Библия сомелье и ресторатора

Библия сомелье и ресторатора

УДК 663.241
ББК 36.87
Е25

© Fedor d'Evsevsky *(La Bible du Sommelier et du Restaurateur)*
© «Евробукс», 2008

ISBN 978-5–9900-2393-2

Федор Евсевский

Библия сомелье и ресторатора

Дизайн: Юлия Горина

«ЕВРОБУКС»

ОТ АВТОРА

Ресторан – это дело всей жизни. Любое заведение, будь то скромное или построенное с миллионным размахом, – это вызов, брошенный его создателем. Основывая ресторан, отражающий его амбиции, он раскрывает в нем свою душу. Поэтому ресторан становится предметом гордости своего хозяина. Но к чему все эти бессонные ночи, грандиозные проекты и вложенные миллионы, если впоследствии ему придется с содроганием читать в трудах влиятельных гастрономических критиков, что в его ресторане клиенты постоянно сталкиваются с непрофессионализмом, испытывая дорогостоящее разочарование?

Цель «Библии сомелье и ресторатора» – повысить ресторанную культуру и уровень обслуживания, в частности, при подаче вин и спиртных напитков. Дело в том, что беспрецедентный (если не считать подобного периода 1880–1903 гг.) ресторанный бум в России порождает гигантскую потребность в персонале. В персонале обученном. В персонале цивилизованном, профессиональность которого заставит бесперебойно работать механизм этого дорогостоящего спектакля.

Проект этой книги я обдумывал более десяти лет, со времени выхода в свет первого издания «Библии бармена». Некоторые сомелье говорили мне, что они давно ждут подобного труда: поскольку есть книга, посвященная бару, логично было бы создать книгу о мире ресторана. Кто-то из них в начале своей карьеры черпал необходимую информацию, пусть и не полностью соответствующую их потребностям, в «Библии бармена». И, наконец, после многолетних исследований я почувствовал себя готовым к созданию столь сложного проекта. Работая над этой книгой, я исходил из принципа, что бесполезно писать то, что уже было написано. Требовалось нечто новое, отражающее перемены, потрясшие современное ресторанное дело и ту невероятно динамичную эпоху, в которую мы живем.

Характерная черта нашей эпохи – жесткая конкуренция

Российское общество эволюционирует чрезвычайно быстро. Можно предположить, что потребность в «искусстве жить», в утонченности, в хорошем вкусе и, будем надеяться, в возврате утраченных ценностей, когда желание дорожить хорошими вещами постепенно возобладает над показным, сделается устойчивой тенденцией. И что тогда? – спросите вы. Тогда рестораны будут вынуждены предоставить клиентуре такие услуги, которые она привыкла видеть в подобных заведениях по всему миру. Тот, кто не идет в ногу с прогрессом, останется на обочине, так как конкуренция будет становиться все более жесткой.

И если все указывает на то, что в ближайшие годы гастрономия достигнет в России небывалых высот, владельцы ресторанов должны быть к этому готовы. Хорошо известно: чем ближе к вершине, тем меньше кислорода.

Тогда станет ясно, что ресторан – это не только мир вкусовых ощущений. Это также арена жесточайшей борьбы. Ален Дюкасс, получивший удар ножом от завистливого су-шефа в начале своей головокружительной карьеры, не станет нам противоречить. Мир ресторана – это мир в состоянии войны. Мир дежурных улыбок. Шеф-повара и рестораторы готовы на все, чтобы занять верхние позиции в рейтингах. Чтобы с помощью позитивных отзывов в прессе обнадежить инвесторов в правильном размещении капиталов. Чтобы согреть в солнечных лучах славы собственное эго, позволившее им, к нашему всеобщему удовольствию, подняться до подобных высот.

В «Библии сомелье и ресторатора» я постарался сблизить шеф-поваров, сомелье и шеф-барменов, наделить официантов мотивацией, короче говоря, объединить всю ресторанную бригаду и показать, что успех достижим лишь благодаря усилиям всего коллектива. Я хотел также напомнить, что прибыль и рентабельность – не худшие стимулы, если, конечно, ими движет любовь к своей замечательной профессии.

Вино: превосходная школа управления

Вина и крепкие напитки, помимо их культурного значения, следует рассматривать как мощный инструмент для развития ресторана. Вино – это прекрасная школа управления. Управлять погребом – то же самое, что управлять банком, ведя его к успеху или к краху. Благодаря доходам от вина, спиртных напитков и коктейлей, ресторатор сможет нанять лучший персонал, найти лучших поставщиков, получать свежайшие и эксклюзивные продукты и составлять меню, предлагающее, несмотря ни на что, приемлемые цены. И если еще не все профессионалы осознали эту роль напитков в ресторанном деле, то авторитетные шеф-повара и рестораторы уже давно это усвоили.

Незаменимый опыт профессионалов

Чего бы стоила предназначенная для профессионалов книга, если бы она не основывалась на неоценимом опыте наиболее выдающихся сомелье, тех, кто день за днем сталкивается со сложностями своей профессии? Имеет ли смысл труд, не связанный с конкретной деятельностью рестораторов, ежедневно несущих ответственность за свое дело? Для того чтобы книга оказалась действительно полезной, помогла в организации подачи вин и крепких напитков, их продажах, повышении квалификации персонала и обслуживании клиентов, а также способствовала рентабельности предприятия, я решил построить ее на интервью и репортажах. Я старался основываться на конкретных примерах, свидетельствующих о ежедневных проблемах, о непрестанных экспериментах, которыми живут многие яркие представители ресторанного мира.

При этом ресторан – слишком многообразен, слишком богат, чтобы рассматривать его лишь под одним углом. Читатель обнаружит в этой книге свидетельства профессионалов со всех горизонтов, которые увлекут его в VIP-салоны, в сердце лаундж-баров и в грандиозные развлекательные комплексы. Он посетит парижские брассери, небольшие бистро и многозвездочные гастрономические рестораны. Он обследует винные карты и меню нескольких известных заведений планеты и получит источник вдохновения, чтобы, в свою очередь, внести вклад в обогащение нашей повседневной жизни в России.

Поможет ли эта книга тем, кто ее прочтет, ярче проявить себя? Поможет ли их продвижению в избранном деле? Или проще: поможет ли она им сопоставить собственную точку зрения с мнением других специалистов? Быть может. Лично я буду счастлив, если она станет деталью строительных лесов, которыми будет окружено сооружаемое читателями здание.
И, подобно шеф-повару, который представляет свое новое блюдо, я буду ждать, наблюдая за залом из-за шторы, как будет принят этот труд. Без предубеждения, но с чувством выполненного долга.

СОДЕРЖАНИЕ

ЧАСТЬ 1-я

От древних времен до наших дней

1.1. Вино и Ресторан. Общая история
10

1.2. История профессии сомелье
28

1.3. Тенденции в ресторанной сфере
34

1.4. Винные бутики
76

ЧАСТЬ 2-я

Профессия Сомелье

2.1. Сомелье. *Ответственная должность*
82

2.2. Бокалы и аксессуары сомелье
104

2.3. Теория дегустации
118

ЧАСТЬ 3-я

Напитки в ресторане

3.1. Вино. *Призвание сомелье*
136

3.2. Шампанское. *Роскошь до последнего пузырька*
166

3.3. Аперитив. *От мифа до ритуала*
178

3.4. Виски
Многообразие характеров и способов употребления
188

3.5. Коньяк. *Величие терруара*
202

3.6. Текила. *Мгновенное путешествие*
216

3.7. Водка. *Вектор имиджа и прибыли*
220

3.8. Ром. *По ком звонит бокал*
226

3.9. Сочетание вин и блюд
236

3.10. Сигары
260

ЧАСТЬ 4-я

Продажа: прагматичное искусство

4.1. Винная политика
270

4.2. Формирование цен
280

4.3. Карта вин, способствующая продажам
288

4.4. Техника и психология продаж
314

СЛОВАРЬ СОМЕЛЬЕ

от А до Я
329

АДРЕСА
360

ЧАСТЬ 1-я

От древних времен до наших дней

1.1. Вино и Ресторан. Общая история
10

1.2. История профессии Сомелье
28

1.3. Тенденции в ресторанной сфере
34

1.4. Винные бутики
76

Глава
1.1

Вино и ресторан

Общая история

История питания – это история человечества. А история гастрономии – это история нашей цивилизации. Ибо нет сомнения в том, что интеллектуальное развитие народа соизмеряется с тем, что он ест и пьет, как и с тем, что он рисует или пишет.

Ресторан – место воплощения гастрономического искусства – был изобретен сравнительно недавно. Это одно из последствий демократизации нашего общества. Ведь во времена античности, в Средние века и на протяжении многих последующих столетий вельможи и князья никогда не посещали общественных трапез. Путешествуя с собственной свитой, они устраивали празднества только в кругу равных. Лишь после Французской революции ресторан, каким мы его знаем сегодня, окончательно вошел в нашу жизнь и наши обычаи.

Что касается вина, то оно всегда было спутником гастрономии. На греческих пирах и римских оргиях, а затем в тиши самых строгих монастырей оно стало верным свидетелем миллионов трапез. Таким образом, вино, гастрономия и ресторан составляют единое целое, и ниже вам предлагается очерк их общей истории.

Шампанское в кругу друзей. Рождественский ужин в отдельном кабинете. L'Illustration, 1893 год.

Средневековые бургундские монахи, ухаживающие за лозой.

Древние времена

Античные вина существенно отличались от современных. Благодаря смолистой, липкой консистенции их можно было хранить в течение долгого времени. В одни из них добавляли мраморную пыль, в другие – известь, поэтому они, скорее, напоминали тесто, нежели жидкость. Перед подачей на стол такое вино приходилось разбавлять водой. Иногда в него добавляли морскую воду, соблюдая точные пропорции для получения нужного вкуса. Подобные манипуляции требовали недюжинного опыта и навыков, и в этих древних обычаях можно усмотреть первые зачатки профессии сомелье.

Однако упоминания о подаче вина в античных источниках редко встречаются. Разумеется, читатель имеет представление о знаменитых римских оргиях, во время которых сотрапезники возлежали на больших трехместных ложах – «триклиниумах», – широко описанных множеством авторов. Но лишь несколько мозаик и гравюр свидетельствуют о значении, придававшемся подаче вин. Навеки застывший на фресках Геркуланума и Помпеи, похороненный под толщей пепла, исторгнутого Везувием, античный сомелье дожидался своего часа, чтобы вновь появиться на свет.

Средние века

Все исторические данные свидетельствуют о том, что подача вина в современном понимании восходит к Средним векам. Застолье в монастырях стало принимать привычный для нас вид: сотрапезники сидели на длинной скамье за общим столом, но по одну его сторону, лицом к тем, кто им прислуживал. Один из монахов служил «келарем», то есть заведовал погребом. Именно его и можно рассматривать в качестве предшественника современного сомелье.

Если не касаться сугубо религиозного значения вина, можно предположить, что в условиях суровой и тяжкой монашеской жизни его потребление втайне воспринималось как одно из самых сладостных из доступных развлечений. Принявший постриг монах не терял своей человеческой сущности. Все, что имело отношение к благословенному напитку, рассматривалось как имеющее особую важность. В соответствии с бенедиктинским уставом, лишение вина служило в монастырях наказанием.

Не оставались в стороне от вина и сеньоры–обитатели замков и крепостей, возводившихся для защиты от завоевателей и являвших собой островки относительной цивилизации. Пиршества, устраиваемые в замках, служили прогрессу застолья. Так, первые скатерти поначалу использовались для того, чтобы вытирать ими руки и лицо, поскольку салфетки еще предстояло изобрести. Скатерти складывались вдвое, а их длинные свесы покрывали колени сотрапезников. Ели в основном руками. Богатые пользовались золотой или керамической посудой, а бедняки довольствовались деревянными мисками. Изумление вызывает отсутствие персональных тарелок даже на самых знатных пирах. Одна тарелка приходилась на двух-трех гостей. Разумеется, о вилках еще и речи не было. Еду брали руками, а кусок мяса отрезали собственным кинжалом или мечом. В конечном счете, остается с удивлением признать, что средневековый пир был всего лишь продолжением битвы или охоты.

Но не зря говорят, что вино смягчает нравы. По-видимому, для тех эпических времен это выражение было особенно справедливым. Не вызывает сомнений, что именно благодаря вину проявилась неко-

При Людовике XIV парижские кабаре считались гиблыми местами, где пили мутное вино и искали вдохновения. Здесь написал все свои шедевры Мольер. Эти «литературные кабаре» были предшественниками современных кафе и ресторанов.

Сцена трапезы за общим столом в английской таверне. Картина неизвестного художника, 1663 год. Музей Карнавале.

торая утонченность. Напиток этот обладает общепризнанным священным характером, а подача его требует уважительного обхождения. Так, стаканы стали называть «чашами», которые все чаще изготавливали из золота. Подача вина быстро сделалась прерогативой особо доверенных лиц, так как выяснилось, что допускать до своего бокала первого встречного нельзя. В дальнейшем, чтобы получить право наливать вино в бокал сеньора и избавить его от опасности быть отравленным, стал необходим дворянский титул.

И вот появляются первые виночерпии: их роль состоит не только в подаче вина, но и в защите жизни своего сеньора или короля.

Первые постоялые дворы

На исходе Средних веков дороги стали более надежными, что благоприятствовало путешествиям. В поисках убежища путник уже не был вынужден скакать во весь опор от монастыря до ближайшего замка, рассчитывая только на удачу, чтобы избежать разбойничьей засады. Появились первые постоялые дворы, предоставлявшие путешественнику кров и еду. Здесь за стол садились в определенные часы, а меню было составлено заранее. Очередность блюд уже напоминала современную – от соленого к сладкому. Дичь подавалась на второе, а фрукты – на десерт. Традиция пить вино за столом утверждается и захватывает все более широкие слои населения.

Первые шеф-повара

Первого средневекового шеф-повара Франции звали Тайваном. Но его настоящее имя было Гийом Тирель. Родился он около 1310 года и стал первым знаменитым кулинаром в истории. Он считается автором первой поваренной книги «Le Viandier» (от слова viande – мясо), которая описывает различные способы приготовления этого продукта. Известно, что Тайван был еще и главным кравчим, в задачи которого входил тщательный контроль всех манипуляций с вином, предназначенным для короля. Отсюда видно, насколько тесными были связи между шеф-поварами и людьми вина с самого начала их совместного существования.

Хорошо обустроенная кухня, фронтиспис книги «Le Cuisinier Parisien» (Парижский повар), начало XIX века.

Первые рецепты

О зарождении кухни можно судить по появлению первых рецептов. Теперь мясо и дичь не просто жарят. В зависимости от возможностей хозяина они могут быть приправлены пряностями. Появляются первые соусы – очень кислые и острые. Мясо прямо макали в соус. Один из таких соусов дожил до наших дней – это горчица.

Эпоха Возрождения
Застолье становится искусством

Со Средних веков до XVII века стол везде был «общеевропейским». Повсюду едят примерно одинаково и примерно одно и то же: в монастырях, у феодальных баронов, и, наконец, при всех европейских дворах.

Впервые новые веяния возникли в эпоху Возрождения. Разумеется, исходили они из Италии. Прежде всего они проявились в манерах и столовых приборах. Зарождался образ жизни, вне которого не может существовать великосветское застолье.

Отход от религии открывает путь к индивидуализму. Блюда теперь делятся на порции, но доставляют не меньше радости. С этого времени у каждого сотрапезника отдельная тарелка и свой бокал, стоящий, впрочем, в стороне, на круглом столике. Бокал подается по требованию владельца и никогда не ставится на общий стол.

Когда, изучая хроники тех времен, мы узнаем, что сморкаться в скатерть и вызывать рвоту в публичном месте становится запрещено, мы понимаем, что в светской жизни произошел значительный прогресс.

К той эпохе относятся первые бокалы, сравнимые с современными. Поскольку металл придавал вину привкус, его быстро сменило вошедшее в моду стекло. Форма бокалов делается все разнообразнее, а оформление – более утонченным. Можно сказать, что появление рюмок, в частности, из венецианского хрусталя, послужило истинной отправной точкой искусства украшения стола, то есть зарождения высокохудожественных предметов сервировки.

Гастрономия в XVII и XVIII веках

Импульс, полученный гастрономическим искусством в конце эпохи Возрождения, был связан со снижением потребления пряностей. Специи прибывали в таких количествах, что цена на них упала, и они перестали пользоваться спросом у дворян. Многочисленные буржуа все сильнее сдабривали пряностями блюда. А дворяне, отстаивая свою исключительность, требовали от поваров новых рецептов. Кухня вступила в новую эру – эру усложнения.

Разнообразие продуктов и пряностей сменилось

разнообразием блюд. С этих пор начались изыскания различных способов обработки исходных продуктов с тем, чтобы получить из него десятки разных блюд. Произошла настоящая гастрономическая революция.

На смену кухне пряностей пришла творческая кухня и вместе с этим утверждается особое положение повара при королевском дворе. В конечном счете, пришло понимание, что кухня пряностей была всего лишь «кухней, облегчающей задачи повара».

Начиная с эпохи Людовика XIV (1638-1715), Франция распространила свое гастрономическое влияние на всю Европу. Выдающиеся повара пользовались колоссальным успехом у коронованных особ. Их деятельность была неотделима от роскоши королевских дворов. Наступил золотой век Столовых Искусств. Грандиозные пиршества, устраиваемые в честь короля, служили благоприятным поводом для демонстрации богатств великих европейских дворов. Тарелки, бокалы, блюда и другие столовые приборы вдохновляли величайших художников того времени.

В XVIII веке в Европе наступил относительно мирный период, связанный с увлечением искусством великосветской жизни. Постепенно пиры и банкеты перестали быть уделом только королевских дворов; многочисленное дворянство начинает организовывать приемы в частных особняках.

Новый этап развития увеличил потребность в персонале – сомелье, метрдотели и повара оставались востребованными до самой Французской революции.

Первый ресторан

Вторая половина XVIII века ознаменовалась кулинарными свершениями. Разумеется, уже на протяжении многих веков по Европе распространялись кабаре (в них подавали лишь вино и крепкие напитки) и таверны (где было дозволено перекусить). К ним можно добавить кафе, в которых наслаждались новым горячим напитком, позаимствованным у арабских стран. Но о приготовлении пищи в этих заведениях еще не было и речи.

Во Франции данная привилегия была предоставлена цехам мясников, колбасников и кулинаров, которые поставляли готовые блюда напрямую к королевскому двору и в особняки высокопоставленных особ. Каждый из цехов обладал четко определенными правами и мог заниматься лишь своей узкой сферой деятельности. Так, кулинар не имел права жарить мясо, ограничиваясь лишь соусными блюдами. Эти бастионы пали не сразу, и прошло немало времени, прежде чем появились первые заведения, в которых блюда всех типов готовились разнообразными способами.

Сервировка по-французски
(Service la fran aise)

Французская сервировка сделалась символом придворной роскоши. В первоначальном своем смысле она состояла из множества блюд, водружаемых на стол. Собственно подача включала несколько смен – от супов с закусками до десертов с фруктами. Число таких «актов» могло варьировать от 6 до 8, и они были разделены перерывами – «антреме», когда со стола убирали и его накрывали вновь. В это время играли музыканты, и на сцену выходили трубадуры.

При сервировке по-французски на столе одновременно находилось множество блюд. Они располагались симметрично, в соответствии с точным планом, разработанным метрдотелем. На доступ гостей к конкретным блюдам влияло их местонахождение за столом. Хозяин дома сидел во главе стола, что давало ему доступ ко всем блюдам, в то время как качество обслуживания каждого гостя зависело от его места за столом и, соответственно, от положения в социальной иерархии. Сервировка по-французски отражала структуру общества.

Именно по этой причине подобная сервировка была запрещена во время Французской революции. Позже ее заменил русский тип обслуживания (service à la russe).

Эпоха Возрождения привнесла заметную утонченность в отношении столовых приборов. Постепенно возникло желание избегать прямого контакта с пищей. Так появилась вилка, придуманная во Флоренции во времена Екатерины Медичи. Этот первый столовый прибор, имевший сначала два зуба, быстро завоевал популярность, поскольку позволял проносить куски еды в рот без риска запачкать жабо, поддерживавшие шеи коронованных особ.

РЕСТОРАН – ГЕНИАЛЬНОЕ, НО ПРОСТОЕ ИЗОБРЕТЕНИЕ: ОБСЛУЖИВАНИЕ В ЛЮБОЕ ВРЕМЯ, ШИРОКИЙ ВЫБОР БЛЮД И ЦЕН.

По словам Брийя-Саварена (1755-1826), который прославился трудом «Физиология вкуса» и стал основателем всей современной гастрономической критики, первый ресторан появился лишь в 1766 году.

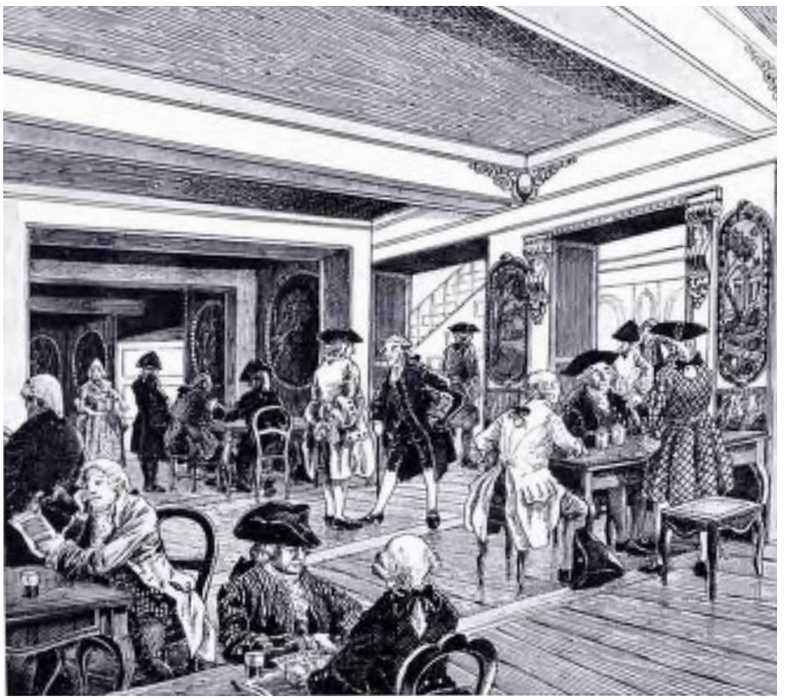
«Найдется умный человек, который сообразит, что каждый день в одно и то же время возникает одна и та же потребность, и что толпы потребителей ринутся туда, где эта потребность может быть с приятностью удовлетворена. И если для первого пришедшего вы приготовите крылышко дичи, это не помешает вам принять и второго, который удовольствуется ножкой», – подметил один из современников той эпохи.

Первым ресторатором мог быть некий господин Матюрен Роз де Шантуазо. Считается, что он придумал слово «ресторан» для названия своего заведения. Раньше слово «ресторан» (restaurant) означало нечто вроде бульона. Суп, который подкреплял (restaurer – по-французски подкреплять). Соответственно, слово «ресторан» несло в себе смысл «восстанавливающий силы», «кормящий».

В отличие от кафе или кабаре, ресторан предлагал и вино, и напитки, и еду. Но особенно важно то, что все блюда готовились на месте. Более того, впервые появляется меню, которое позволяет в спокойной обстановке не только сделать выбор, но и, разумеется, заранее узнать цены.

Первый гастрономический ресторан

Первый настоящий гастрономический ресторан был открыт в Париже в 1782 году Антуаном Бовийе на улице Ришелье. По словам Брийя-Саварена, господин



«ПРОКОП» ПИЩА ДЛЯ ТЕЛА И УМА

В 1686 году Франческо Прокопио деи Колтелли открыл первое кафе, название которого происходило от подававшегося здесь кофе. Также в кафе «Прокоп» предлагали чай, шоколад, кондитерские изделия и мороженое. Успех «Прокопа» обеспечили два нововведения: с одной стороны, впервые в подобное заведение допускались дамы. А с другой стороны, здесь всегда вывешивались последние новости. И в результате «Прокоп» сделался местом политических дебатов и споров, а также приобрел популярность в литературных кругах.

Подобный успех вызвал появление большого количества похожих кафе, и многие из них, включая «Прокоп», через некоторое время превратились в рестораны.

«Прокоп», бывший вначале своей истории литературным кафе (вверху), сохранил первоначальную спокойную атмосферу, способствующую умственным упражнениям (слева).

Сервировка по-русски, гравюра работы художника Мюгси, 1888 год.

Бовийе был самым известным ресторатором Парижа. «Никогда до тех пор гастрономическое искусство не достигало подобной точности», – писал он.

Кроме того, Бовийе впервые ввел в обиход искусство сочетания блюд с винами и поставил его на коммерческую основу. Он выпустил книгу «Искусство повара». Но интереснее всего, что его любовь к вину оказалась столь сильной, что он оставил свои кухонные плиты и предпочел изучать способы выбора и декантации вина, а также перегонку ликеров, то есть перешел ни более, ни менее, к искусству сомелье.

Французская революция

Французская революция, отправившая на эшафот или в изгнание большую часть дворянства, оставила без работы множество поваров, метрдотелей и сомелье. Одни из них нашли прибежище при других монарших дворах Европы и волей или неволей участвовали в распространении французских кулинарных традиций, в том числе и в России. Другие, оставшиеся в стране, нашли новое применение своему искусству в частном ресторанном деле, которое по историческому совпадению получило развитие именно в это время. Отныне великие рестораны займут место великих дворов и будут задавать тон во всем, что касается гастрономических изысков и элегантного обслуживания.

Золотой век гастрономии. *Первые правила сочетания блюд с винами*

Когда улеглись революционные потрясения, уцелевшие дворяне, как и многие испытавшие их участь буржуа, вернулись во Францию. Но они остались без особняков и частных салонов, поэтому им негде было устраивать пиры и балы. Они поневоле сделались клиентами быстро развивавшегося ресторанного сектора. В начале XIX века в Париже насчитывалось уже порядка 1000 ресторанов.

Весь XIX век отмечен эволюцией гастрономического искусства. Достигли своего апогея заведения

Сервировка по-русски — демократичная роскошь (Service la Russe)

Уже в конце XVIII века Французская революция запретила сервировку по-французски по причине разнузданной роскоши и подчеркивания социальных различий. Одновременно широкое распространение получило более приспособленное для ресторанного сервиса обслуживание по-русски, которое окончательно вытеснило прежние формы ко второй половине XIX века.

У истоков такой сервировки стоят русские князья, дворяне, министры и послы (среди них Демидов, Орлов и Куракин). На приемах в их домах блюда подавались таким образом, что каждый гость получал равную порцию. Горячие блюда на стол не ставили. Их резали и раскладывали по тарелкам на кухне или на сервировочном столике, а затем подавали гостям.

Такой вид сервировки прижился в ресторанах как наиболее практичный и демократичный, поскольку всех обслуживали одинаково. Кроме того, блюда подавались горячими, непосредственно перед употреблением, а не остывали на столе.

Русская сервировка таила в себе еще одно преимущество: благодаря чередованию блюд, она способствовала открытию, кульминации гастрономического удовольствия. Также требовалось точное соблюдение правил сочетания блюд и вин, поскольку к каждому новому блюду следовало предложить наиболее подходящее вино. И, наконец, обслуживание по-русски освободило стол от нагромождения тарелок и высвободило место для бокалов и бутылок. Осталось только придумать сервировку не за одним общим столом, а за отдельными столиками (что и сделал Цезарь Ритц), чтобы рестораны окончательно приняли привычный нам вид.

Обслуживание по-русски делится на три категории.

• (Новое) обслуживание по-французски: официант демонстрирует общее блюдо гостю, который накладывает еду себе сам.

• Обслуживание по-английски: официант подносит блюда и сам обслуживает гостей с помощью сделанных из ложки и вилки щипцов.

• Собственно обслуживание по-русски, которое в нынешнее время означает обслуживание с сервировочного столика. Встречается в ресторанах высокого уровня. Блюда подаются с сервировочного столика или со столика на колесах.

Следует отметить, что американцы называют обслуживанием по-французски то, что в Европе называют обслуживанием по-русски, и наоборот.

