIET GEVOELIG VOOR FINANCIËLE AFSPRAKEN, EIGENLIJK SOWIESO NIET VOOR AFSPRAKEN'

Bijna was de jongensdroom van wijnboer **Ilja Gort**, ooit bedenker van pakkende reclametunes, in duigen gevallen. Hard werken behoevde zijn Franse wijnkasteel de La Garde van de ondergang. Nu is zijn wijn La Tulipe zeer in trek bij Albert Heijn en zijn laatste boek, *Het Merlot Mysterie*, een hit. Wat is het geheim van dit succes? En welke rol spelen juristen daarbij?

Van der Grauw, Draadhaar en Kalfdooder? Maar dat zijn advocaten! (...) Wat denk je dat er gebeurt als er iets misgaat in die teambuildingsweek van jou? Dan achtervolgen ze je tot aan de poorten van de he! Die lui zijn verschrikkelijk! (uit: *Het Merlot Mysterie*, Ilja Gort, 2008)

"Ik, een afkeer van juristen? Nee toch! Ik heb juist een peilloos diep respect voor hun ongelofelijke kennis. En ze kunnen zo lekker *crisp* argumenteren zonder gruisige zijpaden in te slaan. Ik wou dat ik het kon." Wijnboer Ilja Gort, net terug uit Frankrijk, verdedigt met verve de advocaten in zijn recent verschenen boek *Het Merlot Mysterie*, waarin hij uitgebreid beschrijft hoe een vooraanstaand kantoor op teambuildingsweekend gaat op het Franse platteland.

Het is zijn eerste fictieboek, na diverse autobiografische werken. "Om me juridisch in te dekken. Nu kan ik opschrijven wat ik wil zonder dat er gezeur van komt." Advocaten bleken een dankbaar onderwerp. "Ik stel me zo voor dat ze niet gewend zijn aan wijn proeven, die drinken alles gewoon op, waardoor ze 's ochtends om elf uur al vermoeid onder een boom liggen." Een bijzondere zaak die Gort in 1995 voerde tegen Jan Cremer, inspireerde hem. "Het etiket van mijn eerste La Tulipe-wijn had ik door Jan Cremer laten ontwerpen. Maar toen hij eenmaal hoorde dat we met de wijn naar de Albert Heijn gingen – wat me financieel gezien niet verkeerd leek – trok hij zich terug. 'Ik ga als groot

artiest niet tussen de inlegkruisjes liggen', zei hij. Uiteindelijk heeft mijn zoontje van zes een nieuw etiket geschilderd. Drie jaar lang verkocht La Tulipe als een gek: het eerste jaar 80 duizend flessen, het derde jaar 200 duizend. En toen verscheen Cremer ten tonele, met in zijn kielzog Kalff Katz en Koe-dooder. Ik zou plagiaat plegen met het etiket. Het leek me een belachelijke zaak, maar voor de zekerheid heb ik goede vriend Oscar Hammerstein in de arm genomen. Fascinerend om te zien hoe de stagiaire van Kalff een geweldige pleitrede hield die nergens op sloeg. Een krankzinnig betoog over de gelijkens tussen beide flessen. Toch raakte ik wel even in paniek. De stagiaire was – heel slim! – een bijzonder aantrekkelijke juffrouw, dus ik vreesde even dat de rechter daar niet doorheen kon kijken. Maar gelukkig, de rechter moest alleen maar lachen en toen mochten we naar huis."

Bezeten

Een ringtone van tijlpende vogeltjes onderbreekt Gorts met bijzinnen gelardeerde betoog. Paul, de Franse bedrijfsleider van Château de la Garde in de Bordeaux, is aan de lijn. De bovengrondse vatenkelder, de *chai*, wordt verbouwd en Gort moet de kleur van de vloer bepalen. Gort, na een kort gesprek in het Frans: "Ik wilde donkergrijs, maar nu hoor ik dat er geen donkergrijs is. Ik heb geopperd om zwart en wit te mengen. Het zijn beslissingen van vreemdsoortig aard." (Even later kwetteren de vogeltjes weer: de vloeren worden zwart).