наподобие Maxim's. Наступила эпоха моды на отели-дворцы. «Ритц» распахнул свои двери.

В течение XIX и начала XX века ресторанное дело неуклонно прогрессировало. Изыскания Эскофье, который считается основателем современной кухни, способствовали разнообразию вкусов и ароматов. Одни только соусы, количество которых возросло с первоначальных пяти до более 280, дали рождение великому множеству новых блюд и рецептов.

Технический прогресс позволил разработать новые способы приготовления блюд. Сомелье должен был откликнуться на эти технические новшества, что он и проделал с блеском в первой половине XIX века.

Именно в этот период, в частности благодаря трудам Бовийе, были разработаны основные правила сочетания вин с блюдами и провозглашены их основные принципы: например, подавать вина в последовательности от более легких к более крепким, от молодых к старым, от белых к красным, а на десерт предлагать сладкое вино.

Кстати, по мнению многих специалистов, все нововведения проистекали из сервировки по-русски, поскольку каждому новому блюду, оказавшемуся в тарелке, должно соответствовать вино, способное освежить нёбо и затмить вкус вина предыдущего.

Но вакхический прогресс был внезапно прерван неожиданным нашествием филлоксеры, опустошившей виноградники, а вслед за ними – винные карты ресторанов.

И вот, вопреки общему настроению гастрономической эйфории, профессии, связанные с вином, испытали длительный период застоя. Фальсификации, сомнительные манипуляции, подкисшие вина из американской лозы, вина, разбавленные водой, и просто подделки, имитирующие вкус вина с помощью столь же таинственных, сколь и неэффективных, а иногда и опасных для здоровья рецептов, нанесли почти смертельный удар по профессиям, связанным с вином, от которого сомелье долго не могли оправиться.

Вполне естественно, что в подобных условиях публика перешла на пиво, а также на коктейли, искусство приготовления которых, в свою очередь, пережило небывалый подъем.

История ресторана в России

История ресторанного дела в России повторяет его скачкообразное развитие в Европе, где вплоть до XVIII века гастрономия скрывалась от народа в домах дворянства, словно стыдящегося за содержимое своих тарелок. Так продолжалось до тех пор, пока важные события не разбили вдребезги старые правила, открыв радости чревоугодия широким слоям населения.

В результате Французской революции повара, освобожденные от своих кулинарных обязанностей, разбрелись по всей Европе. Они утвердили господство Франции в гастрономической сфере. В итоге к концу XVIII века Россия, уже подарившая Франции сервировку по-русски, получила взамен ее кулинарных посланцев. Следующим важным событием стала кампания Наполеона: военное поражение Франции превратилось в ее коммерческую победу. Первый знак был подан русским царем Александром I, который в 1814 году в Париже обратился с приглашением к Антонену Карэму, Микеланджело французских пирожных и, безусловно, величайшему кондитеру всех времен. Царь взял его с собой в Санкт-Петербург. Впрочем, 1814-й год вообще оказался переломным. Русские высокопоставленные офицеры привезли из Франции ностальгические воспоминания и привычку потреблять французские яства и напитки. Вместе с тем, многочисленные пленные, прекрасно принятые в домах русской буржуазии и дворянства, передавали собственный кулинарный опыт своим любезным тюремщикам.

Но на Россию обрушилось не только французское влияние. Ее западная часть развивается в европейском ритме, сначала по прихоти царей и дипломатических посланников, а затем – деловых людей и торговцев. Среди последних подавляющее большинство составляли немцы, а также выходцы из других стран Северной Европы; все они, разумеется, оставили свой отпечаток на ресторанном деле России.

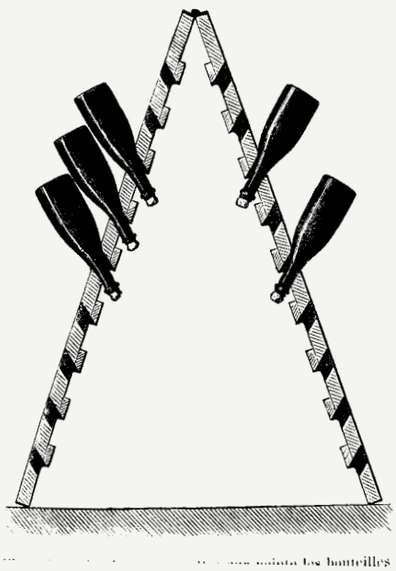
С начала 1800-х годов в России господствовали трактиры, а также несколько знаменитых кабаков. Они существовали с незапамятных времен и предназначались для путешественников. Однако их посетители и кулинарный уровень были слишком посредственны, чтобы соответствовать новой публике, заполонившей улицы Санкт-Петербурга и Москвы. Многие из трактиров не рекомендовалось посещать, как и парижские «разбойничьи вертепы» – заведения с дурной репутацией, где проводили время низы общества.

В России – стране, с той поры открытой миру и господствующей в Европе, – ресторанное дело становится необходимостью. Вместе с некоторыми русскими рестораторами французы, швейцарцы и немцы принимают новых гостей столицы. Одним из первых ресторанов, достойных своего титула, стало заведение француза по имени Андрие. Этот бывший наполеоновский солдат, вместо того чтобы томиться в плену, воспользовался им как трамплином для своей карьеры ресторатора. Так, извлекая из худшего наилучшее, он открыл в 1820 году в Санкт-Петербурге собственный ресторан. Уехав через несколько лет на родину, он передал заведение своему соотечественнику и компаньону по имени Дюме. Но в России, как и в других странах, представители высших сословий еще не имели привычки посещать рестораны. Пока что они ходят только в кафе, чтобы отведать кондитерские изделия вместе с простолюдинами. Если же речь идет о званом обеде, то приглашают в дом повара. Так, например, именно повар из ресторана Дюме готовил злополучный обед, за которым Дантес познакомился с женой Пушкина.

Начиная с 1840-х годов ресторанный ритм ускоряется, сопровождая экономическое развитие. Ширится эйфория, подогреваемая потоками лафита (так назывались все вина Бордо), рейнских вин и шампанского. Ресторан «Доминик», открытый в 1841 году швейцарцем Домиником Ритц-Апортом, оста-

Русский трактир,
гравюра 1861 года.

Знаменитый петербургский ресторан «Доминик» был открыт в 1841 году на Невском проспекте. Как свидетельствует эта почтовая открытка начала XX века, в нем уже подавали шампанское Mumm.



нется одним из самых знаменитых в истории Санкт-Петербурга. Начиная именно с этого заведения, у русских появится привычка посещать рестораны. Заведение славилось высококачественной кухней. Его посещали иностранные гости Санкт-Петербурга, которые впервые сталкивались здесь с буржуазией и знатным дворянством.

Москва не отстает от столицы: многие иностранные путешественники свидетельствуют о роскоши, которую они встречают в разных ресторанах города. «Наши сани остановились перед маленьким домиком в современном стиле, – пишет швейцарец Виктор Тиссо, опубликовавший свои воспоминания о поездке в Москву в 1893 году. – Привратник в галунах и несколько сомелье в черном выбежали нам навстречу. Мы были в «Славянском базаре», гостинице, напоминающей Отель дю Лувр. Я обедал в большом зале ресторана. Ничего подобного я прежде не видел, ибо это – прекрасный зал, украшенный скульптурами и фонтаном». Он пишет также о другом ресторане, который в то время был одним из самых посещаемых, пока публика не охладела к нему. Он был открыт богатым предпринимателем Лопашевым. «Это трактир, в котором используют золотые и серебряные приборы и предлагают более ста различных сортов водки. Есть водка пшеничная, рябиновая, водка из черной и красной смородины, водка «Пушкинская», болгарская, «Петр Великий», «Норденшельд», с кусочками льда, сверкающими в заиндевевшем хрустальном штофе и прочее… А те водки, которые утратили расположение публики, возрождаются под новыми названиями!» По словам этого свидетеля, самый знаменитый московский ресторан располагался на Цветном бульваре. Это «Эрмитаж». «Этот ресторан (основанный в 1864 году) принадлежит одному французу, господину Люсьену Оливье (изобретателю знаменитого салата), который каждый день творит чудеса. Одно лишь помещение ресторана оценивается в 1.050.000 франков золотом. Посетителей обслуживают молодые люди, одетые в русском стиле: широкие белые панталоны и белая рубашка в форме блузы – все безукоризненной чистоты. Среди дыма настоящих гаванских сигар можно подумать, что вас обслуживают ангелы Господни».

В начале XX столетия эйфория спадает, словно в тревожном предчувствии. Рестораны открываются реже. Наконец, однажды Европа проснется, с горечью узнав, что началась Первая мировая война, а в России усилятся беспорядки.

Так постепенно ослабнет, дрогнет и угаснет первое пламя ресторанного дела в России – дела изобретательного, страстного и, безусловно, исключительного. Это так похоже на то, что нам известно сегодня! А в 1917 году огромный занавес закроет сверкающие заведения, исчезнут гостеприимные диванчики, а любезные и предупредительные официанты будут отправлены на долгие, очень долгие каникулы…

ГУРМАН: ЛЮБОВЬ К ВИНУ

В античные времена гурманом называли человека с тонким вкусом, занимающегося оценкой пищевых продуктов. Гораздо позднее – уже в 1611 году – это слово означало особого посредника по закупке вин или эксперта, специально приглашенного виноторговцами. В его задачи входило контролировать и определять происхождение вина. В 1679 году gourmet – это дегустатор вин на Парижской пристани, следивший за подлинностью происхождения напитков. Затем значение этого слова расширилось и стало обозначать людей, владеющих искусством распознания вина. В Академическом словаре 1879 года уточняется: «гурман – человек, разбирающийся в винах и их хранении». Значение слова вновь расширилось в 1932 году: гурманом стали называть того, кто ищет в еде высокий вкус и утонченность.

Все это подтверждает, что человек, ничего не понимающий в винах, не смеет претендовать на статус гурмана.

Двадцатый век

Живший на переломе веков Огюст Эскофье (1846–1935) оказал решающее влияние на все поварское искусство благодаря своему основополагающему труду «Кулинарный гид», опубликованному в 1901 году. Впервые выдающийся шеф-повар с точностью описал особенности своей работы. Под влиянием Огюста Эскофье кухня сделалась наукой, которую стало возможно преподавать в учебных заведениях. И благодаря свежеиспеченным кулинарным посланникам, гастрономия, наконец, оказалась готова к посвящению в свои тайны новых адептов. В беззаботном ожидании грядущих войн гурманы собирались в престижных ресторанах отелей-дворцов, последних храмах уходящей эпохи.

Новый мир

Когда к концу Второй мировой войны умами вновь стали овладевать идеи, связанные с застольем, зародился совершенно новый мир. Перемены оказа-

Встреча нового 1900 года в отеле «Ритц», Париж (вверху).

Сценка на террасе кафе (слева), иллюстрация из Journal Amusant, 1896 год.

МОНУМЕНТ ФРАНЦУЗСКОЙ ГАСТРОНОМИИ

Ресторан «Серебряная башня» (La Tour d'Argent), считающийся самым старинным действующим рестораном Парижа, знаменит фантастическим видом, открывающимся на Собор Парижской Богоматери, подаваемыми здесь винами и знаменитой уткой с кровью. Последняя готовится по особому рецепту, придуманному владельцем ресторана Фредериком Делером: утке сворачивают, а не перерезают шею, чтобы сохранить всю кровь. Затем кости перемалываются в приспособлении, специально придуманном изобретательным поваром. Радоваться ли этому или печалиться, но к настоящему времени было подано более миллиона уток с аккуратно вырезанным филе и перемолотыми костями. Количество это хорошо известно, поскольку каждой утке присваивается номер. Одним из первых известных людей, оценивших утку, был Великий князь Владимир, которому Фредерик лично подал «экземпляр» под номером 6043. Президент Кеннеди последовал примеру Великого князя с уткой номер 245200, Том Круз и Николь Кидман разделили птицу под номером 759216, а на долю Людмилы Путиной выпала утка номер 921785.

Утка сочетается с множеством вин, потребность в которых удовлетворяет впечатляющий погреб, вмещающий 500000 бутылок. Здесь правит великий сомелье Дэвид Риджуэй.

Фредерик Делер разделывает утку согласно знаменитому рецепту (вверху).

Владелец ресторана «La Tour d'Argent» Фредерик Делер, позирующий перед дверями своего заведения в начале прошлого века (справа). С тех пор фасад был полностью обновлен.

ЭВОЛЮЦИЯ ВИННОЙ БУТЫЛКИ

Предок бутылки появился в разгар Средневековья. Он назывался «бутий», от латинского buttis – бурдюк. «Бутий» была миниатюрным бурдюком, точнее, кожаной флягой, в которой напитки брали в дорогу. К столу ее не подавали. Для лучшего прилегания к бокам лошади «бутий» имела форму уплощенной груши. Впоследствии она сохранила свою грушевидную форму, но изготавливать подобные емкости начали из разнообразных материалов. За кожей последовал металл, а за ним – стекло. Такие сосуды уже не брали в дорогу, а чаще всего использовали в качестве графина: чтобы подать вино, налитое из бочки в погребе.

В XIV веке во Франции стали использовать нынешнее слово «bouteille» – бутылка. До конца XIX столетия бутылки выдували вручную, что вело к великому разнообразию их форм и объемов.

Решительный вклад в улучшение качества бутылки внесла Англия. Англичане изобрели емкость из толстого окрашенного стекла, которая не боится ударов при перевозке, а главное, выдерживает давление шампанских вин.

Бутылка, имевшая в XVIII веке форму луковицы, постепенно удлинялась. Бутылки бургундского, а затем и бордоского типа появились только в XIX столетии.

Процесс механизированного изготовления бутылок, сделавший возможным их массовое производство и стандартизацию существующих форм, изобрел в 1894 году производитель стекла из города Коньяк Клод Буше.

Старинные бутылки, хранящиеся в погребе ресторана La Tour d'Argent (вверху).

Форма для изготовления бордоской бутылки (справа).

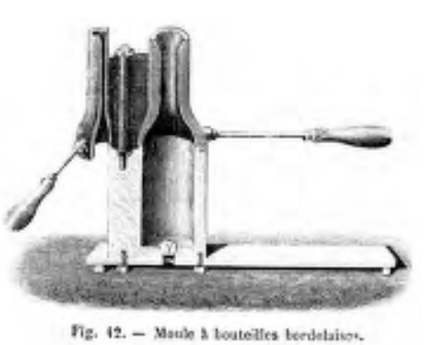


Fig. 42. — Moule à bouteilles bordelaises.

лись столь значительны, что ресторанам пришлось пережить настоящее перерождение, чтобы приспособиться к новой эре. Стремительная урбанизация, новый ритм работы, эмансипация женщины, уже не согласной проводить весь день у кухонной плиты, – создали совершенно новые условия в ресторанной сфере и заставили рестораны сделаться демократичнее. Обслуживание упростилось и пришло к тому виду, в котором оно существует сегодня. Исчезли разнообразные типы сервировки, уступив подаче в отдельной тарелке.

Вина, со своей стороны, также претерпели изменения. Владельцам бордоских замков надоели манипуляции, которые проделывали с вином, поставляемым в бочках. И они начали разливать вино по бутылкам непосредственно в хозяйствах. За ними вскоре последовали производители из других областей. Подобный подход давал возможность надежнее гарантировать подлинность поставляемых вин. Сомелье перестал быть помощником, правой рукой и воплотителем мысли энолога. Он сделался знатоком географии и истории виноградников и, в результате, – осмысленным покупателем и эффективным продавцом. Время, высвободившееся от работы в погребе, он теперь проводит в зале. Такая вновь обретенная свобода позволяет сомелье применить свое искусство в новой области: беспрестанном поиске идеальных сочетаний блюд с винами.

Век туризма и фаст-фуда

XX век сделался, кроме всего прочего, веком туризма, фаст-фуда и массового общественного питания. Научно-технический прогресс стал ощутим в новой индустриальной кухне, где зачастую поварам остается лишь вскрывать полиэтиленовые пакеты, разогревать полуфабрикаты и раскладывать порции по тарелкам.

Кроме того щедрый на всевозможные ужасы XX век – это также эпоха искусственных ароматизаторов, которые позволяют шеф-поварам, страдающим недостатком воображения, усиливать вкус своих блюд.

XX век предвосхищает будущее, о котором лучше не думать, чтобы спать спокойнее: традиционные продукты делаются редкими и дорогими. Отныне существуют две параллельные кухни. Одна – массовая, основанная на интенсивном сельском хозяйстве и переработке продуктов, нацеленная на основную часть населения, и другая – элитарная, которая безвозвратно уйдет в область роскоши.

Английский повар, гравюра работы художника Х.С. Маркса, The Illustrated London News.

Новая кухня

Новая кухня – первая ступень гастрономической ракеты, стремящейся преодолеть земное притяжение и громоздкое наследие Эскофье. Ее цель – облегчить соусы и вернуть вкусу продуктов естественное звучание.

Новая кухня зародилась в 1970-е годы по инициативе шеф-повара Мишеля Герара. В частности, она удовлетворяла диетическим требованиям публики, которая с некоторых пор начала демонстрировать свое тело на пляже. Название «новая кухня» придумали знаменитые гастрономические критики Го и Мийо. И даже если не все шеф-повара стали ее сторонниками, то чтобы вступить в современность, они были вынуждены облегчить свою, пусть даже самую традиционную, кухню.

Звезды

В течение XX столетия проявилась определяющая роль гастрономических гидов, таких как «Го и Мийо», и, разумеется, «Мишлен». В эпоху чрезмерного влияния средств массовой информации, когда невозможно выжить без эффективной коммуникации, гастрономический гид с верной армией поклонников превращается в ориентир, символизирующий эталон таланта шеф-повара, в универсальный диплом, открывающий путь к успеху или, еще проще, на гильотину.

Добровольно подчиняясь опасным играм, шеф-повара делаются всемирно известными звездами, попутно испытывая все более сильное давление, которое, в конце концов, довело шеф-повара Бернара Луазо до самоубийства.

Навстречу новому Золотому веку

Создается впечатление, что в конце XX века, как и в конце XIX, заявил о себе новый золотой век гастрономии, который продолжает утверждаться в текущем столетии. В связи со взрывным ростом числа миллионеров на планете, растет спрос на все атрибуты роскоши, и отели-дворцы переживают вторую молодость.

Гастрономия сделалась фантастической ареной для делового мира. За редким исключением, в данной области уже недостаточно любительского подхода или увлечения. Чтобы вынести тяжесть налогов, которой государства нагружают свои народы, выжить в условиях роста арендной платы и цен на недвижимость, удовлетворить запросы акционеров, выдержать все более ожесточенную конкуренцию и окупить многомиллионные инвестиции, необходим самый высокий профессионализм.

Что касается французского влияния, то впервые за многие столетия (даже если оно и продолжает играть роль в развитии мировой гастрономии) единоличное правление Франции закончилось. В наше

время проявляются веяния со всех концов света: итальянское, японское, испанское, английское или американское. Если Ганьер и Робюшон остаются надежными именами, обеспечивающими столь же твердую статью экспорта, как шампанское, то с ними сравнялись (а по мнению некоторых критиков, и превзошли) Ферран Адриа, Нобу и Гордон Рэмси.

Но куда пропала простота?

Наконец, в новых гастрономических храмах роскоши наиболее утонченные и редкие компоненты присутствуют практически во всех блюдах, чтобы оправдать астрономические наценки. Создается впечатление, что некоторые шеф-повара нашли для себя удобную нишу в том, что часто именуют «кухней для нуворишей», составленной почти исключительно из фуа гра, черной икры или трюфелей, когда отдыхает утомленное или просто отсутствующее кулинарное воображение.

Таким образом, простые ингредиенты исчезают со столов ресторанов высокой кухни. Стоит ли сожалеть об этом?

Возможный ответ нам подсказала Элен Дарроз, одна из немногих дам в чисто мужском мире шеф-поваров и рестораторов. Только что получив вторую звезду Мишлена, она рассказывала журналистам о блюдах, внесенных ею в меню. Но в то время как она описывала свой тартар из устриц с аквитанской черной икрой и мороженое с трюфелями, одна из журналисток неожиданно перебила ее вопросом:

- Но скажите, Элен Дарроз, какое блюдо из всех этих чудес предпочитаете вы сами?

Если дама не лжет, значит, она говорит правду. Выбитая из колеи вопросом, с делающей ей честь прямотой, звездная женщина-шеф-повар невинно ответила:

- Курицу в духовке.

XXI век

Начало XXI столетия ознаменовалось распространением молекулярной гастрономии, которая сосуществует с классической кухней и оказывает на нее влияние. К многообразию ингредиентов молекулярная гастрономия добавляет разнообразие способов приготовления. Кухня превращается в лабораторию, где шеф-повар постоянно экспериментирует с новыми идеями, стараясь всеми средствами подогреть интерес публики к своему ресторану. Теперь кухня имеет мало общего с повседневной пищей. Она превращается в опыт ощущений, впрочем, не всегда удачный. Что это? Последние судороги вырождающегося искусства или настоящий кулинарный прорыв? Мнения по данному поводу разделяются в зависимости от пережитого гастрономического опыта, и лишь время покажет, кто прав.

МОЛЕКУЛЯРНАЯ ГАСТРОНОМИЯ

Научно-фантастическое название молекулярной гастрономии сразу же заставляет подумать об авангарде.

Ее отец-основатель французский физик Эрве Тис со всей присущей ему скромностью считает, что, готовя суфле с рокфором по рецепту из обычной поваренной книги, он изменил облик современной гастрономии, начав «революцию, которая отправит на задворки истории Тайвана, Карема и Эскофье».

В вышеуказанном рецепте говорилось, что яичные желтки следовало добавлять постепенно, каждый раз по две штуки. Разум физика мгновенно рассудил: «Изменится ли что-нибудь в конечном результате, если добавлять по три желтка за раз?» Определив, что никаких изменений не произошло, он в компании со своим другом, тоже физиком, англичанином Николасом Керти (ныне покойным) подверг пересмотру все кухонные правила. Следует ли солить стейк до или после жарки? Необходимо ли сбивать белки яиц все время в одном и том же направлении? *«Возникла необходимость собрать все кулинарные «мудрости» и проверить их, чтобы оставить молодым поварам только справедливые правила, отбросив ложные, которых множество».*

Поиски двух ученых привели их к исследованию физико-химических молекулярных свойств пищевых продуктов и их изменений в зависимости от различных способов приготовления и термической обработки. Один из наиболее показательных примеров – яйцо, сваренное при 65°C, в котором твердеет лишь белок, что придает ему особый вкус.

Выяснив, что новые способы приготовления пищи и применение новых ингредиентов позволят получить палитру текстур и вкусов, еще не известных современной гастрономии, Эрве Тис решил передать свои знания миру ресторанов. Так родилась молекулярная кухня.

В наши дни она обрела харизматических сторонников, таких, как Ферран Адриа или Пьер Ганьер, которые каждый день пользуются открытиями Эрве Тиса или совершают новые, тем самым докладывая новые кирпичики в строящееся здание.

Но не все благосклонно относятся к молекулярной кухне, сравнивая ее с попыткой построить бетонную башню рядом с Собором Парижской Богоматери.

Один из самых последовательных ее противников – монументальный ресторатор Жоэль Робюшон: *«Молекулярная кухня? Я на 200% против. Причин масса. Во-первых, вопрос этики. Я больше двадцати лет работаю с агропромышленными фирмами. Главная задача – снизить содержание, а лучше – вообще отказаться от искусственных добавок в блюдах – гелеобразователей, антиоксидантов, загустителей. При помощи молекулярной кухни подобные добавки снова входят в моду! Это драматично. С другой стороны, деструктурированная кухня позволяет использовать продукты низшего качества. Если порошок из фуа гра поливать утиным бульоном, то качество печени, которую заморозили, а затем смололи в порошок, не играет никакой роли…».*

Таким образом, Робюшон предостерегает от злоупотреблений молекулярной кухни. Из этого следует, что она не должна оказаться в руках первого встречного, так как может привести как к лучшему, так и к худшему.

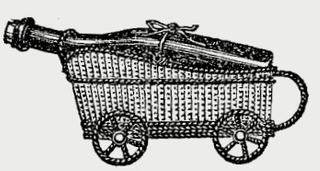
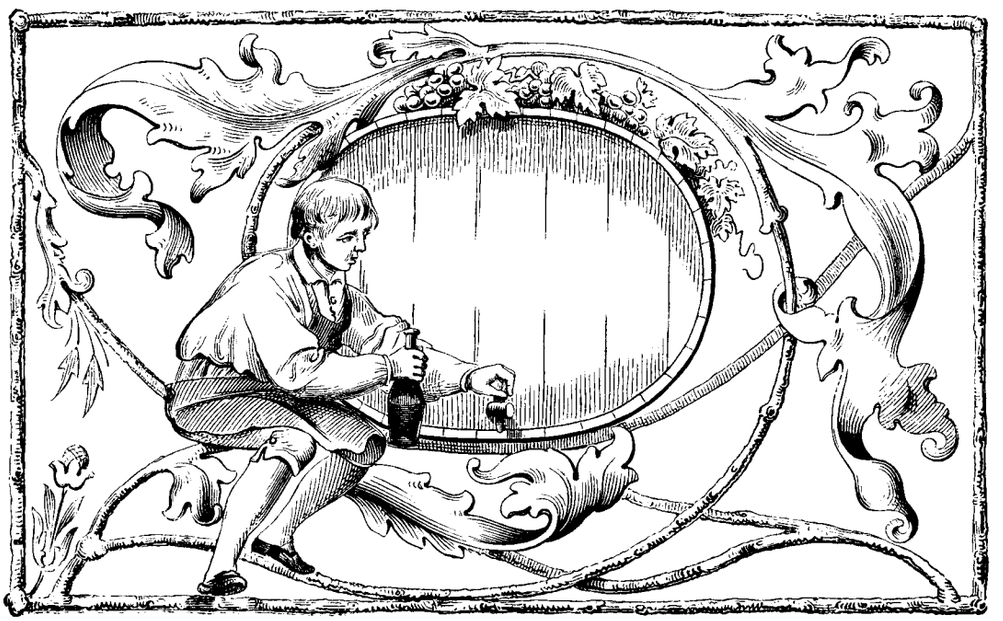


Fig. 70.

Глава
1.2

История профессии сомелье



Для того чтобы добраться до истоков профессии сомелье, точный смысл которой определялся очень долго, следует вначале обратиться к ремеслу кравчего, подававшего вино еще на заре истории.

Кравчий – доверенное лицо вельможи

Кравчий (или виночерпий) – более древняя профессия, чем сомелье. Эшансон (échanson) – французский термин, обозначающий кравчего, – предположительно происходит из языка франков, в котором слово «сканжо» означало «тот, кто наливает вино». Но последняя функция недолго оставалась преобладающей. И действительно, во времена, когда отравление было обычным явлением как за столом рыцаря-феодала, так и при королевском дворе, роль подающего вино требовала, в первую очередь, доверия, и лишь позже его задачей стало просто доставлять удовольствие. Вскоре должность кравчего стала дворянской, а ее обладатель получил придворный чин. В обязанности кравчего входила собственно подача вина в соответствии с принятыми правилами, которые требовалось исполнять неукоснительно. При этом его взгляд ни на единое мгновение не должен был отрываться от бокала с вином своего сюзерена. Только так кравчий мог гарантировать его безопасность.

Без сомнения, среди кравчих было немало и таких,

Сомелье – центральный персонаж афиши, рекламирующей различные средства для улучшения качества вина, которые предназначены для оклейки, осветления и консервации виноматериалов. Франция, примерно 1900 год.

LE SOMMELIER

TRADE MARK

CLARIFIANTS

Conservateurs

DES VINS

COLLE RAPIDE

AU

PHILŒNOTANNIN

LE RUBIS

POUDRE DE BLANCS D'ŒUFS

DEPOSÉE

ABELOUS & Cº. 20, Rue du Chateau d'Eau *PARIS*

LE

CUISINIER ROYAL,

OU

L'ART DE FAIRE LA CUISINE,

LA PATISSERIE ET TOUT CE QUI CONCERNE L'OFFICE,

POUR TOUTES LES FORTUNES;

Par MM. VIARD et FOURET, Hommes de Bouche.

ONZIÈME ÉDITION,

SUIVIE D'UNE NOTICE SUR LES VINS,

Par M. PIERLUGUE, Sommelier du Roi.

A PARIS,

CHEZ J.-N. BARBA, LIBRAIRE,

1822.

DISTRIBUTION

DES VINS D'UN DINER

A TROIS SERVICES, par M. GRIGNON.

AVANT LES POTAGES.

APRÈS LES POTAGES.

POUR LES ENTRÉES.

PREMIER SERVICE.

VINS ROUGES.

VINS BLANCS.

COUP DU MILIEU.

DEUXIÈME SERVICE.

КОРОЛЕВСКИЙ СОМЕЛЬЕ

Господин Пьерюг был королевским сомелье при дворе Людовика XVIII, в 1814 году сменившего на престоле Наполеона. В кулинарную книгу «Королевский повар» (Le Cuisinier Royal), начиная с девятого издания, вышедшего в 1817 году, Пьерюг включил примечательную статью о винах. Эта статья стала одним из наиболее поразительных свидетельств о манере потребления вина в конце XVIII – начале XX столетия. Число подаваемых вин было уже значительным, ни одна европейская страна не была обойдена вниманием, и даже вина Южной Африки уже появились на столах Франции. Но особый интерес в данном труде представляют несколько рекомендаций, касающихся порядка подачи вин, которые привели бы в изумление современного сомелье.

«Как правило, принято, чтобы красное вино всегда предшествовало белому, за исключением случаев, когда на закуску подаются устрицы, появлению которых уместно салютовать троекратной подачей Шабли, или же, если вы хотите придать встрече больше торжественности, возлиянием Пуйи или Монраше, а еще лучше – Сотерна, Лангона или белого Эрмитажа. В противном случае лишь красное вино удостаивается чести открыть праздник».

Независимо от подаваемых блюд, Пьерюг предлагает продолжить трапезу бургундскими винами, вводя шкалу качества, напоминающую вертикальную дегустацию, организованную Синдикатом бургундских вин и заканчивающуюся Ришбуром или дивным Романе. Затем он советует прервать монотонную иерархию и оживить аппетит сотрапезников сменой вкуса и терруара, предлагая шампанское, в первую очередь, искрящееся Аи, а затем перейти к Малаге и Хересу, чтобы закончить с Арбуа, которое, в соответствии с его описанием, сочетает сладость Кондриё с игрой шампанского.

Порядок подачи вин, столь же систематизированный, как порядок подачи блюд, сложился к 1840 году. К каждой перемене блюд подавался десяток, а то и два, различных вин, а в середине трапезы сервировали то, что называлось «coup du milieu», когда на столе появлялись ром или мадера. В такой сервировке, столь же выверенной, как партитура Баха, практически бесконечное число бутылок соответствовало гигантскому списку блюд, чтобы вознести чувства к состоянию абсолютного экстаза.

которые по недосмотру или в результате предательства меняли ход истории.

Начиная с XIII века, должность кравчего распространилась по всей Европе. Великие кравчие были придворными из аристократов, привилегия которых состояла в обслуживании короля. После Великой французской революции должность кравчего утратила свое значение, а его функции вошли в профессиональные обязанности сомелье. Но и в наши дни французский эшансон остается символической фигурой, стоящей на страже традиций в крупных вакхических братствах и выступающей в роли защитника винной культуры своей области и страны.

По следам сомелье

Слово «сомелье» (sommelier – по-французски) происходит от латинского «сагмариум», что означало человека, ответственного за груз, переносимый вьючными животными. Первоначально эта должность, появившаяся примерно в X веке (данные расходятся), имела отношение не только к вину, но и ко всем предметам утвари, необходимым путешествующему сеньору.

Постепенно в течение веков должностные обязанности разделились: возникло несколько типов сомелье. Так, в свите баронов, принцев и королей мы видим оружейного сомелье, который занимался исключительно перевозкой оружия, и хлебного сомелье, в обязанности которого входило все, связанное со снабжением хлебом. Здесь, наконец, встретились термины «сомелье» и «кравчий», поскольку служащего, ведавшего обеспечением напитками, называли «сомелье эшансоннерии» (sommelier d'échansonnerie). В домах с меньшим достатком оставался единственный сомелье на все случаи жизни.

От простого ремесла до легендарной профессии

Сеньор Робер, скрывающийся за псевдонимом LSR, опубликовал в 1674 году одну из наиболее значительных книг того времени «Искусство хорошо обслужить» («L'Art de bien traiter»), в которой он называет сомелье «служителем стола». Сомелье трудится под началом метрдотеля. В его ведении, помимо хлеба, находится вся золотая и серебряная посуда, скатерти и салфетки, а также вся прочая столовая утварь. Что касается вина, то «он заботится о вине и знает каждую бочку, отданную в его распоряжение, и подает его тем, кому указано».

Но круг его обязанностей выходит за пределы собственно обслуживания, поскольку сомелье XVII века еще и немного повар: он должен уметь готовить всевозможные густые и жидкие варенья, компоты,

кремы, печенье, сиропы и ликеры. Он накрывает на стол, отмывает до блеска бокалы и «заботится, чтобы питьевая вода всегда была вкусной, чистой и без осадка».

Наконец, он должен честно выполнять все свои обязанности и думать только о том, как лучше услужить и принести пользу сеньору.

LSR указывает, что в качестве платы за хорошую работу сомелье может претендовать на винный осадок и пустые бочки из-под вина.

Под началом метрдотеля

В «Школе поваров» («L'Ecole des Officiers de Bouche»), старинном издании 1729 года, перечислены некоторые из обязанностей метрдотеля, под руководством которого в то время трудился и сомелье. В задачи метрдотеля входила закупка утвари и продуктов, включая вино. Обязанности сомелье ограничивались складом и обслуживанием. «Ноу-хау», как сказали бы сейчас, всецело находилось в распоряжении метрдотеля.

«Должность метрдотеля – одна из самых значительных», – отмечается в книге, «но многое зависит от обычаев дома, и метрдотели различаются по своим правам и обязанностям».

Приведем некоторые из обязанностей метрдотеля:

«Он занимается всей утварью и посудой из золота и серебра, он ведает всеми продуктами. Он сам отправляется на закупку мяса и прочих необходимых вещей.

Он распоряжается подачей блюд и обслуживанием за столом. Он никогда не расстается с белой салфеткой, сложенной вдоль и закрепленной на плече, помня, что это знак его власти».

В книге без устали повторяется, сколь важна и благородна должность метрдотеля. Впрочем, автор и не скрывает, что это, скорее, честь, чем работа: «Должность эта значительна и не претит даже дворянину. Это в большей мере честь, нежели служба».

В заключение приведем данные, свидетельствующие о благородстве этой профессии: «Метрдотель имеет право обслуживать при шпаге, носить плащ и шляпу (исключительно дворянские привилегии – *прим. авт.*), но обязан всегда иметь при себе салфетку».

Метрдотель – заведующий винами

Помимо всего прочего, метрдотель заведовал еще и винами: «Он заполняет (посредством сомелье – *прим. авт.)* погреба и кладовые бутылками доброго бургундского и испанского вина».

Сомелье повышают в должности

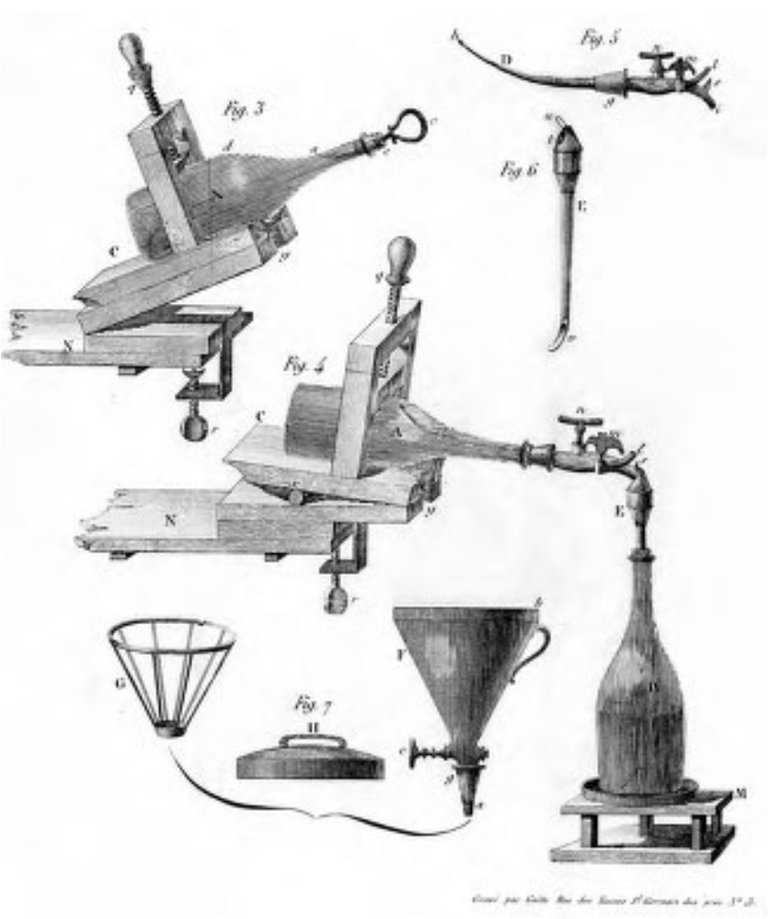
Старинные документы свидетельствуют, что вплоть до XIX века сомелье занимал подчиненное положение и выполнял обязанности, связанные с перевозкой, хранением и обслуживанием.

Но в начале XIX века он стремительно обрел независимость. При постоянно растущем предложении новых вин и росте их потребления метрдотелю уже было не под силу справиться со всеми обязанностями. Он сохранил за собой контроль над твердыми продуктами. Жидкие, особенно вино, требуют узкой специализации. Отныне они перешли в ведение сомелье, взявшего в некотором роде реванш над метрдотелем.

В течение XIX века роль сомелье постоянно возрастала. К требованиям поддержания престижа хозяйского дома и кухни добавились постоянные заботы о рентабельности. В результате требования к сомелье приблизились к современным, обуславливающим нормальное финансовое функционирование элитного ресторана.

Сомелье становится публичной персоной

В XIX веке сомелье вышел из тени погреба и сделался публичной персоной. В условиях конкуренции среди владельцев ресторанов стало хорошим тоном обращаться к услугам живописного, вызывающего уважение персонажа, который дорого продает лучшие бутылки. Первого знаменитого со-



Фрагмент гравюры из старейшего справочного труда по профессии сомелье – «Manuel du Sommelier» А. Жюльена, первое издание которого вышло в 1813 году. В этой книге описаны технические аспекты профессии сомелье, в частности, все то, что относится к хранению, перевозке, совершенствованию вин и уходу за ними. Это научный труд самого высокого уровня для своего времени, предвестник современного дела сомелье, исчерпывающий справочник по винам и спиртным напиткам. Гравюра демонстрирует способы декантации вин без соприкосновения с воздухом. Некоторые из этих схем вдохновили вдову Клико на изобретение ремюажа шампанского. Будучи близок к чистой энологии, труд явился предвестником и других технических приемов, как, например, концентрации сусла, которая сегодня стала обычным явлением.

мелье звали Карадо. Свою деятельность он начал около 1800 года и трудился в «Кафе Риш» как минимум до 80-летнего возраста. Его представляли как «безупречного и религиозного стража бесценных сокровищ».

Необходимые знания и поле деятельности сомелье XIX века

Вышедший во второй половине XIX века «Учебник сомелье и виноторговца», уточняет обязанности сомелье того времени.

• Знакомство с винами Франции и остального мира, то есть Германии, Испании, Греции, Италии, Португалии, России, Турции, Швейцарии, Южной Африки, Канарских островов, Америки и Океании.

• Практическое знание перевозок и наблюдение за условиями хранения бочек с вином.

• Подготовка и чистка бочек.

• Владение закупками вин, знание основных способов подделки и необходимые навыки для их выявления.

• Владение различными методами сохранения вина. (В те времена это была серьезная проблема. Закупка лучшего бургундского крю оказывалась бесполезной, если оно неизбежно прокисало в пути или уже в погребе, что, к сожалению, случалось нередко).

• Умение обустроить и содержать погреб.

• Навыки разлива вина по бутылкам. (Следует напомнить, что сомелье сам разливал вино по бутылкам. Такая практика существовала вплоть до середины XX века. Он должен был владеть этой техникой, от которой зависела дальнейшая судьба вина).

• Практическое знание винодельческих приемов, таких как, например, доливка бочек или даже оклейка (рыбьим клеем или яичным белком), поскольку вино часто требовало осветления.

• Что еще удивительнее, в его обязанности входило купирование вин. Он, как это делают современные мастера купажирования, создавал вина, вкус которых соответствовал запросам его нанимателя или клиентов, смешивая вина различного происхождения из нескольких бочек. Кстати, в документах XIX века встречаются правила несложных расчетов,

На этой иллюстрации, восходящей к 1889 году, можно заметить, что на столе-буфете рядом с основными блюдами и десертами появилось вино, в том числе шампанское. Композиция в духе абсолютного классицизма характеризует громадное влияние повара Антонена Карема, который считал оформление блюд продолжением высоких искусств, таких как скульптура, живопись и архитектура. Фронтиспис книги Эмиля Дюмона «Le Parfait Patissier» (Идеальный кондитер).

Погреба парижского отеля «Ритц», начало XX века.

позволяющих вычислить цену вина, полученного путем купажирования.

• Он должен был уметь «лечить» некоторые болезни вина, чтобы спасти все, что удастся, от бактериального заражения и прочих напастей, о причинах которых в то время почти ничего не было известно. Вина лечили как людей, то есть по дедушкиным рецептам и с ненадежным результатом. Вот как в книге «Искусство винодела», изданной в 1798 году, советуют лечить скисающее вино: «Возьмите некоторое количество нута, залейте его маслом, сварите, бросьте примерно пол-ливра в вино, которое начало портиться, и оно избавится от горечи».

Все эти операции – купажирование, лечение, фильтрацию, разлив по бутылкам (но, конечно же, без добавления нута!) – в наше время проводят в винодельческих хозяйствах. Но в XIX веке вино поставлялось молодым, не претерпевшим тех изменений, которые теперь научились превосходно контролировать. Созревание вина, его взращивание, или более прозаически молочно-кислое брожение, казались таинственными неуправляемыми процессами. В результате окончательное качество вин могло очень сильно различаться. Вот почему роль и задачи сомелье имели чрезвычайно большое значение.

Сомелье в XX веке

Для сомелье XX век изобиловал контрастами. С одной стороны, появление в конце XIX столетия филлоксеры нанесло ему почти смертельный удар. Репутация сомелье оказалась подмоченной, поскольку его часто связывали со злоупотреблениями вокруг фальсифицированных вин. С другой стороны, в эпоху международных кризисов и войн вся деятельность сомелье проходила в полумраке погреба. Вина, в частности бургундские, продолжали поставлять в бочках, их закладка на хранение в погреб и проведение над ними различных операций отнимали слишком много времени. Даже когда в ресторанах работало много сомелье, их труд все равно оставался в тени. Без сомнения, время от времени сомелье общался с клиентами в зале. Но в большинстве случаев потребитель той эпохи не являлся знатоком. А в противном случае клиент выбирал вино сам, считая, что не нуждается в советах. Чаще всего его выбор был предопределен заранее. Период 50–60-х годов можно охарактеризовать как великий кризис профессии сомелье, которым становится трудно находить работу. Поскольку все вина начинают поставлять в бутылках, снижается потребность в рабочей силе. За редким исключением работодатели еще не видят необходимости в привлечении сомелье, и рабочие места появляются чрезвычайно редко.

В конце 60-х годов с учреждением UDSF (Французского профсоюза сомелье) ситуация, если не улучшилась радикально, то, по крайней мере, сдвинулась в правильном направлении. Благодаря всесторонним переговорам, удалось постепенно выработать новые идеи, и рестораны открыли свои двери для нового поколения сомелье, которые теперь превратились из работников физического труда в консультантов. Но еще в течение многих лет сомелье плохо воспринимался прочими членами ресторанной бригады, которые не понимали пользы от подобной должности. Ни во Франции, ни в других странах еще не было школ сомелье и дипломов, подтверждающих профессию. Сам владелец ресторана по своему усмотрению назначал того или иного сотрудника на должность сомелье, который учился у опытных старших товарищей.

В конечном счете, профессия получила окончательное признание лишь в 1980 году, после учреждения первого диплома сомелье, разработанного в гостиничных школах под давлением UDSF.

Теперь профессия сомелье, утвержденная в своем статусе, доказала свою необходимость. Произошедшие в потреблении вин изменения способствовали взлету как профессии сомелье, так и ее престижа. Снизилось потребление столовых вин, в то время как потребление высоких вин с большой добавочной стоимостью, наоборот, возросло. А для подобных вин совет в момент выбора может оказаться необходимым.

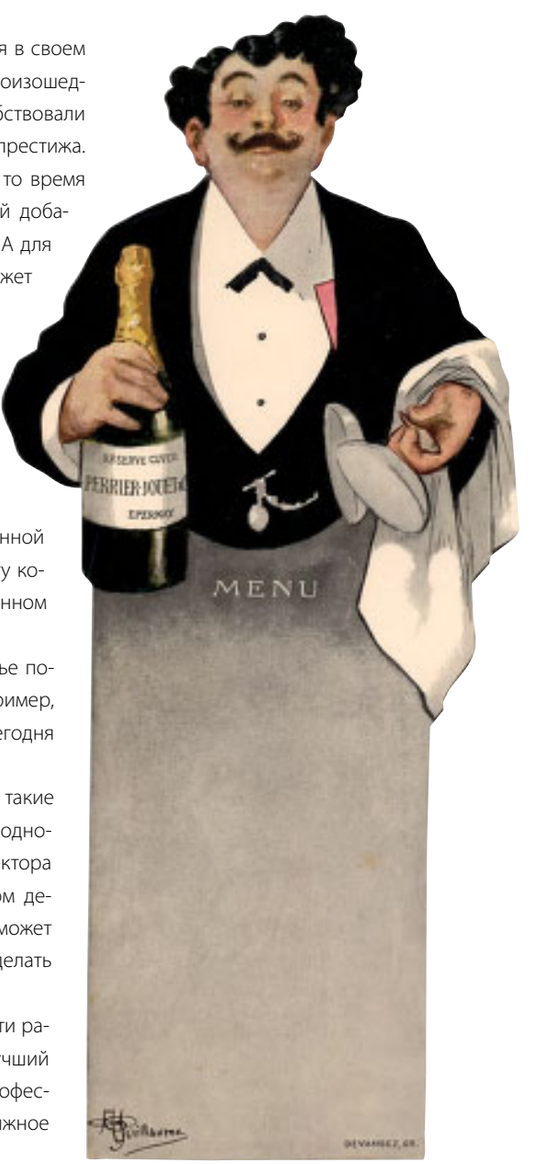
Шеф-повар также считает вино неотъемлемой частью самых тонких блюд. Отныне сомелье и шеф-повар постоянно взаимодействуют.

В наше время сомелье – одно из главных действующих лиц ресторана. Некоторые специалисты помещают его в ресторанной иерархии сразу после шеф-повара, работу которого он продолжает при непосредственном общении с клиентами.

Наиболее яркие персонажи среди сомелье получают широкую известность. Таков, например, Филипп Фор-Брак, который царствует сегодня во Франции в мире сомелье.

Другие представители этой профессии, такие как, например, Эрик Бомар, занимающий одновременно должности шеф-сомелье и директора ресторана при отеле George V, с блеском демонстрируют, что в наше время сомелье может претендовать на самые высокие посты и сделать блестящую карьеру.

Любой компетентный человек сумеет найти работу, соответствующую ему по уровню. Лучший пример – Франк Арди, прославивший профессию сомелье в России. Воздадим ему должное на этих страницах.



Бланк меню с рекламой шампанского Perrier-Jouët, времена Бель Эпок, начало XX века.

Глава
1.3

Тенденции в ресторанной сфере

Ресторанное дело всегда подпитывалось модой, позволявшей ему жить и развиваться по ту сторону неясно очерченной границы, которая отделяет провал от успеха, пустой зал – от ежедневного аншлага. А новые концептуальные заведения, распускающиеся подобно весенним цветам на всех континентах, убеждаются в этом на собственном опыте.

Эта глава посвящена обзору основных ресторанных трендов с пояснением à posteriori причин их выживания и успеха.

Множество новых концепций, зародившихся по всему земному шару с начала нашего юного столетия, в конечном счете, всего лишь результат развития нескольких долгосрочных тенденций, изменивших лицо ресторана. Далее следует их общая классификация.

Продукты и напитки

- Интерес к наиболее подлинным продуктам и напиткам с четко прослеживаемым происхождением.
- Потребность в экологически чистых продуктах питания.
- Почти окончательное утверждение тапас в качестве полноценного ужина.
- Неуклонное распространение подачи вина бокалами и рост популярности коктейлей.

Архитектура и дизайн

- Преобладающая роль дизайна, иногда оттесняющего на задний план содержимое тарелки.
- Возвращение модернизма.
- Потребность в непринужденной обстановке и частичный отход от формализма.
- Вследствие предыдущего обстоятельства, выдвижение на первый план бара как архитектурной модели ресторана.
- Продолжающееся распространение развлекательных комплексов крупного и среднего размера, объединяющих бар, ресторан, клуб и дискотеку.
- Продолжающийся рост популярности концепта Lounge, который часто интегрируется в упомянутые выше комплексы.

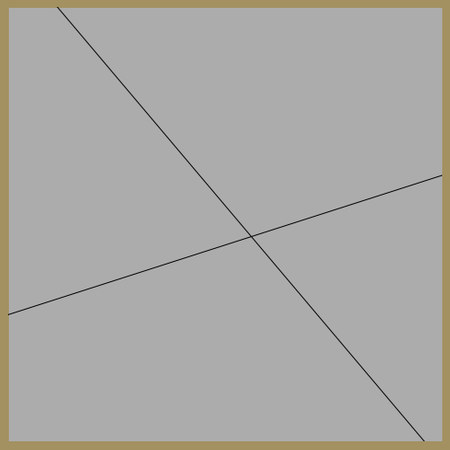
Связи с общественностью

- Общий прогресс в области связей с общественностью, ведущий к изоляции тех ресторанов, которые пренебрегают данным приоритетом.
- Возрастающее значение использования «звезд» в рекламных коммуникациях.

Общая ориентация ресторана

- Рестораны, ориентированные на определенный продукт или группу продуктов.
- Бутики, превращающиеся в рестораны, и рестораны, превращающиеся в бутики.

LES TAPAS
Assiette Fromage : 12
Assiette Charcuterie : 12
Assiette Tapas : 15
Vins à la carte !!



2006
VENTE
PARIS PAS CHER 2004
nova
PARIS PAS CHER 2003
PARIS PAS CHER 2002
2005
chèque déjeuner

Discover our range of New World
WINES
Ask staff for a menu

КОНЕЦ ФОРМАЛИЗМА

Проникшая из Соединенных Штатов и Англии тенденция отхода от формализма распространяется со скоростью пламени горящего бикфордова шнура. Она затронула даже наиболее консервативную часть Европы – Францию и Италию. Ситуацию хорошо описал прославленный шеф-повар Жоэль Робюшон: «Случается, что в гастрономическом ресторане нас окружают разом три официанта, следящие за каждым нашим движением. Атмосфера обслуживания давит. Без помощи метрдотеля разрешается разве что дышать. Существуют, разумеется, заведения с крайне гостеприимными управляющими, которые умеют завоевывать симпатию гостей, и где давление не ощущается. А как работать без таких профессионалов? В моих ресторанах-ателье, открытых по всему миру, я пытаюсь добиться того, чтобы само место по своей концепции было непринужденным».

В результате все большее значение обретают менее формальные заведения, в которых высокая (в большей или меньшей степени) кухня не обязательно сочетается с крахмальными скатертями, этикетом и костюмами. Кроме всего прочего, это позволяет снизить расходы на зарплату, которые делают содержание гастрономического ресторана в Европе рискованным занятием.

В конечном счете, что может быть лучше бара с открытой кухней и ее увлекательным спектаклем, который виден посетителям, ужинающим в компании или в одиночку? Ведь эти заведения отлично подходят и для гостей, приходящих по одному. В последнее время dining-бары распространяются с феноменальной скоростью по всем мегаполисам мира – Шанхай, Париж, Лондон, Нью-Йорк, Токио, Москва…

Другие шеф-повара также стремятся сделать свои заведения более непринужденными. Такие известные шефы, как Пьер Ганьер в ресторане Gaya, Ги Савуа – в Chiberta и Ален Сандеранс – в Senderens (отказавшийся от трех звезд Мишлена, две из которых, правда, сразу же вернулись обратно), перешли на менее формальную сервировку столов, за которыми можно отужинать без навязчивого внимания целой бригады, призванной доставлять вам удовольствие. Тем не менее, из-за немаловажных финансовых соображений эти заведения постепенно формализуются вновь, показывая тем самым, что для высокой гастрономии не совсем естественна подобная склонность к непринужденности. Высокие цены непременно повышают требования клиентов, критиков и гидов, а возрастающее давление передается персоналу.

Теперь можно лучше понять пожелание Жоэля Робюшона закрепить неформальную обстановку в самой архитектуре ресторана.

ИСПЫТЫВАЮЩИЙ ЖАЖДУ ПЬЕТ. ОТНЫНЕ ГОЛОДНЫЙ МОЖЕТ СРАЗУ УТОЛИТЬ ГОЛОД С ПОМОЩЬЮ ТАПАС. ПРОГРЕСС НАЛИЦО.

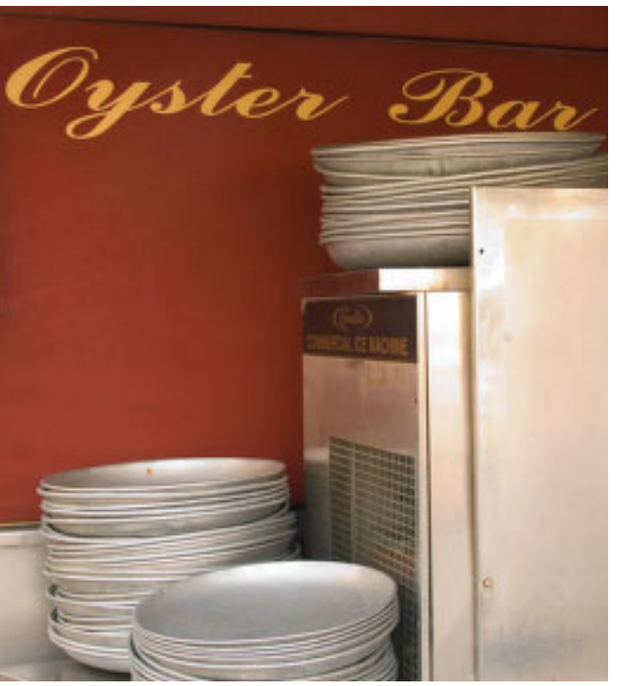
УЖИН С ТАПАС

Тапас, появившиеся на свет в Андалусии, – это маленькие порции различных блюд, которые подают к аперитиву. С недавних пор тапас получили приглашение и на ужин. «Преимущество тапас – возможность мгновенно удовлетворить возникший голод и значительно увеличить потребление коктейлей», – заявляет Франсис Шампань, директор парижского клуба Barrio Latino. «Клиенты танцуют, веселятся, а если присядут отдохнуть, то одна большая тарелка с тапас на небольшую компанию поможет утолить закономерно возникший легкий голод».

Определяющим аргументом для клубов и дискотек, в которых тапас сделались неотъемлемым элементом, стала легкость их приготовления и подачи. В подобных заведениях обычно предлагаются пять вариантов тарелок с тапас разного ассортимента: дары моря, гриль, вегетарианские блюда, азиатские или южноамериканские закуски и даже сладкие десерты.

Шеф-повара, награжденные звездами Мишлена, тоже приложили руку к этому тренду, предлагая в качестве закуски изысканные, иногда божественные тапас, в которых отражается их кулинарный талант.

Короче говоря, тапас вполне соответствуют образу жизни и досугу в XXI веке.