Wijn maken was niet Gorts eerste idee toen hij in 1994 Château de la Garde kocht in het Franse Saint-Emilion. "Ik had al een boerderijtje in Frankrijk, waar ik als reclameman geregeld stuitend van de stress naartoe vluchtte. Eenmaal daar aangekomen zette ik de alpinopet op die ik daar ooit had gevonden en veranderde ik in een Fransman. Met een stokbrood onder de arm voegde ik me onmiddellijk naar het Franse leven, slenterde over het dorpsplein en kwam, heel Frans, overal te laat. De dorpsbewoners vonden mij maar een vreemde snuiter, want natuurlijk draagt niemand daar nog een alpinopet." Château de la Garde kwam in plaats van het weekendhuis: "Ik was meteen verliefd toen ik het zag. De bijbehorende wijngaard van 15 hectare was totaal vervallen, maar ik ging ervan uit dat het allemaal wel goed zou komen. Ik dacht nog net niet dat er kant-en-klare wijnflessen aan struiken groeiden. Ik contracteerde een Franse en een Australische wijnmaker en oogstte in 1994 de druiven die op het land groeiden. In 1996 kwamen we ermee op de markt. Echt goed drinkbaar vond ik het niet; alle defecten hadden we verdoezeld door de wijn extra eikenhout mee te geven. Maar toch, de befaamde Amerikaanse wijnjournalist Robert Parker was verrukt. Met als resultaat dat warenhuis Sainsbury's in Londen onze eerste productie van 30 duizend flessen wilde kopen. Maar om de hypotheek te betalen verdiende ik er lang niet genoeg mee. Begin 2000 belde mijn Nederlandse boekhouder. 'Als je zo doorgaat, ga je op alle fronten failliet', zei hij. Even leek

het erop dat ik La Garde moest verkopen, maar dat was een onmogelijke optie voor me. Letterlijk huilend heb ik het Te koop-bord uit de grond getrokken. Als een bezetene ben ik aan de slag gegaan om de kwaliteit van de wijn te verbeteren. In 1996 maakten we een ontzettende lekkere rosé, die we met succes aan Albert Heijn aanboden. Uniek was dat we 100 procent merlot-druiven gebruiken, in plaats van de in Bordeaux gebruikelijke cabernet sauvignon.

In 1998 wonnen we onze eerste gouden medaille tijdens het *Concours des Grands Vins de France*. Sindsdien is het eigenlijk elk jaar raak. Het succes kwam niet als een verrassing, het was de enige mogelijkheid om het château te redden. Ik was bezeten. Ach, als je het kasteel ooit ziet, zul je het begrijpen. Het is te lief en te mooi voor woorden."

Opzuipen en uitpissen

Veertien jaar is Gort nu bezig. De La Tulipe-wijnen, exclusief te koop bij Albert Heijn en inmiddels in rood, wit en rosé te krijgen, doen het goed. Gort maakt ze nu van druiven uit de regio. De exclusieve château-wijn komt van de eigen wijngaard en wordt via de Nederlandse Wijnbeurs verkocht. "Ik heb niks anders dan mezelf om in te zetten. Geld voor commercials is er niet. Harold Hamersma (bekende wijnjournalist, red.) opperde om gewoon mijn naam en mijn snor op de fles te zetten en mijn verhaal te vertellen. Mensen blijken dat nog te leuk te vinden ook. Ik heb goede mensen in dienst: Paul, Fransman, is bedrijfsleider en vinoloog; David is Australisch en ook *winemaker*. Regelmatig discussiëren we. Over het eikenhout, bijvoorbeeld. De druiven gisten op roestvrijstalen *cuves* (wijnreservoirs, red.), waardoor ze fruitig en krachtig worden. Daarna gaan ze in eikenhouten vaten. Hoe lang ze daar in moeten, dát is van groot belang voor de uiteindelijke smaak. Alle drie denken we daar anders over. David is een typische Australische wijnmaker: alles gaat er steriel en gecontroleerd aan toe. Paul is op en top Frans: hij wil de natuur meer z'n gang laten gaan. Ik kom vervolgens met ideeën die volgens Paul en David onmogelijk zijn. Een bordeaux zonder eikenhout-rijping bijvoorbeeld, zodat je 'm meteen kunt drinken. Toch hebben we het geflikt: La Tulipe Rouge is een bordeaux in beaujolaisstijl. Precies zoals ik het wilde: een fruitige, rode wijn die je opzuip, uitpist en weer opnieuw koopt. Veel beter voor de cashflow dan al die bewaarwintjes. In 1999 begonnen we met 30 duizend flessen, vandaag de dag produceren we het tienvoudige. Doordat we alledrie andere ideeën hebben over hoe je de beste wijn krijgt, ontstaat er iets unieks. Misschien is dat wel wat ons succes verklaart. Om te voorkomen dat Paul en David ook onderling te veel in discussie gaan en mij vervolgens lastig gaan vallen om over elkaar hun beklag te doen, roep ik wel eens expres hele idiote dingen. Gaan ze tegen elkaar over mij hun beklag doen. Dat werkt uitstekend. Verdeel en heers? Nee, verdeel en bind."