ТРИУМФАЛЬНОЕ ВОЗВРАЩЕНИЕ БАРА

На площади Мадлен в Париже в Caviar House, который принадлежит старинному семейному предприятию «Прюнье» и мог бы с тем же успехом носить имя Caviar Bar (икорный бар), табуреты расставлены в линию вдоль стойки бара, открывая панорамный вид на кухню. Публика следит, как вскрываются знаменитые синие банки с икрой, так же, как в других барах наблюдают за смешиванием коктейлей.

Сегодня на каждом шагу встречаются гастрономические бары: устричные бары, тапас-бары и даже суповые бары. А в том, что касается баров, лучше прислушаться к мнению Колина Филда. Легендарный бармен из «Ритца» мечтает снести фасадную стену отеля и превратить свое заведение в роскошный, обращенный на улицу тапас-бар. «Люди сыты по горло окружающим ужин формализмом. Менеджеры хотят расположиться в баре и заказать коктейль или вино, неважно, чтобы отдохнуть после тяжелого рабочего дня или продолжать говорить о делах. Вне всяких сомнений, они еще и голодны. Поэтому бармен должен что-то им предложить. Пора покончить с разделением: с одной стороны бар, чтобы выпить, с другой – ресторан, чтобы поесть. За барной стойкой надо иметь возможность и пить, и закусывать. Нам следует воспользоваться этой тенденцией».

Именно так бар обретает гастрономическую изысканность. Недавний пример: Ги Мартен – шеф-повар при трех звездах – выкупил в Париже исторический русский ресторан «Доминик» (названный после революции в честь знаменитого санкт-петербургского ресторана) и открыл в его помещении Le Sensing, который сам охарактеризовал как Picking Bar (закусочный бар). Символ новой эпохи!

ВРЕМЯ ОЖИДАНИЯ ТАПАС НЕ ДОЛЖНО ПРЕВЫШАТЬ ВРЕМЯ СМЕШИВАНИЯ КОКТЕЙЛЯ, ВЕДЬ ОНИ ЗАЧАСТУЮ СОПРОВОЖДАЮТ ДРУГ ДРУГА.

Бармен Колин Филд отстаивает гастрономический подход к коктейлям. А награжденный двумя звездами шеф-повар «Ритца» Мишель Рот оценил очередное творение Колина коктейль «Мартель 1715».

ПРЕМИУМИЗАЦИЯ НАПИТКОВ

«лучшие из лучших»

Есть какая-то ирония истории в том, что прежде чем промочить наши глотки, premium заливался в бензобаки Кадиллаков и Шевроле. Ведь предположительно слово «премиум» возникло в начале прошлого века для обозначения бензина высшего качества. Бензина, который не портил двигатели, позволял проехать большое расстояние и продлевал срок службы автомобиля.

В наше время «премиум», «супер-» или «ультра-премиум» сделались новым Граалем для производителей напитков и владельцев ресторанов. Объем продаж спиртных напитков класса «премиум» за последние десять лет поднимался ежегодно на небывалые 10%. Мировое экономическое развитие, появление новых, нетрадиционных потребителей, которые в своем выборе ориентируются в первую очередь на цену, а также все возрастающие требования клиентов к качеству продукта, в большой мере объясняют успех данного феномена.

Говорят, что эта гонка в стремлении выделиться имиджем началась с водки. Ее прозрачность, чистота, сама невинность явились идеальным субстратом для отражения самых безумных маркетинговых фантазмов. Но такие напитки, как виски или коньяк, не дожидались водки в своем шествии вверх по иерархической лестнице роскоши. Невероятное богатство их ингредиентов – квинтэссенции многолетней выдержки, объединенные в одной бутылке благодаря строгому искусству купажирования, – способствовало постоянному росту качества и цен в общем контексте поиска совершенства.

Те, кто помнит времена, когда в клубах и дискотеках взбивали коктейли на основе самого дешевого «разливного» виски, могут представить себе проделанный путь. Недавно директор парижского Buddha Bar не раздумывая убрал из карты все спиртное, не относящееся к категории «премиум», и теперь для коктейлей используются напитки минимум четырехлетней выдержки. А в некоторых лондонских гостиничных барах, не терзаясь сомнениями, готовят коктейли на основе 12, 15 или 18-летнего виски. Владельцы ресторанов быстро поняли, что в определенных местах целесообразно поднять цену коктейля на два, три или пять евро, используя компоненты более высокого качества, что с лихвой компенсирует себестоимость благодаря лучшей аргументации продаж.

Тем не менее, для того чтобы продукт вошел в категорию «премиум» недостаточно объявить его таковым. Редкостная привилегия занимать первые строчки карты бара и подаваться лучшим клиентам клубов и ресторанов мировых столиц не предоставляется первым подвернувшимся брендам. Существует особый кодекс. Это почетное звание зарабатывается и культивируется.

Так, в соответствии с проведенным на этот счет исследованием, марка алкогольного напитка, претендующая на вхождение в категорию «премиум», должна обладать как минимум четырьмя характеристиками.

1. Она должна отличаться от конкурентов способом изготовления, вкусом, упаковкой, этикеткой, чтобы ее можно было позиционировать как уникальный продукт.
2. Она должна быть признана знатоками, фанатичными ценителями, которые в дальнейшем будут оказывать влияние на прочих потребителей.
3. Она должна предлагаться в заведениях, соответствующих ее имиджу. Сам факт потребления данного напитка должен восприниматься как уникальный обогащающий опыт, связанный с особенным моментом.
4. Наконец, цена должна подсказывать потребителю, что он приобретает продукт, который не все могут себе позволить.

Но и этих условий недостаточно. Важно еще историческое наследие и славное прошлое. Наконец, чтобы получить право на доступ в рай, марка должна иметь возможность похвастаться столь востребованной в наши дни редкостью. И не следует забывать, что в конечном итоге самым неумолимым судьей окажется потребитель, который выберет ту марку, в которую он инвестирует свое доверие.

Таким образом, продукт категории «премиум» сделался символом нового искусства бытия – брать все лучшее, что предлагает жизнь. Жизнь премиум-класса, разумеется!

Chivas Regal

18YO

CHIVAS

18 YEARS

Чрезмерное употребление алкоголя
вредит вашему здоровью

**СКАЖИ МНЕ, ЧТО ТЫ ПЬЕШЬ,
И Я СКАЖУ, КАК ТЫ ОДЕТ.**

FASHION в ТАРЕЛКАХ и бокалах

Quadrilatero della Moda, прямоугольник моды, – так в Милане называют квартал, ограниченный улицами Манзони, Монтенаполеоне, Спига и Корсо Венеция. Это одна из колыбелей мировой моды, что никого не удивляет. Более удивительно, что это место превратилось в лабораторию «модного питания» – fashion food.

Именно отсюда распространяются по миру престижные бары, кафе и рестораны, которые зарождаются в возбужденном воображении дизайнеров моды. Пора свыкнуться с фактом: связь между миром моды и областью гастрономии и напитков становится все более прочной. «Скажи мне, что ты пьешь, и я скажу, как ты одет». Это может понравиться не всем. Возможно, в один прекрасный день мы узнаем, что величайший ресторанный деятель планеты – это не Ален Дюкасс, а Джорджио Армани. До этого еще не дошло, но начало уже положено: во всех экономических столицах мира открывается все больше ресторанов под вывесками с культовыми именами, которые мы привыкли видеть на страницах журнала Vogue.

Стоит вам открыть дверь подобного бара или ресторана, и увиденное вас приятно удивит. Дизайнеры умеют сочетать интерьер, комфорт и вкус. Следует заметить, что люди, потратившие десятилетия на создание своего имиджа, рисковали бы многим, открывая лишь обыкновенные места. Поэтому они не жалеют сил для создания в своих барах и ресторанах атмосферы, соответствующей их пониманию концепции гостеприимства. Заведения столь же комфортабельны, сколь амбициозны. Разумеется, в них царствует его Величество Дизайн. Посетители также участвуют в спектакле. Тесный мир моды, мир фотографов и редакторов фэшн-журналов свободно себя чувствует в привычной обстановке. И, в конце концов, сам факт того, что вы пили кофе у Армани, наслаждались коктейлем у Дольче и Габбаны, ужинали у Роберто Кавалли и завершили вечер последним коктейлем у Булгари, оставит вам воспоминания, почти столь же долговечные, что и одежда или украшения, которые они создают.

ЧТО ЗДЕСЬ ПЬЮТ?

Винные карты этих эксклюзивных заведений служат пристанищем знаменитых брендов. «Авторские» вина и мелкие производители могут пропустить ход. Во время модных показов водка и шампанское здесь текут рекой. Карта коктейлей обширна. Отвечая вдохновению мэтров Высокой моды, в ней концентрируются творческие способности барменов. Основными ингредиентами остаются водка, текила, виски и ром, разумеется, премиум-класса. Ассортимент дополняют несколько органических коктейлей, часто востребованных в подобного рода местах.

Что касается вин, то это безраздельное царство лучших мировых производителей, а в качестве house wine подается, как минимум, Rosso di Montalcino!

Dolce & Gabbana Martini Bar – одно из тех мест, где пульсирует ритм Милана. Он расположился посреди мужского бутика на Корсо Венеция, 15, в палаццо XVIII века, полностью переоформленном архитектором Ферручио Лавиани. Кроме бара бутик включает Barber Shop, позволяющий мужчинам, наконец-то, позаботиться и о себе. Сам бар существенно повлиял на изменение светской жизни Милана и привлек международный бомонд, утомленный чересчур живописными тратториями города.

Помещение Martini Bar покрыто черным лаком. Продуманное освещение, в создании которого принимает участие невероятная люстра из стекла Мурано, создает изысканную и в то же время спокойную атмосферу, приглашающую расслабиться на обитых черной кожей банкетках, дегустируя эликсир, созданный на основе исторического напитка.

MARTINI MIXES

Martini представляет новые эксклюзивные коктейли Martini Mix! Рецепты Martini Mix составлены на основе последних модных тенденций европейского барменского искусства и строятся на наиболее удачных сочетаниях вкусов четырех разных вермутов.

alla Menta

Несколько веточек мяты измельчить на дне бокала. Сверху на одну треть насыпать дробленый лед, добавить ягоды малины или клюквы, а затем – снова лед. Залить Martini Extra Dry и аккуратно перемешать. Апельсиновая цедра подчеркнет свежесть вкуса.

Solare

Ломтики нарезанной клубники положить на дно бокала. Затем слоями выложить зерна граната и дробленый лед. Последний слой – несколько кусочков ананаса. Фрукты и лед залить Martini Bianco. Ананаса в солнечном коктейле много не бывает – добавить еще дольку для украшения.

ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКО

Martini со свежими компонентами. Аппетитные фрукты в обрамлении блеска ледяных кристаллов, яркие и сочные ягоды, щедро рассыпанные по всему объему бокала – новые коктейли Martini Mix призваны дарить изысканное удовольствие!

Frizzante

Дольку ананаса нарезать кубиками и выложить на дно бокала. Слоями насыпать дробленый лед, ягоды голубики и оставшиеся кусочки ананаса. Россыпь льда, фруктов и ягод залить 2/3 Martini Rosso и 1/3 яблочного сока. Подавать с клубникой, веточкой мяты и... наслаждаться.

di Bacche

Две ложки гранатовых зерен выложить на дно бокала. Засыпать дробленым льдом, ягодами голубики и клюквы. Ягодно-ледяную основу залить 2/3 Martini Rosso и 1/3 вишневого сока. Финальный акцент этого микса – крупные ягоды ежевики.

ГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

Счастливый час

«Ритуал после работы» (after work ritual) – так называют «счастливый час», этот долгожданный момент расслабления, когда за бокалом любимого напитка труженики офисов снимают напряжение, пользуясь плодами уходящего дня. В этот уникальный момент уровень потребления спиртного стремительно взлетает. Поэтому профессионалы особенно стараются привлечь клиентов на «счастливый час». В результате он превратился в обширную коммерческую операцию мирового масштаба. Это почти день Святого Патрика пять раз в неделю, ежедневное Рождество или распродажа круглый год. Впрочем, «счастливый час» еще никому не надоел.

В 1920-е годы выражением «happy hour» американские моряки обозначали время отдыха и развлечений на борту корабля. В ходе Второй мировой войны выражение прижилось в других частях армии.

Столь приятные привычки не имеют обыкновения исчезать бесследно, и после войны многочисленные бары начали предлагать ассортимент напитков по сниженным ценам в определенные часы, под вечер. Традиция быстро распространилась по всем городам мира, где побывали американские войска.

В настоящее время «счастливый час» переживает свой расцвет. Экономическое развитие и рост числа служащих в непроизводственном секторе привели к тому, что после работы толпы «белых воротничков» собираются в пабах, барах и кафе. В результате данным явлением в наибольшей мере затронуты деловые кварталы экономических столиц мира, таких, как Нью-Йорк, Лондон и Париж. До такой степени, что в деловом центре британской столицы, лондонском Сити, пабы и коктейль-бары битком забиты по вечерам в течение рабочей недели и просто-напросто закрыты в уикенд. В них не было бы ни единого клиента!

Как и любой ритуал, «счастливый час» протекает по своим правилам. Речь не идет о том, чтобы все продавать за полцены. Ценовая политика в различных местах сильно варьируется. Например, в Лондоне в «счастливый час» предлагается house wine, пиво и весь ассортимент коктейлей. И в большинстве случаев цены не снижаются наполовину: бесплатно предоставляется только второй заказ. «Заплати за один и получи один бесплатно».

И, наконец, не следует считать, что «счастливый час» – прерогатива демократичных заведений. Престижные бары любят время от времени показать, что они тоже могут быть доступными. Они ускоряют оборот товарных запасов и демонстрируют себя новой клиентуре, вызывая у нее потребность еще раз вернуться в этот оазис роскоши.

Короче говоря, для множества заведений по всему миру «счастливый час» сделался необходимостью.

И еще «счастливый час» – это немного приключения, разбавляющего размеренный ход повседневной жизни. Бармены считают себя спасителями умирающих душ. С помощью коктейлей, сухих и тонизирующих, они пытаются разомкнуть заколдованный круг «работа-транспорт-постель».

В конечном счете, каким бы радостным и оптимистичным не казалось выражение «счастливый час», оно некоторым образом подчеркивает трагическую сторону существования: если есть «счастливый час», значит остальные 23 таковыми не являются. Это подтверждает и бармен культового паба Black Friars на улице Памятника Королеве Виктории в лондонском Сити: «Мы помогаем менеджерам сбросить с себя груз рабочих проблем. Мы дарим им час расслабления, общения и счастья. Мы не жалеем сил, изобретая для них лучшие коктейли. Но когда их бокалы опустеют, а душа затемнится грустью, они смело отправятся навстречу следующему кругу ада – своему дому».

ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

развлекательные комплексы

Обширные комплексы, объединяющие под одной крышей рестораны, бары и танцполы, в 1990-е годы пережили настоящий бум.

Для того чтобы не прерывался поток посетителей, насчитывающий в иные вечера более 2000 человек, здесь вынуждены использовать все доступные средства: декорации, особое обслуживание, музыку, шоу. Эти «Диснейленды для взрослых» пилотируются подобно крупным предприятиям, где непрофессионализм управления недопустим.

В качестве успешного примера можно привести парижский Buddha Bar, открывший филиалы по всему миру. Он предлагает посетителю фантастическое и возбуждающее чувства кулинарное путешествие, навеянное экзотикой Таиланда и Индии. Оно трансцендируется знаменитой этнической музыкой и сопровождается коктейлями, которые бармены смешивают подобно диджеям, микширующим звук, заимствуя вкусовые диалекты у всех частей света.

Рядом с мегакомплексами, возглавляемыми крупными инвестиционными компаниями, вырастают комплексы поменьше, нацеленные на ту же интернациональную аудиторию, которая в последние годы значительно эволюционировала. Четко прослеживается тенденция, пришедшая из Соединенных Штатов: клиент хочет найти все в одном и том же месте. Выпить бокал, поужинать, а при желании и потанцевать.

Два успешных примера – Karé(ment) в Монако и Aqua в Гонконге. Они пользуются сходными идеями: современный интерьер, приспособленный к окружению: феерический вид на Гонконгский залив в Aqua и на бухту Монте-Карло в Karé(ment). Кухня средиземноморского и азиатского направлений. Тапас, коктейли и вина со всего мира. В этих заведениях без границ гость переносится из одной страны в другую по воле вкусов и звуков музыки, забывая о том, откуда прибыл он сам.

Четыре миллиона проданных дисков с зародившейся в Buddha Bar музыкой – главный фактор мировой известности этого заведения.

VIP ЗОНА

V.I.P. Эти три золотые буквы, словно магическое заклинание, открывают все двери новоявленным властелинам ночи. Для VIP не существуют понятия «слишком хорошо» или «слишком дорого», поэтому он имеет право на все знаки уважения. Своим статусом VIP-клиент обязан философии требовательности, и если он отдыхает, это совсем не значит, что он утратил бдительность. И поскольку статус VIP, в первую очередь, определяется престижностью заказанной бутылки, некоторые производители приспособились к VIP-требованиям и предлагают флаконы, в которых поиск совершенства, стиль и роскошь прослеживаются до мельчайших деталей. Эти бутылки, королевские, императорские и просто божественные, увенчивают столы, как короны забавляющихся повелителей. Кстати, первые эксперименты с формой бутылки были предприняты производителями коньяка, стремившимися создать оправу, достойную хранящейся в ней драгоценности.

И только когда стол венчают редчайшие спиртные напитки, одетые в хрусталь и золото, VIP-клиент может, наконец, расслабиться.

Но если Особо Важная Персона (VIP) счастлива тем, что ее финансовый успех материализуется в более высоком уровне обслуживания, выделяя ее среди простых смертных, то обычный клиент, со своей стороны, ценит возможность посещать те же заведения, что и лица высокого ранга. Можно считать, что VIP и обычные клиенты иногда успешно дополняют друг друга. Именно поэтому VIP-зона обретает свою значимость.

Столетие в бутылке

ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

LOUIS XIII

Rémy Martin

GRANDE CHAMPAGNE COGNAC

ОТЛИЧИЕ VIP-КЛИЕНТА ОТ ПРОСТОГО ПОСЕТИТЕЛЯ КРОЕТСЯ В ЗАКАЗЕ СПИРТНЫХ НАПИТКОВ, ШАМПАНСКОГО ИЛИ ВЕЛИКИХ ВИН. СТАТУС VIP ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ ПРЕСТИЖНОСТЬЮ БУТЫЛКИ.

VIP-зона иногда сводится к нескольким столам и креслам, расположенным в лучшей части зала. Это может быть также слегка возвышающаяся постройка в центре зала в форме прямоугольника, вход в которую контролируют агенты безопасности. Иногда VIP-зона обретает более изолированную форму и превращается в отдельные кабинеты.

VIP-зона – залог удачи создавшего ее заведения. Ведь она может использоваться в случае массового наплыва посетителей для повышения среднего размера чека, поскольку сокращает число мест для «малоценных» клиентов.

ТОП-VIP-клиенты

Их появление – редкая удача для заведения, поскольку они влекут за собой многочисленную клиентуру, подражающую их образу жизни. Кем бы они ни были – голливудскими звездами, прославленными моделями или известными певцами, – необходимо быть безупречным, чтобы не потерять надежду на их возвращение. В соответствии с некоторыми контрактами, подобные персонажи ничего не оплачивают, что впоследствии позволяет владельцу ресторана или отеля эксплуатировать их имидж. В пятизвездочных отелях настоящие знаменитости редко оплачивают свое проживание. Им выставляют счета лишь за дополнительные услуги, которые, впрочем, могут оказаться значительными и даже позволяют покрыть общие издержки от их пребывания. И наоборот, если знаменитости оплачивают счета наравне с остальными клиентами, то в этом случае уместна конфиденциальность.

В некоторых европейских клубах применяется выгодный всем экстремальный вариант использования концепции ТОП-VIP: посещающие их старлетки и восходящие звезды, которым надо быть на виду, не всегда оплачивают заказы. Взамен они согласны появляться на публике, вызывая приток обычных клиентов, которые чувствуют себя в компании знаменитостей.

Привилегированные клиенты

Помимо звезд шоу-бизнеса, настоящими VIP-клиентами являются завсегдатаи с высокими доходами. Жизненно важно – привлечь таких клиентов, всячески демонстрируя им, что именно они являются наиболее значимыми. Это долгосрочная работа, основанная на доверии. Подход к подобным VIP-клиентам должен быть строго индивидуальным, а обслуживание – самого высокого уровня. Их вкусы, их желания, так же как вкусы и желания приглашенных ими гостей, должны угадываться заранее, что будет способствовать плодотворному сотрудничеству, поскольку они нуждаются в вас не меньше, чем вы в них. Но будьте внимательны, чтобы их не разочаровать.

Случайные привилегированные клиенты

Концепция случайных VIP-клиентов постоянно развивается. В парижской Amnesia, клубе, который в свое время торжественно открыл Джонни Холидей, статус VIP приобретает любой клиент, заказавший целую бутылку на 5 человек. Этот статус дает ему право на доступ в отдельный кабинет. Для семи посетителей норма – две бутылки (или одна большая). В Cave du Roy в Сен-Тропе в период большого наплыва гостей при входе у вас поинтересуются, что вы намерены заказать. В зависимости от вашего ответа вам могут предоставить одно из лучших мест (внимание, жесткая конкуренция!) или вообще не пустить в клуб. Подобная практика широко распространена во множестве клубов во всех странах. Важность VIP-клиента измеряется его заказом. По окончании вечера его карета может превратиться в тыкву, а бывший VIP-клиент, потерявший свое звание, но не разочарованный, даст себе слово сэкономить недельную зарплату, чтобы снова блистать в окружении звезд. Но не все так безнадежно: с обретением привычки случайный VIP-клиент превращается в постоянного, и, следует полагать, получает право на более индивидуализированный подход.

Особые случаи

Директор парижского Buddha Bar Жозе Мюноз предпочитает обходиться без VIP-зоны. «Каждый клиент Buddha Bar – VIP-клиент». Но на самом деле несколько столиков, расположенных в самом удобном месте, зарезервированы для известных личностей.

В монакском Karé(ment), напротив, VIP-зона более заметна. Она отделена от общего зала непреодолимым барьером диванов. Оттуда открывается лучший вид на сцену, на море и на бар. Там предлагается специальное меню. Карты вин и крепких напитков сбросили груз многочисленных наименований низших категорий и содержат только престижные марки шампанского, самые выдержанные сорта виски, коньяки в хрустальных графинах и водки ультра-премиум. Такая VIP-зона рассчитана на то, чтобы видеть и быть на виду, что и объясняет ее успех.

В Barrio Latino VIP-клиент получает ключ, обеспечивающий прямой доступ в отдельный лифт, поднимающий его на VIP-этаж. Отдельный ресторан, собственный диджей, особая карта вин и крепких напитков и заботливое обхождение.

В Morton's Steak House гонконгского отеля «Шератон» VIP-клиент получает в свое распоряжение мини-винный погреб, в который по совету сомелье он закладывает бутылки для выдержки. Каждый месяц клиент получает информацию о поступлении новых вин и о ходе выдержки уже заложенных бутылок. Когда подходит время пить одно из вин, ему присылают по электронной почте предложение со специальным меню, призванным составить наилучшее сочетание с вином.

В шанхайском баре Laris Vault бутылку виски или коньяка для VIP-клиента переливают в хрустальный графин, на горлышке которого закреплена латунная пластинка с его именем. Графины выставляются на всеобщее обозрение на верхней полке бара, чтобы клиенты могли отыскивать знакомые им имена.

Среди прочих особых услуг, предлагаемых VIP-клиентам, можно отметить следующие.

• VIP-клиент редко стоит в очереди на вход в заведение и может пользоваться услугами парковщика.

• VIP-клиент занесен в картотеку, что позволяет приглашать его на эксклюзивные мероприятия и посылать поздравительные открытки на день рождения.

• Если VIP-клиент не появлялся в течение года, то он может потерять свой титул. Но, поскольку настоящие VIP-клиенты встречаются достаточно редко, последняя репрессивная мера почти не применяется. Статус VIP обязывает!

COINTREAUPOLITAN

Взбить в шейкере со льдом: 5 cl Cointreau, 3 cl клюквенного сока, 2 cl лимонного сока.
Отфильтровать в охлажденный коктейльный бокал.
Больше рецептов коктейлей с Cointreau можно узнать на сайте www.cointreau.com

be cointreauversial™

Чрезмерное употребление алкоголя
вредит вашему здоровью

Лаундж

Слово «лаундж» (lounge) первоначально означало холл элитного отеля. Гостиничное пространство, большие объемы и салонный стиль стали элементами интерьера современных баров и ресторанов направления «лаундж». Клиентам, расположившимся на удобных диванах, под звуки музыки, ритм которой не должен превышать 90 ударов в минуту, подают знаменитые коктейли, тапас и аперитивы.

Впечатляющий лаундж отеля Intercontinental, Гонконг.

ЧТО ЗДЕСЬ ПЬЮТ?

Дискотеки, развлекательные комплексы и лаундж-бары – заведения, куда приходят блистать, и где VIP-клиент пользуется королевскими почестями. Здесь царство марки, щеголяющей на этикетках и ведерках для шампанского. Кроме того, здесь пользуются спросом водка, виски и коньяк. В роскошной и комфортабельной обстановке талантливые бармены взбивают обновленные варианты классических Дайкири, Манхэттена, Космополитена и прочих Мартини.

БУТЫЛКИ РАЗМЕРА XXL

Одной из отличительных черт ресторанного дела начала нашего столетия сделался рост продаж бутылок большого объема. Данному феномену мы обязаны двумя причинами. Во-первых, большая бутылка логически соответствует большому столу. Развитие азиатских рынков, где традиционно гости ужинают большим коллективом, частично объясняет это увлечение.

Во-вторых, нельзя не отметить проявляемое некоторыми клиентами желание «показать себя». Шеф-бармен знаменитого пляжного бара Tahiti Beach в Сен-Тропе Жан-Ив Собья стал свидетелем роста продаж бутылок формата XXL: сначала бутылки Магнум, затем Двойной магнум, а потом Иеровоам и даже Мафусаил стали раскупаться как банки пива. Явление распространилось по всему знаменитому полуострову – от VIP Room до прославленных «Королевских Погребов» (Les Caves du Roy), охватив и все пляжные рестораны. Причем тренд затрагивает не только шампанское или вино. С недавних пор в бутылках размеров XXL заказывают виски, водку и коньяк.

«Поначалу желавшие выделиться заказывали самые престижные, самые дорогие напитки. Но теперь некоторые клиенты предпочитают применять тяжелую артиллерию. Такой клиент закажет не только самый престижный напиток, но и в самой большой бутылке, которая будет заметнее на столе», – свидетельствует Жан-Ив.

Менеджер модного клуба Karé(ment) в Монако, Франк, подтверждает: «Мы переживаем период увлечения бутылками повышенного объема. У нас продается самое большое количество таких бутылок во всей Франции. Но мы включаем в продажи настоящее VIP-обслуживание: стоит кому-нибудь заказать Иеровоам шампанского или водки, мы примерно на минуту усиливаем освещение и меняем стиль музыки. Бутылку приносят четыре официанта, которые и занимаются сервировкой. Такое обслуживание расценивается как безошибочный прием, чтобы показать себя или доставить удовольствие другу в его день рождения».

ОБЪЕМ БУТЫЛКИ (в литрах)	ШАМПАНСКОЕ	ВИНА БОРДО
0,75	Стандартная бутылка	
1,5	Магнум	Магнум
3	Иеровоам	Двойной магнум
4,5	Ровоам	Иеровоам
6	Мафусаил	Императал
9	Салманасар	Салманасар
12	Валтасар	Валтасар
15	Навуходоносор	Навуходоносор
18	Соломон	Мельхиор

Фейс-контроль

Главная цель контроля при входе в ночные клубы, бары и рестораны – систематическое отсеивание агрессивных посетителей, представляющих опасность для клиентов. Директор парижского Barrio Latino Франсис Шампань заявляет: «Мы обязаны уважать своих клиентов и обеспечивать им покой». Но помимо обеспечения безопасности, фейс-контроль выполняет и другие немаловажные функции.

В самом деле, нужно решить сразу две задачи, которые могут показаться противоречивыми: позволить максимальному числу посетителей попасть в заведение с тем, чтобы обеспечить его коммерческий успех, но при этом отфильтровать часть публики, не входящую в целевую аудиторию.

Данную задачу можно выполнить лишь путем анализа внешнего вида и одежды посетителей, и директор вправе использовать самые разные критерии отсева. В столь заботящемся о безопасности городе, как Монте-Карло, фейс-контролю уделяется огромное внимание. В пятницу и субботу вечером перед некоторыми ночными клубами около пятнадцати агентов безопасности встречают посетителей и отказывают во входе клиентам, которые не соответствуют определенному дресс-коду. Слишком большим компаниям тоже вход запрещен, ведь они могут ограничиться заказом всего одной бутылки.

Однако следует признать, что фейс-контроль совсем не отпугивает клиентов, а в определенной мере способствует успеху клубов. У принятых посетителей возникает чувство принадлежности к привилегированной касте. Чувство близости к категории VIP!

АДМИНИСТРАЦИЯ ОСТАВЛЯЕТ ЗА СОБОЙ ПРАВО ОТКАЗАТЬ ВО ВХОДЕ В КЛУБ БЕЗ ОБЪЯСНЕНИЯ ПРИЧИН.

Karé(ment), в зависимости от времени суток превращающийся то в лаундж, то в тапас-бар, то в дискотеку, сочетает все притягательные черты для состоятельной клиентуры Монте-Карло.

ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ
XO
COGNAC
Otard
XO
GOLD

НЕБОСКРЁБЫ

Ужин в звездном небе

Бурное развитие ресторанного дела в больших городах требует новых пространств, и тогда речь заходит о головокружительных башнях и гигантских торговых центрах.

Архитекторы и дизайнеры, старающиеся приблизить к человеку горизонты из стекла и бетона, сами крепко стоят на земле. В современном небоскребе проще соорудить суши-бар, чем брассери в стиле 1900-х годов! В результате декор остается выхолощенным, и его можно быстро изменить для новой клиентуры или для деятельности другого рода.

В подобных местах наибольшей популярностью пользуются суши, тапас и коктейли, а минималистский интерьер прекрасно сочетается с графическими формами в тарелке.

11 сентября 2001 года. По мере удаления трагической даты боль в общественном сознании постепенно стихает. Ближайшее следствие – новая волна интереса к небоскребам. Разумеется, наибольшее значение здесь придается барам и ресторанам. Они олицетворяют башню, и среди прочих коммерческих аспектов, неотделимых от проекта здания, занимают далеко не последнее место. Вследствие архитектурных ограничений они обычно оформлены в строгом стиле, где преобладают конструкционные материалы. На самом деле главная задача оформления состоит в рациональном использовании ограниченного пространства с тем, чтобы панорама сделалась одним из главных притягательных средств для посетителя. Так, основной аргумент маркетинга миниатюрного «Феликс-бара», расположенного на верхнем этаже гонконгского отеля The Peninsula, – это мужской туалет. Правда, спроектирован он несравненным Филиппом Старком и дарит один из самых захватывающих видов. Уникальный опыт – справить естественные надобности, любуясь незабываемой панорамой. Ресторан отеля расположился на гораздо более обширном пространстве, но не может похвастаться видом на залив, что значительно снижает к нему интерес на фоне многочисленных соседних башен-конкурентов. Находящийся в нескольких сотнях метров отсюда проект Aqua сумел наилучшим образом воспользоваться панорамой. Благодаря правильно установленным зеркалам и застекленному фасаду, ничто не мешает восхищаться потрясающим видом, входящим в тройку самых красивых в мире. Самый высотный бар мира также находится в Азии. На настоящий момент это удел Cloud 9, который расположен в шанхайском небоскребе Джин Мао. Из него открывается столь головокружительная панорама, что страдающие боязнью высоты посетители могут только радоваться тому, что окна часто бывают затянуты туманом, а то и вовсе оказываются выше облаков.

Самый высотный отель мира Grand Hyatt (справа вид сверху на его лобби) расположен на 53-87 этажах шанхайского небоскреба Jin Mao. На последнем 88-м этаже угнездился пока еще самый высотный бар планеты Cloud 9 (слева). Из него открывается столь головокружительная панорама, что созерцать ее спокойно можно лишь после второго коктейля.

88 - й ЭТАЖ

61- й ЭТАЖ

Ресторан «Вертиго» в Бангкоке и его «Лунный бар» открываются взгляду под тропическими небесами подобно ковчегу, рассекающему бесконечное пространство.
61-й этаж,
Banyan Tree Hotel, Бангкок.

29- й ЭТАЖ

Приватные кабинеты концептуального заведения Aqua отделены от общего зала стеклянными перегородками и позволяют сохранять уединение, не изолируясь полностью.
Ресторан Aqua Roma, Гонконг.
Пентхауз башни One Peking, 29-й этаж.

28- й ЭТАЖ

ЧТО ЗДЕСЬ ПЬЮТ?

На верхние этажи небоскреба поднимаются, чтобы поужинать или посидеть за бокалом. В футуристическом и изысканном пространстве чередуются бутылки вина и шампанского всемирно известных марок, сумевших сделать имя и создать свой имидж. Что касается напитков, подаваемых бокалами, то фужеры шампанского соперничают с коктейльными рюмками, наполненными сухим Мартини или Космополитеном, которые медленно потягивают, глядя на блики света в глазах спутницы, прежде чем отправиться на седьмое небо.

Туалет с видом на Гонконгский залив.
Felix-бар, дизайн – Филипп Старк.
28-й этаж отеля The Peninsula.

(Neo) классика

«Мода на классические рестораны высокой кухни длится уже двести лет. Похоже, что она вписана в генетический код наших клиентов и их потомков», – заявляет директор ресторана Acanto, расположенного в сказочном отеле-дворце Principe di Savoia в Милане.

Иными словами можно сказать, что социальная, экономическая и политическая роль классических ресторанов никогда не подвергнется сомнению. Пока предприниматели будут заключать сделки, пока дамы и господа будут изъявлять желание пробовать в обстановке безупречного сервиса все лучшее, изобретенное гастрономией, пока знатоки будут стремиться испробовать редкие, терпеливо выдержанные вина, рестораны высокой кухни останутся в центре внимания клиентов, средств массовой информации и гастрономической критики, короче всех, кто ест, пьет и размышляет на нашей планете. По счастью, подобные заведения остаются образцом. Их роль не ограничивается одним лишь гастрономическим искусством. Их значение для всей нашей цивилизации бесспорно. Они олицетворяют тот постоянный поиск совершенства, без которого не выжил бы ресторанный мир. И, наконец, они являются барометром уровня нашей цивилизации.

Однако классические рестораны не должны застыть памятником гастрономии. Ведь классика будущего создается сегодня. Неоклассический стиль предусматривает новое распределение пространства и порождает новые световые решения. Дизайн, отвечая потребностям новой клиентуры, не может входить в противоречие с требованиями комфорта и должен гармонично сочетать традиции и современность. В Acanto для установления визуальной связи между поварами и клиентами решились снести столетние перегородки, чтобы устремиться в будущее, не отворачиваясь от прошлого. И не поступаясь ценностями.

Ресторан Acanto, расположенный в миланском отеле-дворце Principe de Savoia – оплоте классики и традиций, отвечает самым современным требованиям международной клиентуры. Не изменяя классическому стилю, он интегрирует тот комфорт и дизайн, без которых немыслимо сегодняшнее понятие роскоши. И старые призраки Хэмфри Богарта и Авы Гарднер уступают место Джорджу Клуни и Шэрон Стоун – эмблематичным, но живым легендам.

Что здесь пьют?

В классическом ресторане все обязано быть самым лучшим. Карта вин должна отражать превосходный уровень блюд. Высокие вина, заботливо выдержанные в погребе и тщательно отобранные сомелье, принимают участие в поддержании элитного имиджа заведения. Престижу способствует и тележка с набором великолепных коньяков и прочих крепких напитков. При этом цены остаются в рамках разумного. К ординарному вину не подходят с той же маржей, что и к отличному винтажу Сен-Жюльяна или бургундского Кот-де-Нюи. Принимая клиентов, главное – стремиться увидеть их вновь, не так ли?

Фьюжн Fusion

Ресторан в стиле фьюжн в идеале должен быть своего рода плавильным котлом, объединяющим все кухни, чтобы слить их воедино в квинтэссенцию мировой гастрономии.

Но на деле некоторые рестораны довольствуются простым противопоставлением гастрономических влияний и декораций. Так, концептуальный ресторан Aqua в Гонконге играет при двух картах – итальянской и японской. Вкусы накладываются друг на друга, но не смешиваются. А сопровождающая трапезу этническая музыка не оказывает существенного влияния на пасту Карбонара, которая, к счастью, остается вполне итальянской. Весь «фьюжн» в этом случае заключается в возможности заказать саке к пицце или кьянти к крабу Тараба, что, впрочем, не рекомендуется.

Рестораны наподобие Spoon Алена Дюкасса, используя в большей мере новаторский подход и более сложные сочетания, приближаются к истинной идее фьюжн. Основа, разработанная исследовательским центром шеф-повара, остается, главным образом, французской, но с дополнением таинственной магии редких и ошеломляющих пряностей, сбивающих с толку вкусовые рецепторы. К такой запредельной кухне, ускользающей от всякого точного определения, чрезвычайно трудно подобрать соответствующее вино. Поэтому в Spoon к вину относятся так же, как и к блюдам. Оно остается самостоятельным носителем вкуса, не обязательно предназначенным для сопровождения кухни. Вино само должно внести свою лепту в ощущения. Вино предлагает сомелье, роль которого заключается, скорее, в предотвращении встречного шока, катастрофической несовместимости вкусов, чем в поисках редких идеальных сочетаний.

В конце концов, путешествие Spoon в страну вкусов, в жидкой или твердой фазе, часто оказывается удачным. Но в других местах дела обстоят не столь оптимистично, поскольку рестораны фьюжн, в еще большей мере, чем классические гастрономические рестораны, зависят от способностей и таланта шеф-поваров. Последние напоминают первопроходцев, исследующих новые горизонты вкусовых ощущений.

ЧТО ЗДЕСЬ ПЬЮТ?

В ресторанах в стиле фьюжн пьют выразительные вина с характером, способные выдержать сопоставление с виртуозными ароматами кухни. Вионье, Рислинги, Гевюрцтраминеры, ликерные вина Старой Европы, а также крайне фруктовые вина Нового Света занимают место рядом с классическими итальянскими, французскими и испанскими винами. Коктейли тоже отличаются сложностью и утонченностью, включая настойки на мелиссе, имбире или лемонграссе. Наконец, сочетание высоких сортов виски и коньяков с десертом – это must ресторана фьюжн.

Направление фьюжн часто черпает вдохновение у азиатской «уличной еды» (вверху), перерабатывая ее в соответствии с требованиями собственного стиля. Оказавшись в знакомой нам оксидентальной тарелке, кухня фьюжн обладает схожими экзотическими вкусами, но более одомашненными и остепенившимися.

Концептуальное гонконгское заведение Aqua (справа), включающее ресторан и бар с соответствующей атмосферой, предлагает кухню, которая заимствует японскую и итальянскую гастрономическую культуру.

threshers
threshers
BUY 2 GET 3RD
FREE ON ALL WINE & CHAMPAGNE
MIX & MATCH BUY 2 GET 3RD FREE ON ALL WINE & CHAMPAGNE
3 for 2 cheapest
champagne of the month
NOW £19.99
wine of the month
£5.99
WESTERN UNION
BUS PASSES

PRUNIER

Шефы и Вино

Напитки не являются только прерогативой сомелье и бармена. Для гармоничной работы персонала, кухни и ресторана напитки должны стать центром притяжения интереса всей бригады. В первом ряду заинтересованных значатся шеф-повара, для которых вино превратилось в новое поле деятельности.

Вина и, в более общем смысле, все напитки отныне занимают особое место в душе шеф-повара. Этому взлету интереса способствуют, как минимум, две причины.

Первая из них, разумеется, связана с запросами клиентуры, которая все чаще считает естественным установленный заранее подбор блюд в сочетании с напитками (как, например, дегустационные сетменю) и находит облегчение в отсутствии необходимости долго выбирать напитки по карте, чтобы добиться максимальной гармонии с кушанием. В результате шеф-повара дорабатывают свою кухню, чтобы приспособить ее в совершенстве к сокровищам виноградников и погребов, с ложкой в одной руке и с бокалом – в другой.

Вторая важнейшая причина носит сугубо экономический характер. Большинство выдающихся шеф-поваров стали также шефами своих ресторанов. Когда один из наиболее многообещающих поваров Великобритании Тео Рендал делает ставку на свое доброе имя, он понимает, что успех измеряется торговым оборотом. То же относится к Гордону Рэмси, Алену Дюкассу, Ги Савуа и множеству других, среди которых – Ален Сандеранс, считающий, что сочетания блюд и напитков составляют коммерческий фонд его ресторана. Таким образом, если о том, что гармоничное сочетание блюд с напитками является вершиной гастрономии, знали и раньше, то теперь понятно, что это сделалось экономической необходимостью, поскольку непосредственная работа с винами и спиртными напитками – это лучший способ придать новый импульс ресторану для повышения его рентабельности.

Так, если в баре лондонского отеля Intercontinental Park Lane проходит презентация коктейля Aston Martin с шефом Тео Рендалом на переднем плане, и она напоминает церемонию, посвященную выпуску нового украшения от Cartier, то это потому, что размер финансовых ставок одинаков!

Гордон Рэмси – самый влиятельный шеф-повар Англии – сделался порт-паролем вин, распространяемых через сеть бутиков Threshers. С тех пор он стал вездесущ на улицах Лондона и всего Соединенного Королевства (вверху).

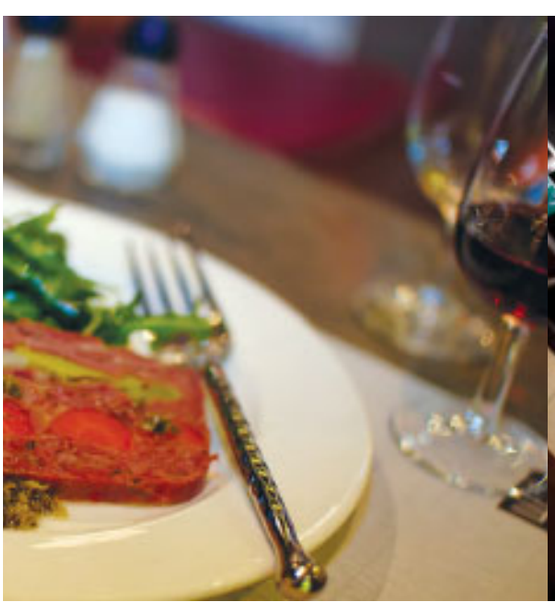
Талантливый шеф-повар Эрик Куазель в «икратеке» парижского Prunier Caviar House (первое фото слева). Эрик поставил своей целью воздать должные почести сокровищам, которые дарует море. Его приоритет – подбор все более редко встречающихся самых качественных продуктов. По его мнению, успех в создании блюд из даров моря кроется в гармонии между продуктом, соусом и степенью тепловой обработки. А подобранный напиток призван увенчать самые тонкие блюда, как благородная оправа подчеркивает красоту драгоценного камня.

Тео Рендал (ресторан Theo Randall в отеле Intercontinental Park Lane) произвел в Лондоне сенсацию, осветив по-новому средиземноморскую кухню, в которой вино по традиции играет совершенно особую роль (второе фото слева).

БУТИК-РЕСТОРАН

Всё на продажу

«Бутик-ресторан. Всё на продажу». Заполучив клиента на обед или на ужин, ему не дадут уйти, не продав то, что он в любом случае приобрел бы в другом месте. Следуя данной идее, рестораны превратились в винные бутики, а винные бутики – в рестораны. В результате граница между ними все сильнее размывается, и знаменитый вопрос «Макдональдса»: «Вам здесь или с собой?» – приобретает все большее распространение. Часто бутики-рестораны действуют по следующему принципу: здесь можно просто купить вино по определенной цене, как и в любом обычном магазине, но если вы желаете с ним поужинать, то за бутылку придется заплатить дополнительную цену. Французы называют ее *droit de bouchon* – «право на пробку».



ЧТО ЗДЕСЬ ПЬЮТ?

Ассортимент бутика-ресторана, или, как его называют во Франции, «cave à manger», – философский вопрос, который должен отражать особые отношения с миром вина. Поэтому предпочтение отдается оригинальному выбору, позволяющему выделиться среди конкурентов. Произведения мелких виноделов из разных областей, «авторские» вина, экологически чистые и биодинамические вина – в любом случае вина с ярким характером, займут место рядом с винами, крепкими напитками и шампанским более знаменитых марок, чтобы удовлетворить вкус любого клиента.

Бутики-рестораны предлагают вкусную и простую кухню, основанную на блюдах терруара и традиционной гастрономии (первое фото слева).

В своем винном баре-бутике Rouge Gorge, расположенном в четвертом округе Парижа (слева), Франсуа Брикло предлагает те вина, которые он называет «авторскими».

Бутик-ресторан (cave à manger) Les Domaines qui montent, Монмартр, Париж (справа).

«ПОДОБНО ПИСАТЕЛЯМ, ОБЛАДАЮЩИМ СВОИМ СТИЛЕМ И ВИДЕНИЕМ МИРА – СОБСТВЕННОЙ ВСЕЛЕННОЙ, ЕСТЬ И ВИНОДЕЛЫ-АВТОРЫ, СПОСОБНЫЕ ПРОИЗВЕСТИ АБСОЛЮТНО НЕПОДРАЖАЕМОЕ ВИНО. АВТОРСКОЕ ВИНО»

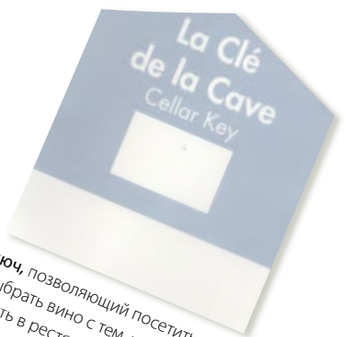
ФРАНСУА БРИКЛО,
ВИННЫЙ БАР-БУТИК ROUGE GORGE,
ПАРИЖ

РЕСТОРАН-БУТИК CHAI 33. Вино по-другому

Отталкиваясь от идеи бутика-ресторана, но продвинув ее значительно дальше конкурентов, заведение Chai 33 («Винный склад № 33») предлагает удивительный вариант той концепции, которую его менеджеры окрестили «вино по-другому».

Историческое место

Ресторан расположился в парижском квартале Берси, который в XIX веке считался винным погребом Парижа. Бочки с вином прибывали сюда по Сене, а затем на месте вино разливали в бутылки для продажи ресторанам. И до тех пор, пока в 1960-е годы винодельческие хозяйства, озабоченные снижением качества своей продукции, не решились самостоятельно разливать вино по бутылкам, это был самый крупный винный рынок мира. На этом месте сохранились склады и погреба, признанные историческими памятниками, в которых сегодня расположились магазины и рестораны.
В одном из таких старинных погребов и разместился ресторан Chai 33. Его директор Грегори Бубер, выпускник гостиничной школы, успевший к тому же поработать барменом, так описывает Chai 33: «Это ресторан-бутик, в нем можно с одинаковым успехом купить вино, пообедать или поужинать. Вино находится в центре внимания, но не навязывается. Мы – что-то вроде брассери будущего. Я бы сказал, что мы представляем современную концепцию ресторана».
Прежде всего, Chai 33 поражает своими размерами: ресторан вмещает 280 посетителей, не считая террасы. Гигантский объем помещения подчеркнут элегантными, чистыми



Ключ, позволяющий посетить погреб и выбрать вино с тем, чтобы потом его выпить в ресторане.

JACOB'S CREEK®
JACOB'S CREEK
ESTABLISHED 1847
JACOB'S CREEK®
SHIRAZ
Named after Jacob's Creek, site of Johann Gramp's first vineyard in the Barossa Valley
Лучшая
Часть
Австралии.
AUSTRALIA'S
TOP DROP.
ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ
ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

Классификация вин по вкусу и сортам винограда с использованием разных цветов – оригинальный «винный код» парижского ресторана и бутика Chai 33.

- Бледно-зеленый – ***легкие и пронзительные*** белые вина (Совиньон, Шенен, Рислинг, Шардоне, Алиготе).
- Желтый – ***сухие и нежные,*** как белые, так и розовые вина (Вионье, Шардоне, Гренаш Блан, Гевурцтраминер, Марсан, Пино Гри).
- Цвет фуксии – ***свежие и лакомые вина,*** как красные, так и розовые (Гамэ, Мерло, Каберне-Фран, Пино Нуар, Гренаш и Сира).
- Фиолетовый – ***фруктовые и интенсивные.*** (Более мощные, по сравнению с предыдущими, красные вина из сортов Пино Нуар, Каберне, Сира, Гренаш Нуар, Мерло, Кариньян).
- Коричневый – ***богатые и шелковистые вина.*** (Еще более совершенные красные вина из сортов Пино Нуар, Каберне, Сира, Гренаш, Мерло, Мурведр).
- Золотистый – ***нежные и ослепительные*** высокие красные, белые и шампанские вина, переполненные мягкостью и достигшие в процессе длительного созревания своей ароматической полноты.

линиями его дизайна. Прозрачные стены из пустых бутылок современных форм соседствуют со старинной каменной кладкой.

Продавать, но не навязывать

Ресторан работает по четким правилам: присевшему за столик клиенту в первую очередь предлагают «вино месяца» – бутылку или бокал. В момент заказа сомелье отсутствует, поскольку все официанты обучены вину. Каждый месяц в ресторан приезжает один из виноделов, проводит презентацию и дегустацию своего вина, которое затем и предлагается в качестве «вина месяца». В результате официанты быстро становятся знатоками.

Путешествие продолжается

Если клиент пожелает воспользоваться более широким выбором, ему достаточно взять «ключ от погреба» (небольшую карточку с номером, лежащую в центре стола) и отправиться в зал со старинными сводами, примыкающий к ресторану. Здесь и начинается погреб, где клиента ждет встреча с сомелье, который сумеет порекомендовать ему наиболее подходящее вино. Сомелье выполняет функции кависта винного бутика. Единственное отличие: клиент может попробовать выбранное вино прямо в погребе, прежде чем его подадут к столу в соответствии с номером «ключа».

Погреб насчитывает более 300 наименований, цена которых колеблется от 28 до свыше 4000 евро.

Иконоборческая концепция

Наиболее неожиданная идея концепции ресторана, заставившая восстать против нее поборников классики, состоит в том, что вина не распределены, как обычно, по странам и регионам происхождения. Они разложены по стеллажам и указаны в карте согласно цветовому коду с двумя определениями, которые позволяют сразу составить представление о вкусовых характеристиках и цене вина.

Вина по категориям распределяют сомелье – в процессе закупки и после дегустации.

Больше интуиция, чем наука

При подобном подходе восприятие вина происходит в основном интуитивно. «Мы противостоим гастрономическим ресторанам благодаря всеобъемлющему выбору и захватывающей процедуре подбора вина при разумных ценах: средний счет за ужин составляет 45 евро на клиента».

За дополнительную плату

Чтобы дополнить предложение вина, на каждом столе стоят table tents, рекламирующие чемоданчик с тремя бутылками. По словам Грегори Бубера, «продажа на вынос» не составляет значительного оборота, но «если один-два клиента за вечер унесут с собой по три бутылки, это уже неплохо, поскольку иначе этих продаж просто бы не было».

В таком посвященном вину заведении, как Chai 33, никак нельзя обойтись без соответствующих коктейлей. Грегори Бубер изобрел несколько удивительных смешанных напитков под общим названием «New Wine Spirits». Представляем вашему вниманию коктейль Lacrimosa – «Слезный» (фото внизу):

- 3/10 водки
- 1/10 персикового сиропа
- 6/10 вина Совиньон из Лангедока.

Приготовить в стакане для смешивания и подать в бокале для двойного мартини. Украсить красной виноградиной.

В ТАКОМ РЕСТОРАНЕ КЛИЕНТ ОБРЕТАЕТ ШИРОТУ КРУГОЗОРА. ПОСЕЩЕНИЕ ПОГРЕБА ДЕЛАЕТ ЕГО СОПРИЧАСТНЫМ К МИРУ ВИНА. А ВЕРНУВШИСЬ ЗА СТОЛ К ГОСТЯМ, ОН СТАНОВИТСЯ НОСИТЕЛЕМ ТАЙНЫ. В НЕМ ПРОСЫПАЕТСЯ СОМЕЛЬЕ. НЕСОМНЕННО, ЦЕННОЕ ЧУВСТВО...

ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Требование подлинности

Беседуете ли вы с шеф-поваром в Гонконге, Лондоне или Париже, он непременно заговорит о подлинности и качестве исходных продуктов. В конечном счете, пришлось сделать вывод, что ни талант шеф-повара, ни количество присвоенных ему звезд не помогут улучшить продукт, который от природы (или вследствие многовековой традиции) был изначально хорош. Поэтому ко многим продуктам относятся столь трепетно, что некоторые из них даже не перерабатываются на ресторанной кухне. Потребитель все чаще требует исходный продукт. Такие сокровища, как икра, дикий лосось, сыровяленая ветчина, зрелые сыры, трюфели, устрицы и другие дары моря, пользуются все большим спросом. В результате цены на них постоянно растут.

Отслеживаемость происхождения (traçabilité)

Отслеживаемость является дальнейшим развитием предыдущего направления. Если речь зайдет о сыровяленом окороке, потребитель пожелает знаменитую «Пата негра», о которой известно, что пошедшую на нее свинью вырастили в Испании и в течение шести месяцев откармливали знаменитыми желудями. Он также может заказать итальянскую «Парму» или «Сан Даниэле». Он выберет устриц, доставленных конкретным поставщиком, и отдаст предпочтение кофе Марагогипе из Никарагуа. Чем больше он будет знать о продукте, тем охотнее за него заплатит, причем иногда очень дорого. Вот почему отслеживаемость происхождения – непременное условие для гастрономических продуктов класса «люкс».

Экологически чистые продукты

К органическим продуктам предъявляется еще одно дополнительное требование в добавок к отслеживаемости происхождения: уважение экологии. Потребители готовы платить дороже, чтобы увидеть в своей тарелке продукты, маркированные как экологически чистые. В частности, для вин данный вопрос имеет большое значение. Однако экологически чистые продукты, которые, по словам сомелье Филиппа Фор-Брака, станут козырем ближайших лет, пока не в состоянии заменить все продукты ежедневного пользования. «Некоторые органические вина не слишком удачны, в то время как другие, неэкологические, хороши настолько, что без них невозможно обойтись».

Для разрешения вопроса, который только еще вырисовывается, некоторые кависты и сомелье стараются добавить в ассортимент не только экологически чистые вина в прямом смысле этого слова, но и вина, произведенные с помощью разумного землепользования. «Полностью экологически чистых вин просто не существует», – заявляет главный сомелье парижского ресторана Dôme du Marais Пьер Будри, который предлагает к традиционной кухне небольшой выбор вин от производителей, ограничивших свое вмешательство в процесс создания вина. «В органических винах только виноград выращивают экологически чистыми методами», – продолжает он. – «А мы, со своей стороны, продвинулись еще дальше: некоторые из внесенных мною в карту вин не подвергались ни фильтрации, ни оклейке, ни шаптализации». На замечание, что никакая маркировка не отражает его усилий, Пьер Будри отвечает: «Я знаю лично своих поставщиков, я сам – гарант качества». Это в своем роде вина более экологически чистые, чем самое органическое вино. Факт требует проверки, так как только марка «экологически чистый продукт» может предоставить хоть какие-то, впрочем, не слишком надежные, гарантии. Проведенное в Швейцарии исследование выявило, что из 20 экологически чистых вин, произведенных в Евросоюзе, около 15 содержали следовые количества пестицидов, без сомнения, проникших с соседних полей или сохранившихся от предшествовавших обработок виноградников.

Жан Рене Матиньон, производящий в Медоке бесподобное вино Château Pichon-Longueville Baron, считает достижение экологической чистоты одной из своих главных задач: «Известно, что фитосанитарные средства попадают в осадок красного вина, поэтому мы ограничили их использование в своем хозяйстве. По некоторым позициям мы даже превышаем требования, установленные для органических вин. Мы живем в Медоке, мы местные жители, мы первые пьем свои вина, и для нас жизненно важно оставить своим детям чистую землю».