Ilja Gort (57)

is sinds 1994 eigenaar van Château de la Garde in de Bordeaux. Hij produceert op grote schaal La Tulipe, een rode, witte en rosé, exclusief voor Albert Heijn. Daarnaast produceert hij op kleinere schaal Château de la Garde, die via de Nederlandse Wijnbeurs wordt verkocht. Op het *Concours Général Agricole* in Parijs werd deze dit jaar met goud bekroond. In 2003 riep de gezaghebbende *Guide des Vins* van Patrick Dusseret-Gerber hem uit tot een van de beste wijnboeren in Frankrijk. Zijn eerste boek, *Leven als Gort in Frankrijk*, over zijn avonturen in Frankrijk, kwam uit in 2004; er werden meer dan 100 duizend exemplaren van verkocht. *Het Merlot Mysterie*, dat dit jaar uitkwam, is zijn eerste fictieboek. In de eerste drie maanden werden zo'n 25 duizend exemplaren verkocht; er lopen onderhandelingen om het boek in Engeland te laten uitgeven. Gort startte zijn carrière als componist. Hij maakte jingles voor onder meer Nescafé, Nike en Randstad. In 2001 verkocht hij zijn zes opnamestudio's. Vanuit zijn woning in Amersfoort doet hij nog geregeld muziekopdrachten, zoals bijvoorbeeld voor KitKat, Nationale Nederlanden en tv-programma *Klootwijk aan Zee*.

www.tulipe.nl

'ROEL IS MIJN JURIDISCH VOORBEHOEDMIDDEL'

'Van der Grauw was een kleine, stevig gebouwde man met het postuur van een brandkast. (...) Hij had een kop als een gerimpelde breedbekkikker en stugge grijze krulletjes. (...) Een apenkenner zou hem hiërarchisch gezien direct hebben geclassificeerd als een zilverrug.'

(uit: *Het Merlot Mysterie*, Ilja Gort, 2008)

"Het is heerlijk om mensen te beschrijven. In dat opzicht ben ik misschien nog wel trotser op mijn laatste boek dan op de wijn. De wijn maken we samen, maar het boek is helemaal mijn ding. Voor advocaat Van der Grauw heb ik Max Moszkowicz als model genomen. Ooit zag ik hem tekeergaan in een kort geding tegen een Amerikaanse artiest die meer royalties van me eiste. Dat beeld gebruik ik als uitgangspunt en daar heb ik allerlei eigenschappen bij verzonnen. Een significante vent, Max, een icoon. Waarschijnlijk geen prettig mens om mee te leven, want als zilverrug spreekt hij en zwijgt de rest. Als advocaat moet je ook wel zo'n type zijn. Geen watje. Hoewel: watjes kunnen ook levensgevaarlijk zijn. Dat zie je aan, nee, ik ga geen namen noemen. Ik zie een fluweelzachte nicht voor me die je plots met een scheermes de oren van het hoofd snijdt.