БИСТРО,
ВИННЫЕ БАРЫ

Происхождение слова «bistrot» обросло множеством противоречивых легенд. Разумеется, все связывают его с требованием «быстро!», которое предъявляли русские солдаты во время оккупации Парижа в 1814–1818 годы, после отступления Наполеона из России. Солдатам русской армии запрещалось пить, поэтому, заходя в кабаре или таверну, они кричали: «Быстро!», чтобы их обслужили как можно скорее. Мне очень нравится эта гипотеза. Помимо ее русских корней, она превращает бистро в доисторический фаст-фуд, чудом доживший до наших дней.

К сожалению, специалисты не приемлют эту легенду. По их мнению, слово «бистро» появилось во французском языке лишь в конце XIX столетия. Лингвисты отдают предпочтение следующей гипотезе: слово «бистро» (bistraud) или «бистроке» (bistroquet) означало во Франции слугу, затем слугу виноторговца и, наконец, самого виноторговца. Именно этим можно объяснить тот факт, что все бистро являются, в первую очередь, барами, а если быть точнее, винными барами.

Вначале подобные бары содержали овернцы, выходцы из Оверни, сурового края вулканов в центральной области Франции, которые обосновались в Париже, чтобы торговать углем. Вскоре они перешли к продаже вина, сопровождая его привычной для них простой пищей.

В наше время социальная роль бистро не требует доказательств. Парижане считают их столь же важными, как почта или булочные.

Жизнь в бистро сосредоточена вокруг обитой цинком стойки. Здесь старомодная и подернувшаяся патиной времени обстановка, доски на стенах, увешанных старинными афишами, и множество других разношерстных штуковин, собранных поколениями хозяев. Первые клиенты приходят сюда без четверти семь утра, а последние уходят в полночь.

Помимо кофе здесь предлагают классический ассортимент крепких напитков и, как правило, не менее двадцати наименований вин, часто от мелких производителей. Это простые вина, подкупающие соотношением цены и качества. Их подают к блюдам простой кухни. Меню, как правило, включает закуски пяти видов, пять основных блюд и пять десертов по более чем достойным ценам. К сожалению, снобизм и здесь делает свое черное дело, так что кое-где размер счета растет пропорционально длине усов хозяина.

La Palette на улице Сены в Париже, где когда-то бывали еще никому не известные Пикассо и Хемингуэй, – типичное парижское бистро, которое славится своей аутентичной, ни с чем не сравнимой атмосферой.

ЧТО ЗДЕСЬ ПЬЮТ?

Бистро – это место для открытий. Возможность найти редкостную ценность за незначительную сумму. Мелкий производитель со своим искренним по характеру вином, которое будет прекрасно сочетаться с сырами, колбасами или с зимним пот-о-фё, здесь почувствует себя в своей тарелке. Не следует забывать и об ассортименте крепких напитков, которые помогут скоротать удачный вечер. Но прежде всего бистро – заведение для аперитива. Классические аперитивы и небольшой ассортимент коктейлей будут всегда приняты «на ура». И почему бы не добавить к этому еще и «счастливый час», чтобы сделать ваше бистро настоящим местом встреч?

В НЕБОЛЬШОМ РЕСТОРАННОМ МИРЕ БИСТРО СТОЯТ ОСОБНЯКОМ. ЭТИ УЮТНЫЕ, ГОСТЕПРИИМНЫЕ И ОЖИВЛЕННЫЕ ЗАВЕДЕНИЯ ПРИВЛЕКАЮТ КЛИЕНТУРУ, КОТОРАЯ ИЩЕТ ПОДЛИННОСТИ. ВНИМАНИЕ: ОСТЕРЕГАЙТЕСЬ ПОДДЕЛОК!

ВИННЫЕ БАРЫ L'ECLUSE. СКРОМНОЕ ОБАЯНИЕ БУРЖУАЗИИ

За простым и гостеприимным характером сети винных баров L'Ecluse скрывается четко разработанная концепция. Первое заведение было открыто в 1978 году. В те времена выпить известного вина и отведать редкого блюда из кухни терруара можно было только в гастрономическом ресторане с пугающими ценами и официозной обстановкой. L'Ecluse дал бонвиванам столь необходимую им непринужденность. Сегодня данная концепция оказалась как нельзя более актуальной, что подтверждают шесть винных баров под этой вывеской в центре Парижа.

Приверженцы так называемой «молекулярной гастрономии», для которой клиент становится подопытной морской свинкой в рискованных экспериментах поваров-авангардистов, знайте – винный бар l'Ecluse не для вас! Здесь вам предложат только кухню терруара, основанную на простых французских рецептах. Повара считают своим долгом сначала ознакомиться с генеалогическим древом утки, прежде чем пускать ее на фуа гра.

Карта вин состоит исключительно из Бордо, цены на которое колеблются от 21 до 1227 евро. Среди высоких вин и малоизвестных находок около 30 наименований продаются бокалами.

Один из лучших в Париже тартаров, который для максимальной свежести готовят буквально за минуту до подачи, прямо-таки требует Помроля или Сен-Жюльяна. Полупрожаренная фуа гра сама по себе способна поднять продажи Люпиака. И, наконец, исключительный шоколадный пирог, удостоенный гран-при на конкурсе парижских кондитеров, обожаемый Катрин Денев и Соней Рикель, ассоциируется с Лилле, Банюльсом и выразительным бурбоном.

БИСТРО И БИСТРОНОМИЯ

Честно говоря, бистро всегда пользовались неважной репутацией. Здесь клиент – кто угодно, но только не король. Ему грубят, его торопят, обслуживают на лету почти нахальные (но какие ловкие!) официанты, способные швырнуть на стол тарелку под предлогом, что она горячая. При этом клиент иногда вынужден сносить даже откровенную враждебность хозяина. И все это потому, что клиент знает, что нигде его не накормят ни лучше, ни дешевле. Отсутствие коммерческой жилки никак не сказывается на качестве пищи и вина. Поэтому, вцепившись в край стола, под ножку которого подложена подставка для пивной кружки, дабы он не закачался, клиент остается и вернется сюда вновь.

В качестве компенсации за такую никому не нужную верность он получает ассортимент «авторских» вин по ценам вне всякой конкуренции. К ним он заказывает блюда простой и вкусной кухни, представленной мясом на гриле, селедкой с картошкой, сырами, андуйетом и другими колбасами. По праздникам, под влиянием всеобщего амбьянса, ему случается заказать фуа гра и бокал малоизвестного вина из Сент-Круа-Дю-Мон или Лупиака либо запить дюжину устриц белым Шеверни. Ничего никому не говоря. Чтобы жить хорошо, надо жить незаметно.

Я помню, как поначалу мы посещали подобные бистро, поскольку в других местах было слишком дорого. Мы еще не осознавали, до какой степени нам повезло. Здесь ощущалась особая атмосфера. Нечто подлинное. И это был не только вопрос денег.

Сегодня, открывая дверь некоторых бистро, с ручками, отполированными миллионами человеческих рук, понимаешь: что-то изменилось. Официант стал более любезным (это обойдется вам дороже!), помещение лучше освещено. Вместо бумажных появились настоящие салфетки, а меню, не усложнившись, лучше оформлено. Вина подорожали, но их благородное происхождение оправдывает цену. Короче говоря, чувствуешь себя как дома, даже лучше. Без сомнения, мы находимся в одном из заведений, которые называют Bistrots des Grands Chefs (бистро знаменитых шеф-поваров).

В Англии, в условиях растущего французского влияния, их окрестили «гастропабами», гибрид паба и гастрономии. Это название, я допускаю, может шокировать того, кто уже однажды отужинал в пабе, но доказывает, что два понятия не являются несовместимыми.

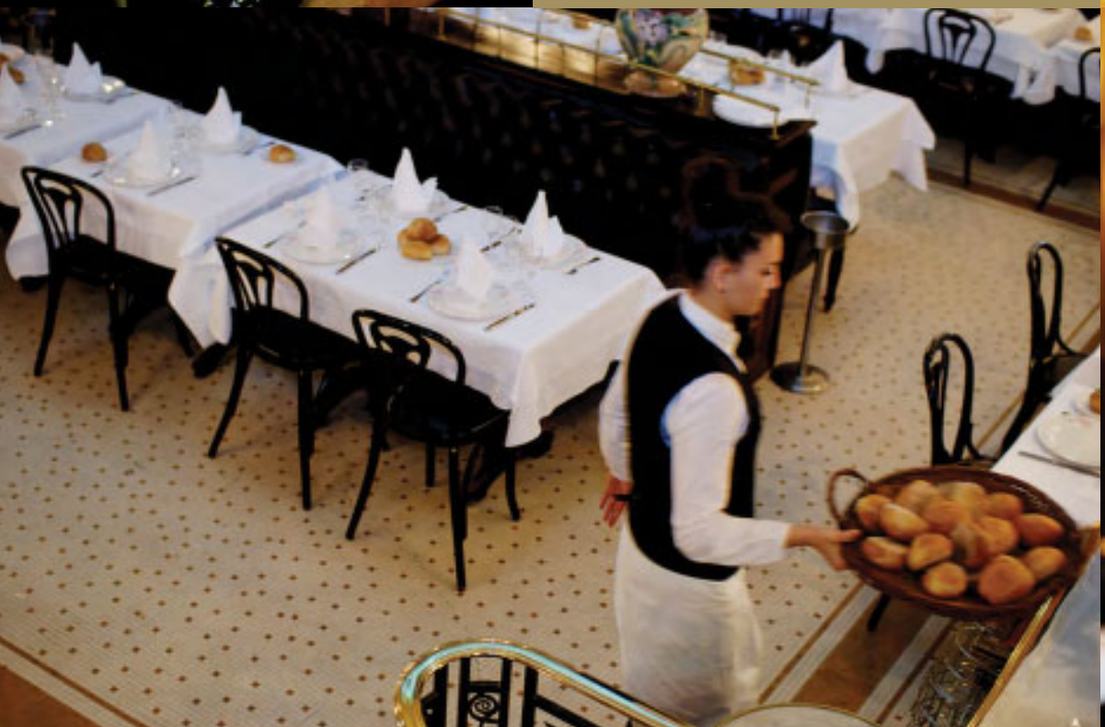
Короче говоря, почти все выдающиеся шеф-повара, внезапно воспылавшие любовью к столь аутентичным бистро (и их можно понять), вдруг принялись открывать собственные бистро и гастропабы. Благодаря чему они сумели подарить немного роскоши людям скромного достатка, а остальным – ощущение простоты и подлинности, исходя из принципа, что все имеют право на счастье.

Такой демарш повлек за собой серьезные успехи. В гостеприимных, избавленных от ненужных формальностей заведениях, вдали от гидов и критиков, свежеиспеченные «шефы-бистротье» изобрели новое искусство – «бистрономию».

На самом деле они в той или иной мере продолжают заниматься тем, чему их учили в кулинарной школе, – высокой кухней многозвездных ресторанов, но при использовании обычных ингредиентов бистро. То есть тюрбо заменяется треской, черная икра – красной. Интерес проявляется даже к сардинам. Основы сохраняются, перегибы устраняются, происходит возврат к традиционным продуктам. И это прекрасно, поскольку они зачастую оказываются лучше. Даже названия блюд звучат без фальши и полностью соответствуют содержимому тарелки.

Итак, Bistrots des Grands Chefs добились несомненного успеха и расцветают во всех столицах мира. Вполне возможно, что когда-нибудь они займут в сердцах многих место первоначальных бистро, хотя в этом можно сомневаться. Дело в том, что им всегда будет не хватать настоящей кухни бистро: простейшего стейка тартар, кот-де-бёф, говяжьих мозговых косточек, нарезанных колбас и столь же скромных, сколь и незаменимых корнишонов, то есть всех тех блюд, не приносящих сверхдоходов, которыми можно питаться каждый день. Бабушкина кухня, которую не нужно изучать в гостиничных школах, которая не требует награждения звездами, но составляющая настоящую душу подлинных бистро.

ПАРИЖСКИЕ БРАССЕРИ ОДЕВАЮТСЯ В ЗОЛОТЫЕ И МЕДНЫЕ ТОНА. СЛОВО «BRASSERIE» ПРОИСХОДИТ ОТ ГЛАГОЛА «BRASSER», КОТОРЫЙ ИМЕЕТ ОТНОШЕНИЕ К ПИВОВАРЕНИЮ И ОЗНАЧАЕТ «ПЕРЕМЕШИВАТЬ», «ВОРОЧАТЬ». В СОВРЕМЕННЫХ БРАССЕРИ ГОРАЗДО ЧАЩЕ «ВОРОЧАЮТ» ВИНАМИ, НЕЖЕЛИ, КАК РАНЬШЕ, – ПИВОМ.



Брассери – победа вина

Первые брассери появились в 1840-е годы, и это были заведения, посвященные пиву. Если бы не случилось нашествия филлоксеры, то эти плохо посещаемые и малокомфортабельные места, предлагавшие в основном блюда из капусты, присоединились бы в историческом забвении к кабаре и тавернам.

Действительно, в 1860-е годы, воспользовавшись ослаблением конкуренции со стороны вина, сдавшего свои позиции во время «кризиса филлоксеры», брассери обрели второе дыхание и познали огромный успех.

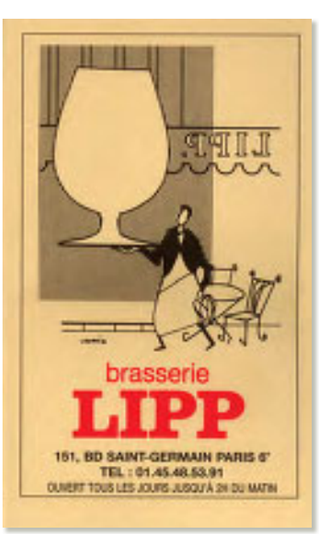
Извлекая выгоду из притягательности подаваемого в них пива, они заняли лучшие места в европейских столицах: в Германии, Бельгии и во Франции. В развернувшейся между ними бешеной конкуренции они не гнушались никакими средствами. В результате брассери превратились в выставки изящных искусств.

В наши дни достаточно заглянуть в некоторые из этих заведений, чтобы ощутить себя в живом музее прикладного искусства. Посещение самой старинной брассери Парижа – Bofinger – напоминает посещение оперы или драматического театра. Вы присутствуете на спектакле, в роскошной обстановке созерцаете балет официантов под аккомпанемент кухни, не допускающей ни единой фальшивой ноты.

До сих пор здесь подают пиво с квашеной капустой «шукрут». Но вино сумело взять реванш. Современные брассери сделались стражами винных традиций, посланцами терруара, кравчими виноградников. Здесь стоит отужинать как ради антрекота «метрдотель», так и впечатляющего блюда с дарами моря, которого вам хватит на целый вечер в сопровождении нескольких бутылок Сансера. Короче говоря, в брассери можно провести немало времени, не потратив его зря и получив громадное удовольствие.

ЧТО ЗДЕСЬ ПЬЮТ?

Брассери – буржуазное место, где блюдут традиции и пристально следят за качеством. Винная карта брассери должна, в первую очередь, выглядеть столь же классической, как пьеса Мольера. Но рядом с высокими винами из прекрасных уголков мира следует выделить пространство винам от мелких производителей, сопровождающим блюда терруара. Великие коньяки и престижные кюве шампанского также не останутся на вторых ролях. Теплые отсветы высоких крепких напитков и искрящиеся хрустальные бокалы будут перекликаться с золотыми бликами чудесных декораций.



Глава
1.4

Винные бутики

Винный бутик можно рассматривать не более и не менее, как посольство вина. Просто открыв его дверь, неважно, в Москве, Нью-Йорке или Лондоне, смена обстановки гарантирована. Как бы ни был мал бутик, посетитель чувствует, как расширяются его горизонты.
Роль бутиков в распространении общей культуры потребления вина огромна. Следует признать, что в этом отношении они ничуть не уступают ресторанам. В этих заведениях, полных очарования и знаний, сомелье оказывается более чем на своем месте. От него будет зависеть направление политики бутика. А первоочередная задача – продажа вин – зачастую составит лишь часть общей деятельности заведения.

Особенная клиентура

Бутики редко довольствуются обслуживанием лишь местной клиентуры или случайных посетителей, которые, торопясь на вечеринку, останавливаются пополнить запас напитков. Для подобных клиентов существуют круглосуточные супермаркеты.
Бутики привлекают другую категорию покупателей. Тот, кто любит вино, интересуется напитками и ищет выдающиеся наименования, без сомнения, станет посетителем и клиентом винного бутика.
Бутики – это место для любителей, тех, кто готов предоставить вину достойное место на столе, неважно, дома в одиночестве или в кругу друзей.
Любитель ищет, в первую очередь, ассортимент, отличающийся от предлагаемого в супермаркете. За более редкие и аутентичные вина, которые продает с бóльшим знанием дела лучше информированный персонал, он готов заплатить несколько дороже, но уйдет обнадеженный и довольный своим выбором. Посещение бутика станет для него, скорее, отдыхом, чем обязанностью.
Если затем он пожелает «продолжить знакомство», получить новую информацию, повысить культурный уровень, создать собственный погреб, поучаствовать в дегустациях, познакомиться с виноделами, о

В бутике Cavestève вино окольцовано современностью. Его управляющий Антуан Борже – давний друг прославленного шеф-повара Ги Савуа, и их объединяет общее видение гастрономии юго-запада Франции. После недавнего обновления бутик сделался одним из самых модных в Париже. В отличие от привычных бутиков-погребов со старинной кладкой, лозами и бочками, Cavestève способен вызвать шок у традиционалистов, но повергает в восторг эстетов и «богемную буржуазию» Парижа, которая проявляют все больше интереса к вакхическим продуктам, но не любит слишком усатых сомелье. В результате бутылки превращаются в элемент оформления в стиле хай-тек, будто их загрузили на борт космического корабля, с температурой, поддерживаемой в пределах половины градуса, со специально выверенным освещением, чтобы не испортить вино за время неподвижного перелета. Дабы не напугать посетителя слишком обширным выбором, ассортимент вин умерен, хотя бутылок типа «магнум» больше, чем обычно. Особое внимание уделено предоставлению информации о сочетании вин с блюдами. В бутике также продаются продукты терруара: фуа гра, конфи из гусятины и утки. В конечном счете, этот «космический корабль» никогда не теряет связь с Землей.

BORDEAUX - SUD OUEST

BERRY BROS & RUDD: СТАРЕЙШИЙ БУТИК АНГЛИИ

В центре Лондона на Сент-Джеймс стрит расположился старейший бутик Англии, почтенный возраст которого подчеркивают бесстрастные свидетели – последовательные слои краски, наложившиеся на древний фасад подобно геологическим пластам. Достаточно зайти в это место культа, чтобы заметить множество деталей, связывающих Berry Bros & Rudd с историей. Средневековые весы, на которых позволяли бесплатно взвеситься всякому, покупавшему вино, – VIP-обслуживание того времени, или висящий в рамке на стене документ, сообщающий о потере 69 ящиков вина во время крушения «Титаника» – подтверждение собственности, которое может превратиться в золото, если из океана извлекут бутылки.

Лавка, открытая в 1698 году, первоначально торговала кофе, чаем, табаком, индийскими пряностями. Благодаря своему расположению на пути в королевский дворец, она стала официальным поставщиком Двора. С тех незапамятных времен бутик привлекает самую элитарную клиентуру Англии.

Джентльмен XVIII века, к своему несчастью перенесенный в наши дни, поначалу не заметил бы существенных изменений во внешнем облике и внутреннем убранстве бутика. Но, получив приглашение посетить интернет-сайт, он осознал бы всю меру произошедших перемен: помимо подписки на новости (с помощью простой регистрации адреса его электронной почты) и курсов дегустации, ему предложили бы заказать вина en primeur, виртуальное путешествие на виноградники и дегустационные комментарии к винам более 5000 наименований.

И, наконец, вызвав большое уважение своей манерой одеваться и винтажными карманными часами, он получил бы предложение принять участие в знаменитом Cellar Plan, позволяющем делать инвестиции в вино и спекулировать на ценах Гран Крю. «Пейте и богатейте, пользуйтесь 300 годами нашего опыта!» Есть, от чего почувствовать себя в Раю. Но не стоит торопиться. Сверив цены, которые, впрочем, не выше, чем в других местах, наш джентльмен осознал бы, что он все еще на этом свете.

которых он читал в журналах, то все это бутик может для него организовать.

Таким образом, распахнувший свои двери бутик становится притягательным культурным центром. Он призван внушать любовь к вину своим клиентам, которых он будет холить и лелеять.

Роль сомелье

В том, что касается вина, основную роль в бутике, разумеется, исполняют один или несколько сомелье. От них требуются чрезвычайно продвинутые знания, поскольку обязанности разнообразны и могут оказаться непростыми, хотя и интересными.

Сомелье должен уметь вдохнуть жизнь в деятельность бутика и придать ему динамику по нижеследующим направлениям.

• **Организация курсов дегустации.** Их предлагают практически все бутики. Некоторые из них идут еще дальше и приглашают виноделов, словно авторов книг, самих представлять свои вина.

• **Работа с ресторанами.** Бутик может взять на себя роль консультанта по винам для ресторанов, которые не имеют на это времени или соответствующих специалистов. Так, он может заняться составлением карты вин, организацией погреба, обучением официантов и т.д.

• **Налаживание отношений с важными клиентами.** VIP-клиенты и покупатели с большими доходами будут рады удовлетворить свою страсть к вину на самом высоком уровне. Их необходимо проконсультировать, как отобрать великие вина, как заложить их на хранение и при случае помочь им соорудить свой винный погреб. Некоторые бутики не только помогают клиентам выбирать вина, но и наподобие банков хранят их в своем погребе, гарантируя лучшие условия температуры, влажности и сохранности, а также периодически извещают клиента об эволюции его «капиталовложений».

• **Исполнение частных заказов.** Например, найти вино года урожая, соответствующего году рождения. Или, как это часто делается в Лондоне, организовать все, что касается напитков, для праздника или приема: доставить бутылки (sale & return – с возвратом невыпитых), дать напрокат бокалы, предоставить лед и т.п. Такая деятельность побуждает бутик заниматься поиском клиентуры как среди частных лиц, так и среди организаций.

• **Многие бутики по всему миру направляют своих представителей на продажи en primeur,** например, в Бордо. В этом случае для своих VIP-клиентов

сомелье на выгодных условиях покупает молодые вина, которые он сочтет наилучшими.

• **Некоторые бутики специализируются на разнообразных крепких напитках:** коньяках, арманьяках, односолодовых виски, роме, кальвадосе, граппе и т.д., а также на сигарах или даже на кофе и чае.

• **Разумеется, бутики имеют собственные сайты в Интернете,** позволяющие ознакомиться с новостями виноградников, будущими дегустациями, визитами виноделов и т.д.

• **Некоторые бутики организуют экспозиции и выставки картин и скульптур,** дабы придать своей деятельности еще более культурный антураж и привлечь новую публику.

• **Ресторанное дело тоже не остается в стороне.** В бутиках, с их неповторимой атмосферой вина, можно организовывать ужины. Помимо коммерческой стороны дела (необходимо заполнить зал), сомелье должен подобрать вина к блюдам постоянного или приглашенного по этому случаю шеф-повара и комментировать их по ходу ужина.

• **Наконец, в бутике присутствует собственная карта.** Это прайс-лист, который содержит информацию о характере вин, их потенциале старения, винификации… Короче, все сведения, необходимые любителю. Это главный документ, служащий основой всей деятельности сомелье бутика.

Дверь в сказочный мир вина

Бутики могут сделаться настоящими клубами вина, объединяющими все более многочисленных любителей, а поле их деятельности поистине безгранично. От персонала бутика требуется высокий уровень компетентности и целеустремленность, которая поможет выполнить многогранную и захватывающую работу, превращающую бутик в открытую дверь мира вина.

Винные бутики в Сент-Эмилионе (вверху) и в Лондоне (справа).

ЧАСТЬ 2-я

Профессия Сомелье

2.1. Сомелье
Ответственная должность
82

2.2. Бокалы и аксессуары сомелье
104

2.3. Теория дегустации
118

Глава
2.1

Сомелье

ОТВЕТСТВЕННАЯ ДОЛЖНОСТЬ

Сомелье или тот, кто хочет им стать, сможет найти в этой главе различную информацию, необходимую для овладения этой профессией. Но сколь полными не казались бы эти сведения, они далеко не отражают всего объема знаний, которые потребуются в процессе работы.

Помимо теоретических знаний о вине, основных представлений об энологии, изучения науки о дистилляции, обладания дегустационными способностями и практическими навыками ресторанного дела, профессия сомелье требует широчайшего спектра умений. В своей практической ежедневной работе сомелье будет поочередно закупщиком и продавцом, консультантом и управляющим, техником и инструктором, но все это время он будет, прежде всего, учеником.

Сомелье больше, чем кому-либо другому из ресторанных служащих, необходим обширнейший круг знаний, которые, разумеется, должны приносить прямую выгоду ресторану. Как и во всех профессиях, связанных с гостиничным и ресторанным делом, эти знания по большей части приходят с опытом работы.

Сомелье живет, мыслит и действует в постоянно развивающемся окружении. Идет ли речь о блюдах шеф-повара или годах урожая, винах или крепких напитках, о столовой посуде, о поставщиках или об изменениях в законодательстве, сомелье обязан анализировать всю поступающую информацию, все новые тенденции и тренды.

Он должен всегда точно исполнять и предугадывать желания своих клиентов. Таким образом он станет членом побеждающего коллектива, который обеспечивает ресторану конкурентоспособность.

Следует упомянуть еще один, часто замалчиваемый аспект деятельности сомелье: он должен обязательно вписываться в коллектив ресторана. Поэтому несравненные возможности для дальнейшей работы предоставляет предварительная практика в зале в качестве, например, официанта или метрдотеля.

ФУНКЦИИ СОМЕЛЬЕ

Сфера деятельности

- *Закупки, снабжение*
- *Размещение материала и напитков*
- *Взаимоотношения с клиентурой*
- *Рекомендации в выборе напитков, продажа*

ОСНОВНЫЕ ОБЯЗАННОСТИ

ЗАКУПКИ, СНАБЖЕНИЕ	КОММЕРЦИЯ (СОВЕТЫ, ПРОДАЖА и ПОДАЧА)	КОНТРОЛЬ, УПРАВЛЕНИЕ, ОРГАНИЗАЦИЯ ЖИЗНИ КОЛЛЕКТИВА
задачи		
1. Определение потребностей 2. Отбор поставщиков 3. Участие в закупках 4. Складирование напитков	1. Составление и обновление средств продажи (карты напитков) 2. Консультирование клиента при выборе им напитков, определение его потребностей 3. Прием заказа 4. Подготовка напитков и их подача	1. Контроль и прием поставок 2. Анализ продаж 3. Контроль над складскими остатками 4. Руководство подчиненными, их обучение
средства достижения		
• анализ продаж и временных потребностей • учетная ведомость запасов на складе • прогноз продаж • складские возможности • бюджет и закупочная политика • перечень поставщиков • прямой поиск (посещение виноградников, выставок, дегустаций)	• средства продажи: меню, винные карты, карты дижестивов... • бланки заказов от клиентов • оборудование и материал, позволяющие подчеркнуть достоинства напитков и престиж ресторана	• коммерческая и бухгалтерская документация • компьютер для создания баз данных или регистрационный журнал • учет реальных остатков • сборник действующих законов (о гигиене, безопасности и т.д.) • постоянное повышение квалификации
самостоятельность, ответственность		
Полная или частичная самостоятельность в рамках предоставленного бюджета в зависимости от политики закупок. Полная ответственность за контроль над закупками	Полная самостоятельность в информировании и консультировании клиентов и создании доверительных отношений. Ответственность за подачу напитков во взаимодействии с другими секторами заведения	Полная самостоятельность в руководстве своими подчиненными. Тесное сотрудничество с вышестоящими лицами в управлении запасами напитков
ожидаемые результаты		
Выбор качественных напитков, соответствующих желаниям клиентуры. Повышение ценности вин (постоянное расширение их разнообразия, повышение качества) для удовлетворения клиентуры	• Соответствие оказанных услуг ожиданиям клиентуры и уровню заведения • Эффективность • Согласованность и непрерывность сервиса • Оптимизация продаж	Оптимизация коммерческой политики заведения. Уважение запланированного бюджета. Установление благоприятного рабочего климата при соблюдении профессиональной этики

По материалам брошюры «Brevet professionnel. Sommelier», Министерство образования Франции

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ДОЛЖНОСТИ СОМЕЛЬЕ

Сомелье – это профессионал ресторанного дела. Он предлагает клиентам напитки, дает советы по их выбору и обеспечивает их подачу. Он закупает напитки, заведует ими и занимается их продажей.

КОМПЕТЕНЦИИ СОМЕЛЬЕ

ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

Сомелье дает советы клиентам, продает напитки, обеспечивает их подачу, руководит своими подчиненными, постоянно заботясь об удовлетворении потребностей клиентуры и оптимизации продаж.

УМЕНИЯ и СПОСОБНОСТИ

В соответствии с действующим законодательством, отведенным бюджетом, требованиями гигиены и коммерческой политикой заведения.

ОРГАНИЗАЦИЯ

1. Определение потребностей в персонале, работающем с напитками, в зависимости от уровня ресторана, его кухни, клиентуры.

2. Определение потребности в инвентаре, необходимом для хранения, представления, продажи и подачи напитков. Работа с его поставщиками.

3. Участие в закупках напитков. Участие в подборе вина и выборе его поставщиков. Дегустация образцов.

4. Составление карты вин и других напитков, а также других материалов по их продаже и продвижению.

5. Обустройство погреба и других мест хранения вина.

6. Распределение обязанностей. Определение функций и задач персонала, разработка рабочего графика.

УПРАВЛЕНИЕ и КОНТРОЛЬ

1. Выбор напитков и контроль над закупками. Анализ дегустационных комментариев. Рассмотрение коммерческих предложений, прайс-листов, условий поставок.

2. Контроль над поставками. Проверка размещенных заказов и товарных накладных. Проверка соответствия между заказанным и поставленным товаром. Предъявление претензий к поставщикам. Обеспечение правильного хранения напитков.

3. Оптимизация, подбор и продвижение напитков. Адаптация ассортимента напитков к запросам различных служб заведения, условиям рынка и требованиям клиентуры. Анализ рынка и конкуренции. Акции по продвижению напитков. Выработка плана продаж и анализ результатов продаж разных напитков.

4. Анализ продаж. Сбор и анализ информации о продажах за конкретный период и по всем точкам заведения. Предложение решений по их оптимизации и приведение их в действие.

5. Инвентаризация и контроль над запасами. Ведение отчетности о хранимых на складе напитках либо в электронном виде, либо на бумажных носителях.

ИСПОЛНЕНИЕ

1. Дегустация напитков. Дегустация с целью закупки. Контроль над эволюцией вина, хранящегося в погребе или на складе. Гармонизация сочетаний напитков и блюд.

2. Обновление карты напитков с учетом их наличия на складе. Включение новых продуктов и информации о специальных акциях. Актуализация цен.

3. Размещение инвентаря для представления, продажи и подачи напитков. Подготовка необходимых бутылок. Проверка и поддержание материала в рабочем состоянии и чистоте.

4. Прием заказов на напитки, их подача. Представление карты напитков. Оформление заказа. Подготовка напитков. Подача напитков с учетом их специфики (декантация, аэрация). Сервировка напитков вплоть до ухода клиентов. Уборка напитков со стола.

5. Организация заключительной части сервиса. Подача сигар
Чистка и уборка инвентаря и аксессуаров, служащих для сервировки напитков.

ОБЩЕНИЕ с ЛЮДЬМИ и ПРОДАЖА

1. Интеграция, организация жизни коллектива. Формирование сплоченной команды. Придание ей импульса. Организация дегустаций и других мероприятий. Предложение обучения для повышения квалификации.

2. Встреча клиентов. Установление контакта с клиентом. Обеспечение удовлетворения требований клиента.

3. Консультирование клиентов. Определение потребностей клиента (его вкуса, финансовых возможностей, особенностей конкретного события). Ориентация его выбора. Использование точного языка, понятного клиенту. Использование убедительных и побуждающих аргументов. Обеспечение хорошего сочетания блюд с винами.

4. Оптимизация продаж, привлечение и закрепление за собой клиентуры. Персонализация отношений клиент/сомелье. Установление доверительной атмосферы. Придание большого значения имиджу заведения. Стимулирование интереса клиента.

По материалам брошюры «Brevet professionnel. Sommelier», Министерство образования Франции

MARTELL
COGNAC
J.Martell
MARTELL
XO
COGNAC
Создай свой мир
MARTELL XO
ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

Портрет
СОМЕЛЬЕ

Филипп Фор-Брак

БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПРОФЕССИЯ: СУДЬБА

BISTROT DU SOMMELIER, ПАРИЖ

Мне представлялось, что я хорошо знал Фор-Брака еще до нашей встречи. Дело в том, что Филипп Фор-Брак – сомелье и ресторатор – успевает повсюду. Он самый медиатизированный человек вина во Франции.

Фор-Брак выглядит спокойным, тихо дожидающимся того дня, когда заложенное им в погреб Vosne-Romanée достигнет своего апогея. Впечатление, несомненно, обманчивое. Терпение хорошо для вина, но не для людей, которые, в отличие от гран крю, не имеют впереди вечности. И Филипп Фор-Брак за своей косматой бородой прячет решимость человека, перегруженного делами.

Вчера он участвовал в интернет-конференции, завтра ему предстоит запись его еженедельной передачи на радио «Бизнес ФМ», посвященной винам. На прошлой неделе он почтил своим присутствием вечерний выпуск новостей, помогая телезрителям подобрать вино к предстоящему празднику. В конце концов, он отозвался на мою просьбу об интервью ответом по электронной почте в половине третьего утра. Подозреваю, что ночь он использует для решения текущих дел. Этого ли он ожидал, решив стать сомелье? Кстати, а как он овладел этой профессией?

«Благодаря труду. Я родился в Бриансоне, в Альпах, в семье владельца ресторана. Моя бабушка, повариха, очень рано научила меня различать вкус и запах. Поэтому вначале я решил стать поваром. Что до вина, то с 16 лет я начал размышлять о том, каким напитком лучше сопроводить то или иное блюдо. Меня тогда сразу же поразило влияние вина на восприятие вкуса. В те времена еще не говорили о сочетаниях».

Именно таким путем Филипп Фор-Брак пришел к профессии сомелье, предпочтя жидкое твердому, но так и остался ресторатором.

«КАРЬЕРА РАЗВИВАЕТСЯ САМА СОБОЙ, ГЛАВНОЕ НЕ ОШИБИТЬСЯ В ВЫБОРЕ. А ВАЖНЕЕ ВСЕГО – ЛЮБИТЬ ВИНО, УВАЖАТЬ ЕГО И УМЕТЬ ПРОДАВАТЬ, ИНАЧЕ ОСТАЛЬНОЕ НЕ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЯ»

«Для того чтобы стать главой предприятия, необходимо, в первую очередь, научиться превосходить самого себя. Ничто так не вырабатывает ответственность, как легкий выброс адреналина от страха увидеть пустой зал, который можно сравнить с чистым листом бумаги».

Большинство лучших сомелье мира стремятся устроиться в самые известные рестораны. А Филипп Фор-Брак уже был владельцем ресторана с восьмилетним стажем, когда в 1992 году в Рио, в Бразилии, он получил высший титул Лучшего сомелье мира, который изменил его жизнь, но не привычки.

Филипп никогда не покинет Bistrot du Sommelier, которое он основал уже в 24 года. Он не хочет быть в долгу ни перед кем. Блестящий мир вина и ресторанов полон опасностей. Для начала необходимо укрепить тылы.

Цель достигнута: его ресторан сделался, как говорят, царством парижской, а то и всей французской энологии. Лабораторией вакхических идей, исследовательским центром. Но это также тыловая база, с которой Филипп бросается в свои энологические атаки через средства массовой информации. Последняя из них – книга «Как пробовать вино». Может быть, его нёбо сделалось вместилищем для слов, потому что он пробовал столько великих вин? Во всяком случае, когда Фор-Брак говорит о винах и сочетаниях с блюдами, его слова льются, подобно глоткам Петрюса. В обширной литературе, посвященной виноделию, его труды – одни из лучших. Об этом свидетельствуют точность анализа, описаний и разумный подбор слов, присущие настоящему писателю.

Фор-Брак – первый публичный сомелье, умеющий держаться на авансцене. Его появление – счастье для профессии, достойной сиять, а не таиться в тени погреба. Он первый и, несомненно, единственный сомелье, который обзавелся собственным пресс-атташе. Его книги – орудие воспитания Франции, которая утрачивает свои ориентиры в виноделии, забывает собственные корни. И Франция многим ему обязана. В своем ресторане он обучил более ста молодых людей, передав им свои ценности. Он поставил свою известность на службу любимой профессии, которая так много ему дала. Своих учеников он призывает к скромности: *«Карьера развивается сама собой, главное не ошибиться в выборе. А важнее всего – любить вино, уважать его и уметь продавать, иначе остальное не имеет значения».*

Размышляя о своей профессии, он отмечает, что многое в ней изменилось, но не основы. Не меняются требования к обслуживанию, соблюдению определенных традиций. Но ресторанный мир вокруг переживает потрясения. *«Произошел переход от вина для запивания пищи к вину для удовольствия, вину, подаваемому бокалами. А главное, современные клиенты действительно знают толк в винах. И в очень многих винах, из всех областей, из всех стран. И последнее: в том, что касается сочетаний, сегодня догм больше не существует. Можно делать все, что вздумается, при условии, что это будет вкусно».*

А что предложит Филипп Фор-Брак, если в его ресторан зайдет поужинать президент России?

«Классику, но с определенной изюминкой. Например, я открою ему вина Кот-Роти. А затем, если он пожелает белого вина, то в виде сюрприза я подам ему аквитанскую черную икру в сопровождении белого Лавиль О-Брион. И икра, и Лавиль О-Брион обладают легким ореховым привкусом, так что прекрасно взаимодействуют. Мир от этого не перевернется, а президент останется доволен».

Подготовка к аперитиву в парижском бистро La Cantoche.

Для Эрика Бомара, директора и сомелье ресторана Le Cinq, расположенного в парижском отеле-дворце George V, сомелье, в первую очередь, обязан приносить ресторану прибыль. И его должность должна быть рентабельной.

Сомелье: профессия, предъявляющая высокие требования

Сомелье редко становятся случайно. Конечно, сначала нужен удачный момент, но затем потребуется врожденная склонность к профессии. Могучая сила воли и постоянный труд, умение не впадать в уныние, позволят, наконец, преодолеть последние препятствия, которые не замедлят появиться.

Кроме того, хороший сомелье – это, прежде всего, грамотный управленец, получающий радость от ежедневного и постоянного контакта с клиентами. Он должен разбираться в практике столь же хорошо, как и в теории. Вести себя с поставщиками, как требовательный покупатель, а с клиентами – как благосклонный продавец.

Единство и борьба противоположных качеств составляют одну из главных трудностей профессии и одновременно одну из ее радостей: умение «превзойти самого себя».

Хороший сомелье, как и великое вино, с возрастом становится только лучше

Считается, что стать хорошим сомелье можно за десять лет. К счастью, если иметь склонность к профессии и обладать свободомыслием, работая при этом в ресторане, поощряющем самовыражение, и пользуясь разнообразной информацией, можно уложиться и в пять лет.

Знание вин и крепких напитков

Знания сомелье зависят от его амбиций. При этом следует заметить, что глобализация отнюдь не облегчает его работу. Если несколько лет назад знания сомелье распространялись на одну или максимум на пять стран, то сегодня они разрослись до масштабов целой планеты. Можно ли в наше время действительно знать все вина мира? Конечно, но при выборочном подходе и постоянном отслеживании новой информации. И, так или иначе, при тщательном изучении всей внесенной в винную карту продукции знания сомелье станут универсальными.

Каким должен быть сомелье

Далее приводится далеко не полный перечень качеств, делающих сомелье действительно достойным этого звания. (Некоторые из них рассматриваются более подробно в главе, посвященной продажам). Этот перечень поможет сомелье определить те области, которые являются его слабыми местами. Самое трудное, без сомнения, – осознать пробелы в

ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

МЫ ВЫДЕРЖИВАЕМ НАШ ВИСКИ ДВАЖДЫ*

ТАК МЫ ДОБИВАЕМСЯ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОЙ МЯГКОСТИ ВКУСА

DEWAR'S 12 ЛЕТ [ДЮ́АРС]

ВИРТУОЗНЫЙ КУПАЖ
С 1846 ГОДА

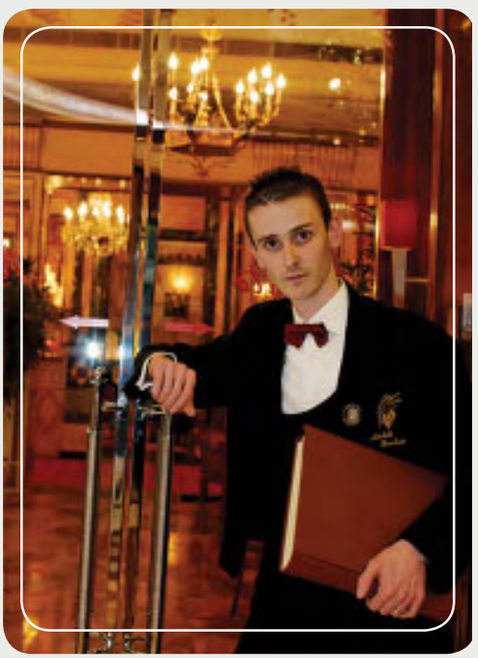
*Двойная выдержка – специальная технология, по которой после отбора лучших односолодовых и зерновых виски, самому молодому из которых 12 лет, полученный купаж снова помещают в бочки и выдерживают в течение года.

Портрет
СОМЕЛЬЕ

Микеле Гарбуйо

«УМЕТЬ ПРОДАВАТЬ, КАК ТОРЕРО УМЕЕТ УБИВАТЬ»

ОТЕЛЬ PRINCIPE DI SAVOIA, МИЛАН



Стройный и тонкий, похожий на птицу Микеле Гарбуйо порхает между столиками, источая профессионализм. Он напоминает описанного Хемингуэем в «Смерти после полудня» тореро, с длинной шеей и бесконечными руками, который должен был в большей мере, чем кто-либо другой, выработать свой стиль. И когда у него это получилось, он превзошел всех остальных матадоров. Таков и постоянно сконцентрированный на своих движениях Гарбуйо, сомелье до самых кончиков своих длинных пальцев, позаимствовавший к тому же поговорку у матадора: по его мнению, сомелье должен уметь продавать примерно так же, как тореро – убивать. Ресторан – арена, а искусство – всего лишь обрамление эффективности.

Микеле Гарбуйо трудится в гастрономическом ресторане Acanto при отеле Principe di Savoia. Волшебное место, где останавливаются мировые «звезды» и собирается весь миланский джет-сет. Дабы подобные посетители не изменили своей привычке, приходится постоянно обновлять карту, вводить в нее новые вина, способные удивлять ничему не удивляющуюся публику. Что Микеле и делает, причем талантливо.

В момент нашей встречи Микеле Гарбуйо завоевал титул Лучшего сомелье Италии. Весь отель только и говорил, что об этом его подвиге, гордясь обладанием новой звездой. Микеле – достойный участник состязаний, специалист в своей области. На поверхности Земли не должно остаться ни одного гектара виноградника, о существовании которого он бы не знал. Он один из тех сомелье, которые изначально берут верх над собратьями по профессии, подавляя их своими теоретическими познаниями. Он напоминает Жака Пагеля виноградников, способного сориентироваться в винодельческом хозяйстве Кло де Вужо, даже никогда там не побывав.

На Микеле Гарбуйо можно спокойно положиться, невзирая на его молодость. Его наставником был великий и легендарный Джино Нарделла, сомелье лондонского «Стаффорд Отеля». Кроме того, конкуренция сурова, а Италия не испытывает недостатка в талантах. И если после поздней миланской вечеринки, возвращаясь, разумеется, в сюит отеля Principe di Savoia, вы заметите свет в окнах ресторана, это не значит, что он открыт. Это просто Микеле сидит над своими книгами.

своих знаниях. Тем не менее, это первый серьезный шаг на пути к профессиональному росту.

• **Сомелье должен обладать достаточной физической выносливостью, ведь он работает «стоя».** Иногда рабочий день оказывается слишком долгим. Можно только посоветовать уделять больше внимания гигиене жизни и избегать перегрузок. В идеале сомелье должен быть некурящим.

• **Сомелье обязан иметь соответствующую выправку и быть элегантным.** Сомелье не нужно походить на голливудского актера, но он должен следить за своим внешним видом и мимикой. В своем лице сомелье представляет ресторан.

• **Его одежда должна соответствовать стилю ресторана.** В наше время разнообразные варианты униформы соперничают друг с другом в стиле и элегантности. Красиво одетый сомелье, в удобном костюме, идеально на нем сидящем, привлекательный на вид и чувствующий себя комфортно, имеет больше шансов на хороший уровень продаж и заранее внушает доверие клиентам.

• **Сомелье следует строго соблюдать требования личной гигиены.** Это правило является основополагающим.

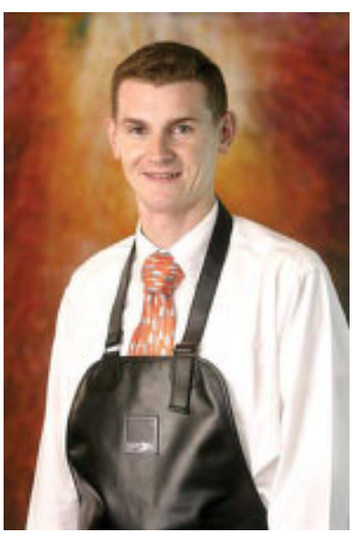
• **Сомелье обязан следить за своей речью.** Работа сомелье состоит в общении, поэтому он должен тщательно подбирать слова. Из его лексикона должны быть исключены проблемные слова и слишком резкие или двусмысленные выражения. Существенно облегчить эту задачу помогут тренинги по продажам, заранее составленная аргументация и заготовленные ответы с тщательно отработанным произношением.

• **Сомелье должен быть ловким и с легкостью манипулировать бутылками и аксессуарами.** Вообще в этом отношении у сомелье редко возникают проблемы. Но иногда встречаются компетентные и вполне добросовестные персонажи, искушенные во всем, что касается профессии сомелье, но, к сожалению, исключительно неловкие. Опыт повседневной работы вкупе с занятиями спортом, развивающими координацию движений, позволит естественным путем исправить данный недостаток у наиболее ценных сотрудников.

• **Сомелье должен быть физиономистом и обладать хорошей памятью.** Память его не должна ограничиваться знанием великих вин и редкостных годов урожая, она обязана быть еще и практичной, чтобы, например, запоминать вкусы постоянных клиентов.

ДРЕСС КОД СОМЕЛЬЕ

Можно отметить, что после выхода в свет фильма «Матрица» черный наряд Нео получил распространение в ресторанный кругах. Образ сомелье с ниспадающими в стакан усами в глубине сумрачного погреба сомнительной чистоты больше не актуален. Сегодня сомелье появляются рядом с законодателями моды. Они должны идти в ногу со временем. Если они предлагают бутылки вина 40-летней выдержки, это совсем не значит, что одеваться они должны, как наши деды.
Предлагаем вашему вниманию взгляд на классическую форму, которую носят сомелье престижных ресторанов, в частности, при гостиницах класса люкс:
• Черные кожаные ботинки на шнуровке
• Тонкие черные носки. (Ни в коем случае не белые!)
• Белая рубашка
• Бабочка или галстук
• Черные брюки
• Черный кожаный ремень
• Длинный черный фартук
• Черный жилет
• Черный спенсер.
Сомелье должен всегда держать в карманах ручку, нож сомелье, сложенную треугольником салфетку и спичечный коробок (с одной выглядывающей из него спичечной головкой). Эти вещи должны всегда лежать на своих местах, чтобы сомелье постоянно был наготове и не шарил по карманам перед клиентами в поиске необходимого предмета.



Длинный черный кожаный фартук – униформа сомелье Томаса Шайта из ресторана Spoon Алена Дюкасса.

«ПРИОБЩАТЬ ТЕХ, КТО ПРИХОДИТ К НАМ, К МОМЕНТУ РАДОСТНОГО ЧРЕВОУГОДИЯ И БЛАГОДАРЯ ПРОСТЫМ СЛОВАМ ВЫЗЫВАТЬ У НИХ ЖЕЛАНИЕ ПОЗНАТЬ ВИНО. БЫТЬ НАДЕЖНЫМ ЗВЕНОМ, СОЕДИНЯЮЩИМ ВИНО, ПРОИЗВОДИТЕЛЯ И ПОТРЕБИТЕЛЯ»

КАТРИН АРНО-ВЮЛЕН О СВОЕЙ ПРОФЕССИИ
СОМЕЛЬЕ ОТЕЛЯ «БРИСТОЛЬ», ПАРИЖ

Мария Небу, сомелье отеля Château de l'Yeuse (слева), Коньяк.

Сервировка шампанского в ресторане Bibendum (справа), квартал Челси, Лондон.

• **Ему должна быть свойственна живость ума.** В самом деле, сомелье должен быть готов ответить на любые вопросы клиентов и выпутаться из любой ситуации. Он должен быть способен всегда придумывать нечто новое и уметь удивлять.

• **Сомелье должен быть психологом.** Разумеется, это одно из главных требований к сомелье. Ему следует подходить к каждому клиенту индивидуально, понимать его требования и уметь отвечать на его запросы, предлагая напиток, соответствующий его платежеспособности.

• **Желательно, чтобы сомелье владел хотя бы одним иностранным языком.** Для одних ресторанов данное условие обязательно, для других – желательно.

• **Сомелье должен быть всегда к услугам клиентов, вежлив, доброжелателен, уважителен.** Работа с людьми требует немалой чуткости: сомелье должен быть деликатен и скромен.

• **Сомелье требуются сила воли и твердость.** На ошибках учатся. Путь до идеального обслуживания долог, но не следует падать духом. Каждая совершенная ошибка при ее анализе станет источником прогресса.

• **Сомелье должен быть честным.** Впрочем, это само собой разумеется и в равной степени касается всех, включая клиентов.

• **Во время обслуживания клиентов никакого курения! В рабочее время – никакого алкоголя** (за исключением профессиональных обязанностей). Как на эту тему высказался сомелье отеля George V Эрик Бомар: «Если выпивать понемножку каждое утро, есть риск вскоре не суметь без этого обойтись». Поэтому каждую неделю в течение по меньшей мере двух дней следует соблюдать полное воздержание.

СОМЕЛЬЕ ИГРАЕТ АКТИВНУЮ РОЛЬ В УСПЕХЕ ИЛИ ПРОВАЛЕ ТОГО ИЛИ ИНОГО ВИНА. ЕГО МНЕНИЕ ИМЕЕТ РЕШАЮЩЕЕ ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ СУДЕБ СОТЕН ПРОФЕССИОНАЛОВ, КОТОРЫМ ОН ПОМОГАЕТ ЗАРАБАТЫВАТЬ НА ЖИЗНЬ И БЛАГОДАРЯ КОТОРЫМ ОН СУЩЕСТВУЕТ САМ. ПОЭТОМУ ЕГО ЧЕСТНОСТЬ, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И ОБЪЕКТИВНОСТЬ ДОЛЖНЫ БЫТЬ БЕЗГРАНИЧНЫ.

GAGGIA

Портрет
СОМЕЛЬЕ

Дэвид Риджуэй

500 тысяч подданных и один король

Ресторан «Серебряная башня» (La Tour d'Argent), Париж

Для спуска в погреб «Серебряной Башни» используется старинный лифт, который возвращает нас на 100 лет назад и погружает на глубину 20 метров. Толчок: приехали. Приближается внушительная тень. Призрак Оперы? Нет, это Дэвид Риджуэй. Он будет моим проводником при посещении винного погреба, составляющего архитектурный фундамент ресторана. Глубоко врезающийся в набережную Сены, погреб занимает 900 квадратных метров на двух уровнях. «Путешествие к центру Земли». Здесь совсем темно. Жаль, что я не взял прибор ночного видения.

Если бы человек мог получить звание величайшего сомелье всех времен и народов, это был бы Дэвид Риджуэй. Никто бы не осмелился оспорить подобный титул: вот уже 25 лет в этом царстве теней он обладает правом жизни и смерти над почти 500000 подданных, которыми он правит с любовью и уважением. *«Если бы этот погреб должен был обрушиться, я бы похоронил себя здесь, вместе с ним»*, – заявляет он. Я ожидал усмешки, но так и не дождался.

Посещение погреба продолжается. В лабиринте коридоров из бутылок ничего не стоит заблудиться. По крайней мере, от жажды здесь не умрешь. С учетом расхода в ресторане 20000 бутылок в год, вина хватит на 20 лет. Можно продержаться.

«ЕСЛИ БЫ ЭТОТ ПОГРЕБ ДОЛЖЕН БЫЛ ОБРУШИТЬСЯ, Я БЫ ПОХОРОНИЛ СЕБЯ ЗДЕСЬ, ВМЕСТЕ С НИМ»

Погреб «Серебряной башни» – свидетельство беспредельной любви, которую можно испытывать к вину. Кошмар бухгалтера, головная боль финансового директора. Он столь же малорационален, как Собор Парижской Богоматери, на который можно любоваться из огромных окон ресторана. Он подталкивает к тому творческому сумасшествию, которое настраивает на возвышенный лад.

«Разумеется, в наши дни, с учетом цен на вино, подобный погреб создать невозможно», – объясняет Дэвид Риджуэй. – *«Но, поскольку он уже существует, нам не остается ничего другого, как продолжать труд своих предшественников. Но, в отличие от того, что делалось 20 или 40 лет назад, никто уже не закупает все вина подряд. Раньше мы приобретали по 1200 бутылок одного и того же вина. Теперь – редко больше 36. Но ассортимент значительно расширился».* Что, кстати, изрядно осложняет работу 10 или 15 сомелье, которые трудятся под началом Дэвида.

«Самая деликатная часть нашей работы – не закупка вина, а его продажа. В конце концов, закупать довольно несложно. Даже самый бездарный дегустатор может узнать из Интернета, какие вина хороши, а какие – не очень. Но продавать, обеспечивать оборот товара, отслеживать эволюцию каждого из вин – это настоящая работа, и здесь тратится бóльшая часть усилий, учитывая, что наши сомелье молоды, порывисты, и их приходится одновременно обучать и приучать к дисциплине».

Для влюбленного в вино каждая бутылка являет собой чудо. Погреб «Серебряной Башни» напоминает библиотеку всех виноградников Франции и одновременно машину времени. *«Я люблю все вина, заложенные в погреб,* – говорит Дэвид Риджуэй, – *но если говорить о ценах, то самое дорогое наше вино – Романе Конти 1945 года, стоимость бутылки которого переваливает за 20000 евро. В том году производство вина этого наименования не превысило 600 бутылок. Поэтому в мире существует немало подделок, что объясняет наш уровень цен. Но у нас есть вина, составляющие, скорее, историческую, нежели коммерческую ценность. Хорошо, когда подобные вина фигурируют в карте, поскольку это представляет сюжет для коммуникации в СМИ, но мы совершенно не стремимся их продавать, поскольку заменить их будет нечем. Поэтому мы поднимаем цены. И, как ни странно, чем выше мы поднимаем цены на эти вина, тем больше они продаются».*

При этом большинство вин, заложенных в погреб, не испытывают влияния инфляции, которая, как эпидемия, распространилась во внешнем мире. *«Мы стараемся сохранять цены разумными».* Цель достигнута, поскольку некоторые вина предпочтительнее пить по ценам винной карты, нежели покупать их у кависта за углом. Тем самым мы приобретем неслыханную привилегию – решить в обществе Дэвида Риджуэя судьбу вина, которое у нас за столом отправится в последний путь.

КОНКУРСЫ СОМЕЛЬЕ

Значение конкурсов

В карьере молодого человека, который желает повысить свое мастерство сомелье, конкурсы абсолютно необходимы. Они нужны для тех, кто хочет выделиться на фоне конкурентов. В конце концов, как еще можно судить о профессиональных качествах сомелье, если не по результатам конкурса, условия которого максимально приближаются к условиям настоящей работы?