Sinds een jaar of vijftien werk ik samen met een van de allerbeste juristen ter wereld, Roel Kerckhoffs van Hertoghs advocaten in Breda. Door hem heb ik eigenlijk geen zaken meer, we werken preventief. Roel is mijn juridisch voorbehoedmiddel. Als er bij mij maar een snorhaartje begint te trillen, stuur ik hem een mail en dan zegt mijn *consigliere* ja of nee. Een beter fiscaal jurist bestaat niet. Bij de aankoop van het château heb ik Roel natuurlijk geraadpleegd. Volgens hem kon ik het wel doen, omdat er mensen miljonair door waren geworden. Vervolgens voegde hij er fijntjes aan toe: '...nadat ze eerst miljardair waren.' Echt afgeraden heeft hij het niet: hij zag dat ik mezelf niet was, zoals dat gaat als je verliefd bent. Het opzetten van de fiscale structuur en het verkrijgen van de hypotheek heeft hij vrijwel geheel voor zijn rekening genomen. Natuurlijk stuurt hij torenhoge rekeningen, maar die signeer ik lachend. Uiteindelijk is hij een stuk goedkoper dan keer op keer een kort geding."

Neusverzekering

"Als Nederlander ondernemen in Frankrijk is niet altijd even makkelijk. Franse bedrijven zijn niet gevoelig voor financiële afspraken, eigenlijk sowieso

niet voor afspraken of onderhandelingen. Waar een Nederlander meteen begint te rennen als je hem een kar worsten voorhoudt, blijft de Fransman koppig vasthouden aan wat hij in zijn hoofd heeft. Althans, als ik het vraag, als Nederlander. Paul krijgt gelukkig wat meer gedaan. Ik heb wel respect voor die Franse trots. Nederlanders zijn toch een beetje slettebakkerig: die doen alles voor geld. Het is die typische koopmansgeest, die ontbreekt in Frankrijk. Het zal wel met Napoleon te maken hebben, die een fijnmazig netwerk van regelgeving onontbeerlijk vond om zo'n groot land te regeren. Wijn is en blijft een onzekere business. In 2007 was er iets te veel regen en wat te weinig zon, dus waren er minder goede druiven. De Nederlandse Wijnbeurs, aan wie we onze châteauwijn leveren, konden we geen 60 duizend, maar slechts 30 duizend flessen aanbieden. Hoe los je dat op, een kort geding tegen God aanspannen? Helaas kost het simpelweg de helft van de omzet. De aanvoer van goede druiven uit de buurt voor La Tulipe is zo stabiel dat we ook in een minder jaar genoeg hebben om Albert Heijn te voorzien van de honderdduizenden flessen die ze jaarlijks afnemen. Als ondernemer moet je nou eenmaal risico's nemen. Een scheet die je niet laat, kun je ook niet ruiken.

In 2007 was de introductie van een lightwijn, *Qool*, een gewaagd plan: wijn met maar 8 procent alcohol. De productie kostte aardig wat tijd, vervolgens was het de vraag of Albert Heijn 'm wilde. En of-ie zou verkopen, anders kun je alle 150 duizend flessen zelf opzuipen, want slijten aan een ander mag niet. Gelukkig was alles in drie weken uitverkocht. Heen en weer pendelen tussen Nederland en Frankrijk bevalt me al jaren uitstekend. In de Bordeaux krijg ik de rust die ik zoek en geniet ik van de wijngaarden en de natuur. In Nederland geniet ik van de hectiek en het stadsleven. Plannen om het bedrijf in Frankrijk uit te breiden, heb ik niet. Ik wil beter worden en nieuwe dingen maken, dat wel. Dat betekent niet alleen risico's nemen, maar ook regelmatig op de trom slaan. Begin dit jaar zocht ik naar een manier om meer publiciteit te krijgen in Engeland. Een eerste poging om met flesjes wijn de wijnjournalisten aldaar te paaien liep op niets uit. Toen bedacht ik een stunt: ik heb mijn neus laten verzekeren bij de Londense verzekeringsmaatschappij Lloyd's. Het nieuws ging de wereld over: "Dutch winemaker insures nose". Naamsbekendheid alom. En het heeft me geen cent gekost. Sterker: als je me nu op m'n neus slaat, krijgen we een miljoen. Tenminste: als de *sideletter* er niet was." ■



Kansloze zaken bestaan niet.

boontje advocaten • arbeidsrecht

www.boontjeadvocaten.nl