Скромность и амбиции

Кандидат просто обязан воспользоваться конкурсом, чтобы продемонстрировать свои качества. Но прежде чем подать заявку, он должен осознать, что долгая подготовка потребует постоянной тренировки, изучения бесчисленных трудов, практически ежедневных дегустаций, и все это – в придачу к основной работе сомелье, которая сама по себе занимает весь насыщенный день. Следовательно, ему ничего не остается, кроме того, чтобы скромно взяться за дело и преодолеть один за другим все этапы.

В конце пути его ожидает успех, который позволит ему не только повысить профессиональный уровень своей ежедневной работы, но и добиться уважения в коллективе, а также улучшить материальное положение.

Победить страх

Во время конкурса царит огромное напряжение. В конечном итоге это только к лучшему. Боязнь результата, усиленная пониманием высоты ставки, прикованным взглядом жюри и присутствием журналистов, существует, в конце концов, и в привычной обстановке ресторана. Какой сомелье никогда не испытал страха, направляясь к столику?

Сегодня вечером в театре…

Крупные конкурсы все больше напоминают театральное представление с драматическим исходом для одних участников и более обнадеживающим – для других. Для приближения условий конкурса к реальным ресторан часто превращается в театр, где фигуранты, а иногда и настоящие актеры разыгрывают сценки из жизни. Они перевоплощаются в капризных клиентов, изображая хотя и редкие, но весьма правдоподобные ситуации. Например, делают нашпигованный подвохами заказ разных блюд, по-разному сочетающихся с винами, что позволяет членам жюри определить истинные способности каждого сомелье.

После подобных испытаний, напоминающих курс молодого бойца, любой сомелье, победивший или чаще всего побежденный, не может позволить себе ударить в грязь лицом. Потому что труд сомелье – это труд актера: надев костюм, он играет роль – роль самого себя.

Конкурс – одновременно экзамен и тренировка

Кроме вышеуказанных преимуществ, конкурс сам по себе имеет обучающее значение. Участвовавший в конкурсе сомелье лучше своих коллег подготовлен к предстоящим встречам с клиентами ресторана.

Заинтересованность владельцев ресторанов

Рестораторы тоже заинтересованы в подобных конкурсах. Если конкурс серьезен и пользуется солидной репутацией, то хорошие результаты участника – это гарантия его способностей и веский довод для приема на работу. Столь же важно не упустить редкий талант, даже если он и не участвовал в конкурсе.

Содержание конкурса

Содержание конкурса может несколько меняться в каждом конкретном случае. Обычно конкурс включает в той или иной мере следующие элементы.

Теоретические знания

Знание виноградников мира, крепких напитков, ликеров, аперитивных и дижестивных коктейлей, безалкогольных напитков (вода, фруктовые соки, кофе, чай…), умение разбираться в сигарах, знание оптимальных температур и способов хранения и подачи, знание этикеток и законодательства о напитках, умение вести простые бухгалтерские расчеты, общее представление об энологии и виноградарстве.

Все эти знания проверяются с помощью вопросников, содержащих примерно 60 вопросов, требующих точных и кратких ответов. Например: «Каковы площади гран крю Шабли?», «Какой последний винтаж вина Château d'Yquem не был выставлен на продажу?»

Следует отметить, что некоторые вопросы тре-

Не единожды Франция получала награды на конкурсах лучших сомелье мира. На снимке пятерка сомелье – победителей конкурса. Все они с тех пор сделали блестящую карьеру.

буют более развернутых ответов. Кроме того, все чаще встречаются вопросы из гастрономической области, поскольку считается, что сомелье должен быть блестящим знатоком и интерпретатором кухни.

Примеры испытаний для участников

• **За десять минут найти все ошибки**, сознательно допущенные в винной карте.

• **Продегустировать вслепую два вина и несколько крепких напитков.** Это испытание, которого боятся больше всего, тем не менее, не является решающим. Точность описания вина важнее, нежели его распознание. При данном испытании ответы могут быть устными, перед жюри: при этом оценивается не только точность описания вина и его распознание, но и умение в устной форме изложить его достоинства. Это испытание может также проходить и в письменной форме. Участник конкурса описывает органолептические характеристики вина, подкрепляет их аргументацией для покупателя и предлагает возможные сочетания с блюдами.

Практические умения

• **Общение на английском языке.** Данному аспекту уделяется значительное внимание, поскольку сомелье, как правило, работают в престижных заведениях, где часто необходимо владение английским языком. Представление вина, описание его дегустационных качеств, аргументация в пользу его выбора ведутся на языке Шекспира.

• **Декантация.** Серьезное испытание, позволяющее, в первую очередь, составить суждение о ловкости сомелье.

• **Подача вина.** Еще одно испытание, по которому в напряженной обстановке конкурса судят о ловкости сомелье. Часто практикуется подача шампанского, когда требуется разлить бутылку за один прием поровну в 7 фужеров (или в 14 – из бутылки Магнум).

• **Сочетание вин с блюдами.** Теоретическое испытание, проводится либо устно, либо письменно. Проверяется умение конкурсанта предложить аргументированные сочетания.

• **Аргументация при продажах.** Позволяет судить об умении продавать. Испытание может быть связано с сочетанием вин и блюд или с описанием вина в ходе его дегустации.

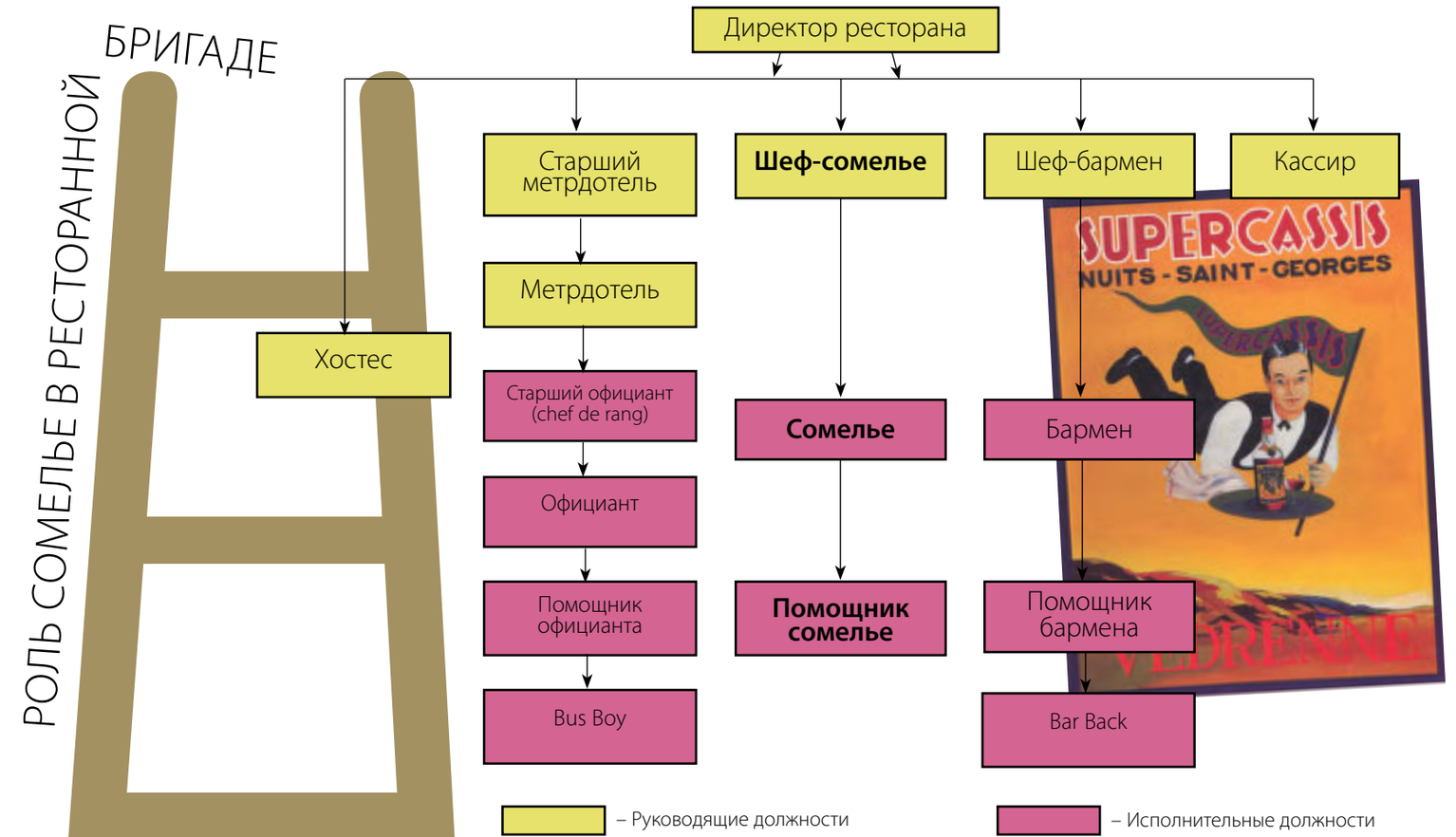
Реже встречаются испытания, касающиеся подачи вин по бокалу, сервировки аперитивов или дижестивов со специальной тележки и т.д.

Цель конкурса – создать условия, максимально приближенные к потребностям ресторана, следуя эволюции профессии.

«МЫ УЧИМСЯ ЕЖЕДНЕВНО»

ЖАН-ЛЮК ПУТО,
ЛУЧШИЙ СОМЕЛЬЕ МИРА 1983 ГОДА.

РОЛЬ СОМЕЛЬЕ В РЕСТОРАННОЙ БРИГАДЕ



ДОЛЖНОСТИ И ОБЯЗАННОСТИ БРИГАДЫ

Директор ресторана (Food & Beverage Manager в гостинице) устанавливает общую политику заведения. Отвечает за функционирование ресторана, занимается планированием закупок необходимого инвентаря и продуктов. Вместе с шеф-поваром разрабатывает меню. Участвует в анализе хозяйственной деятельности и управляет финансами. Руководит персоналом.

Старший метрдотель (Premier Maître d'hôtel) отвечает за оперативную часть работы. Разрабатывает график работы сотрудников. Принимает на работу и обучает обслуживающий персонал. Проверяет готовность зала к приему гостей. Участвует во встрече клиентов. Контролирует счета и расчеты. В случае необходимости может временно заменить директора ресторана.

Хостес (Hostess) – девушка, представляющая дирекцию ресторана. Ее рабочее место часто расположено при входе, где она с улыбкой и приятными манерами встречает клиентов. Она может заниматься резервированием столиков и отвечать за интерьер и оформление зала.

Метрдотель (Maître d'hôtel de rang) отвечает за один или два «ряда» столов (rang – по-французски «ряд»). Встречает клиентов и проводит их к столу. Принимает заказы гостей. Занимается транширование мяса, разделкой рыбы и фламбированием блюд на виду у посетителей.

Старший официант (Chef de rang) руководит официантами и помощниками официантов. Участвует во встрече клиентов и размещении их за столиками. Во время наплыва посетителей занимается подачей блюд. В среднем он обеспечивает обслуживание около 15 гостей. В случае необходимости может заменить метрдотеля.

Официант сервирует столы. Подает напитки и блюда. Убирает посуду. Приносит счета и рассчитывает клиентов.

Помощник официанта. Сервирует столы, чистит инвентарь, взаимодействует с прачечной. Способствует существенному ускорению обслуживания. Берет на себя исполнение тех функций, которые занимают у официанта много времени. Руководит «бас боем».

Бас бой (Bus Boy) участвует в чистке инвентаря, уходе за оборудованием и стирке. Занимается подготовкой зала. По указанию старшего официанта убирает грязную посуду со столов гостей и с сервировочных столиков.

Шеф-сомелье (Chef Sommelier) участвует в закупке вина или руководит ею. Отвечает за управление погребом. Вместе с директором ресторана и шеф-поваром занимается составлением карты вин. Принимает заказы на вино у клиентов. Руководит другими сомелье и помогает им в случае необходимости.

Сомелье (Sommelier) участвует в управлении погреба. Отвечает за материал и оборудование для работы с вином. Занимается продажей и подачей вина и других напитков.

Помощник сомелье (Commis Sommelier) поддерживает в рабочем состоянии материал и оборудование. Убирает погреб. Переносит бутылки из погреба в зал. Приносит необходимый материал (бокалы, декантеры и т.д.).

Шеф-бармен занимается приемом на работу и обучением персонала бара. Составляет график работы, а также карту бара. Отвечает за закупки напитков и оборудования для бара. Занимается подготовкой и продажей коктейлей и напитков. Отвечает за гигиену бара. Активизирует функционирование бара.

Бармен занимается подготовкой бара. Со своим помощником поддерживает бар в рабочем состоянии. Принимает заказы, готовит и подает напитки и коктейли. Может временно заменить шеф-бармена.

Помощник бармена чистит и поддерживает бар в рабочем состоянии. Участвует в подготовительной работе и обслуживании посетителей.

Бар бэк (Bar Back) поддерживает в рабочем состоянии инвентарь и оборудование, чистит пространство позади барной стойки, аксессуары и бутылки, подготавливает ингредиенты для коктейлей.

Портрет
СОМЕЛЬЕ

Марко Пельтье

КАНАДСКАЯ МЕЧТА

РЕСТОРАН TAILLEVENT, ПАРИЖ

Ресторан «Тайван» – один из памятников мировой гастрономии, где стараются удержать столь важное для кухни хрупкое равновесие между традициями и новыми веяниями. Другая достопримечательность ресторана – его погреб. Есть немного погребов, где столь тщательно подбирают ассортимент. Более того, винная карта «Тайвана» может похвастаться соотношением цены и качества, зачастую отсутствующим в подобных заведениях. Интересно привести некоторые высказывания шеф-сомелье ресторана Марко Пельтье.

«Я родом из Канады. Вначале я хотел стать инженером гражданского строительства. Мне было интересно, но не более того. Во время учебы я решил отправиться во Францию на летние каникулы, чтобы подыскать себе сезонную работу. Работу я нашел в Эперне, в Шампани, у одного винодела. Там я немного узнал о вине. Не подумайте, я совершенно не собирался стать виноградарем, но я осознал всю тяжесть этой работы, когда режешь себе пальцы до крови. Впоследствии, по возвращении в Канаду, я искал работу по специальности. Но это продолжалось недолго: с первых же встреч с работодателями я понял, что не создан для строительства. Я хотел заниматься вином. И не мог думать ни о чем другом. Я не стал откладывать дело в долгий ящик и сразу же отправился обратно во Францию. Работал в ресторанах, в бистро. Постепенно, мало-помалу я сделался сомелье. В конце концов, я нашел место помощника сомелье у Мишеля Ростана (ресторан в Париже, две звездочки Мишлен). *Там я проработал четыре года, а затем перешел в «Тайван».*

Будучи канадцем, мне кажется, что я изначально открыт всему миру. Я ввел в карту массу новых вин. Например, австрийские, весьма специфические. Так, сухой Грюнер Вельтинер просто превосходен. Кроме того, я думаю, что если вы заказываете вина из Австрии или других стран, следует предпочесть местные сорта винограда. И не разыскивать всякие Шардоне или Каберне. Ресторан «Тайван» всегда гордился своим погребом. До 1962 года здесь не было сомелье, поскольку владелец ресторана хотел сам заниматься винами. Этот факт хорошо отражает традиции дома. Я сумел вписаться в эти традиции благодаря уважительному отношению к клиенту. Мы ищем вина по доступным ценам и продаем их по таким же доступным ценам. Лично я веду борьбу против дорогих вин. Для ресторана нашего уровня это удивительно, но, тем не менее, это факт. Последний раз я закупил у компании Schlumberger гран крю Рислинг Киттерле 1999 года по 15 евро за бутылку и продаю его бокалами. Где вы еще найдете гран крю по 15 евро за бутылку? Вот, пожалуйста, в Эльзасе.

Работа сомелье значительно изменилась, причем в лучшую сторону. Публика стала лучше разбираться в винах. Пусть она пьет меньше, но хочет знать, что она пьет. Если вы навязываете свои вкусы, то имеете больше шансов ошибиться. Поэтому, прежде чем предложить несколько вин, я всегда задаю ключевые вопросы: «Красное, белое или розовое? Легкое или мощное? (что позволяет составить мнение о платежеспособности клиента) *Имеются ли предпочтения в отношении области происхождения? В сорте винограда? Предпочитаете молодые или выдержанные вина?»*

Благодаря этим вопросам я подхожу к двум–трем взвешенным предложениям, и в результате, хотя я и направлял выбор, у клиента останется впечатление, что он сам подобрал достойную бутылку».

«КАРТУ НАИБОЛЕЕ ХОДОВЫХ ВИН МЫ ВКЛЮЧИЛИ В СЕРЕДИНУ ОСНОВНОГО МЕНЮ. ОНА СОСТОИТ ИЗ 300 НАИМЕНОВАНИЙ. РЕЧЬ ИДЕТ НЕ О САМЫХ ДЕШЕВЫХ ВИНАХ, ЭТО ВЫБОРКА, КРАТКИЙ СПИСОК ВИН НАШЕГО ПОГРЕБА, КОТОРЫЕ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ НАХОДЯТСЯ В НАИЛУЧШЕЙ ФОРМЕ. БОЛЕЕ ИЗОЩРЕННЫЕ КЛИЕНТЫ ВСЕГДА МОГУТ ПОПРОСИТЬ БОЛЬШУЮ КНИГУ ПОГРЕБА С 3000 ПОЗИЦИЙ»

Портрет
СОМЕЛЬЕ

Томас Шайт

СОМЕЛЬЕ С БУЛЬВАРА ЗВЕЗД

РЕСТОРАН SPOON, ОТЕЛЬ INTERCONTINENTAL, ГОНКОНГ

На полуострове Коу Лонг в Гонконге китайцы построили «Бульвар Звезд». Эта набережная стоит посещения, но не ради трюков и шутовских фильмов невыносимого Джеки Чана, следы которого здесь увековечены в бетоне, прямо как в Голливуде. Это место заслуживает визита ради фантастического вида, который открывается отсюда на другой берег залива, на линию небоскребов собственно острова Гонконг. Лучше прийти сюда вечером, когда небоскребы тонут в световом безумии, а воздух свежеет. В это время можно устроиться в отеле «Интерконтиненталь», занимающем на набережной привилегированное место. Он расположен всего в нескольких сотнях метров от «Золотой мили», самой оживленной улицы Гонконга, но может похвастаться спокойствием и несравненным комфортом, в придачу к которым он дарит посетителям ошеломляющую панораму. На этом фоне имеет счастье трудиться Томас Шайт, сомелье ресторана Spoon Алена Дюкасса. Встроенный в отель гастрономический ресторан является его естественным архитектурным продолжением. Застекленный фасад, словно гигантский экран, постоянно демонстрирует один из самых красивых видов мира. Томас Шайт, хотя и не остается равнодушным к футуристическому пейзажу, отдает предпочтение винам Старого света. Способ сохранить верность своим корням. Значительную часть рабочего времени он посвящает поиску новых вин. Поставщики следуют его пожеланиям и подыскивают вина, позволяющие составить продвинутую винную карту. Иногда это рискованно, но, с его точки зрения, необходимо в сверхконкурентных условиях Гонконга.

Главную трудность для Томаса Шайта составляет сочетание кухни фьюжн с винами. Добиться полного соответствия чрезвычайно трудно. Поэтому он просто старается подобрать для своих клиентов приемлемый компромисс, гарантируя ощущение полного вкусового удовлетворения. Для этого он использует два диаметрально противоположных метода.

1. Если клиент осознает, чего он хочет, Томас предоставляет ему возможность самому выбрать вино,

лишь присматривая, чтобы тот не совершил грубой ошибки.

2. Если клиент любит, чтобы ему советовали, Томас Шайт для начала старается составить впечатление о его вкусах. Затем он предлагает ему попробовать нечто новое. Он любит Каберне? Попробуем Сира. Он любит Совиньон или Шардоне? Предложим ему Верментино или Рислинг. На самом деле подобный метод достаточно распространен. Он позволяет добиться интересных во многих отношениях результатов при условии, что применяется с осторожностью. В самом деле многие клиенты комфорта ради замыкаются на заранее предопределенном выборе и вкусе одного и того же типа. При этом, невзирая на всю легкость такого решения, они находятся под угрозой систематического разочарования, поскольку связывают определенные вина с отдельными моментами своей жизни и таким образом пытаются угнаться за молодостью. Подобным клиентам следует предлагать вино, с которым их практически ничего не связывает. Оно пробудит их вкус к настоящему и придаст уверенность в будущем.

Работающий под началом Жерара Маржона, главного сомелье великолепной команды Дюкасса, Томас Шайт никогда не действует наугад. Тем не менее, данный метод пригоден лишь для клиентов, явно не относящихся к большим знатокам.

Философия ресторана Spoon

Ужин – время расслабления. Spoon (входящий в десятку лучших ресторанов при гостиницах) отнюдь не специализируется на поминках. Поэтому Томас Шайт в процессе работы постоянно импровизирует. В результате не возникает ни малейшего впечатления тяжеловесности. С одной стороны, этот уроженец Эльзаса с детства обладает серьезными способностями вкусоощущения, а с другой – он долгое время изучал импровизацию в тиши бэк-офиса. В ресторане Spoon спектакль отработан, как хореография балета на льду. Томас Шайт – произведение школы Дюкасса. Даже падения составляют часть программы.

Наконец, еще один пример, демонстрирующий стремление этого заведения завоевать свободу действий по отношению к клиенту: карта Sexy Spoon. Честно говоря, эта небольшая карта не имеет аналогов, и не только из-за своего названия, но и потому, что она предлагает за фиксированную цену несколько блюд в сопровождении неизвестных клиенту вин по бокалу. Вместо названия вина указано: «по выбору сомелье». В результате, заказывая блюдо, в выборе вина вы целиком полагаетесь на сомелье. То есть Томас сам подбирает вина для подачи. Таким образом, он может использовать свои запасы, как сочтет нужным, сохраняя полный контроль над продажами. Высший пилотаж!

Глава
2.2

БОКАЛЫ
и аксессуары сомелье

Стекло может похвастаться очень древним происхождением. Самые старинные осколки стекла, найденные археологами, относятся к четвертому тысячелетию до нашей эры. Но стеклодувное дело, обеспечивающее создание сосудов привычных для нас форм, развилось только во времена Юлия Цезаря.

История стекла

Античное стекло было дорогим материалом, а потому редко использовалось для вина и других напитков. Известно, что в древности вино наливали в вазы или амфоры, которые смолили для придания им герметичности.

На закате Римской империи, в то время когда на Европу накатывались волны варварских нашествий, сосуды изготавливались, главным образом, из металла, по возможности из золота. Что до стекла, то оно нашло убежище в церковных витражах.

Главное преимущество стекла перед металлом – оно не придает привкуса. Поэтому оно вызывало немалый интерес. Стекло снова появилось на свет, в первую очередь, благодаря венецианцам, сумевшим раздобыть в Византии секреты стеклоделия.

В XIII веке венецианцы научились варить значительно более прозрачное, тонкое и чистое стекло – хрусталь, из которого изготавливали кубки, пользовавшиеся огромным успехом во всей Европе. Венецианское стекло продавалось и подделывалось повсюду.

В это время во Франции научились производить бокалы более грубого вида из значительно менее благородных материалов (в частности, золы папоротника): фужеры (от французского fougère – папоротник), пользовавшиеся большим успехом при дворе.

Во входившей тогда в состав Германии области Богемии в конце XV века создали стекло более толстое и более прочное, чем тонкие венецианские изделия: богемский хрусталь. Последний составил серьезную конкуренцию венецианскому хрусталю, впрочем, вскоре оказавшись под угрозой хрусталя английского.

В XVII веке английские стеклоделы перестали топить печи дровами и перешли на уголь, что позволило создать на основе кремнезема и сурика (окиси свинца) тяжелое стекло высокой чистоты и невиданного до тех пор блеска – современный хрусталь, состав которого с тех пор и до настоящего времени очень мало изменился.

«БОКАЛ – ЭТО ЛУЧШИЙ ДРУГ ВИНА»

ДЖОРДЖ РИДЕЛ,
МАСТЕР СТЕКОЛЬНОГО ДЕЛА

Из всех предметов сервировки именно бокалы вступают в наиболее интимные отношения с клиентом. Выбор их приобретает чрезвычайную важность. С одной стороны, они должны подходить для вина, а с другой – украшать стол и создавать благоприятное впечатление от ресторана. Разумеется, бокалы требуют строжайшего соблюдения гигиены.

ИСКУССТВО СТЕКЛОДЕЛИЯ

КОГДА ДЫХАНИЕ И ОГОНЬ ПРИДАЮТ ФОРМУ МАТЕРИАЛУ

При нормальной температуре стекло представляет собой твердое, прозрачное и хрупкое вещество. Но с повышением температуры оно делается тягучим, вязким, а затем и жидким.
В состав стекла входят три природных компонента: кремнезем, обеспечивающий витрификацию, сода (карбонат натрия), снижающая температуру плавления (до около 1500°С) и известь (полученный из известняка оксид кальция), выполняющая роль стабилизатора.
Кроме того, добавляют небольшое количество поташа, а иногда – металлы, позволяющие добиться особенных качеств стекла.

На самом деле каждое стекольное производство пользуется своими собственными составами, поэтому бокалы разных марок могут значительно отличаться по своим свойствам.
Стеклу легко придать желаемую форму. Наиболее крупные бокалы выдуваются ртом. Но чаще всего очертания придаются бокалам с помощью стеклодувной формы. Не следует также забывать о важном этапе холодной обработки, когда производятся окончательная отделка бокалов и графинов, гравировка и иногда роспись.
Производство стеклянной посуды высшего класса требует значительных затрат квалифицированного ручного труда, что объясняет высокую цену отдельных образцов.

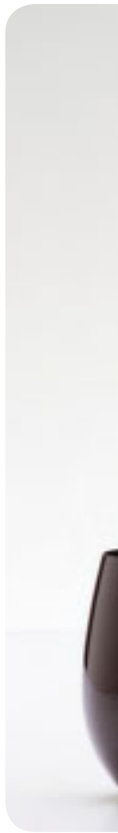
Сомелье должен думать о своем бокале для дегустации. Ему не столь важно обзавестись самым дорогим бокалом, сколько постоянно использовать один и тот же, чтобы соблюсти точность сравнения. Раньше виноделы пользовались уже устаревшими к нашему времени серебряными чашами, плохо передававшими аромат, но сопровождавшими их всю жизнь, что позволяло добиваться приемлемых результатов.

В наше время существует множество различных бокалов для дегустации. Но одно можно сказать с определенностью: бокал INAO, более 20 лет тому назад произведший революцию в дегустации, ныне вышел из моды. Он слишком мал и не позволяет вращать вино в бокале. Поэтому он не пользуется успехом ни у дегустаторов, ни у виноделов, ни у элитных ресторанов.

Чаша для дегустации вина (tastevin)

Бокал Impitoyable (беспощадный)

Бокал INAO



«БОКАЛ ДЛЯ ВИНА – ТО ЖЕ, ЧТО НОЖ ДЛЯ МЯСА»

ОЛИВЬЕ ПУСЬЕ,
ЛУЧШИЙ СОМЕЛЬЕ МИРА
2000 ГОДА

Бокалы в ресторане

Стеклянная посуда (бокалы и графины) является краеугольным камнем декора, атмосферы и того общего духа, который вы хотели бы придать своему ресторану. Подбор посуды напрямую зависит как от уровня ресторана, так и от внимания, уделяемого в нем вину и другим напиткам.

Тем более странно видеть, сколь мало во Франции – стране, задающей тон в этой области, – уделяют внимания бокалам даже в ресторанах среднего уровня. В них действуют по правилам, ошибочно считающимся незыблемыми, и продолжают подавать вино в нелепых дутых бокалах, побелевших от постоянной машинной мойки. И после столь откровенного издевательства над клиентурой еще удивляются постоянному снижению потребления вина. В то же время в Италии, англо-саксонских странах, в Японии и даже в Китае, где потребление вина растет, бокалы соперничают между собой в красоте и со всей возможной элегантностью побуждают к дегустации тонких вин и высоких спиртных напитков.

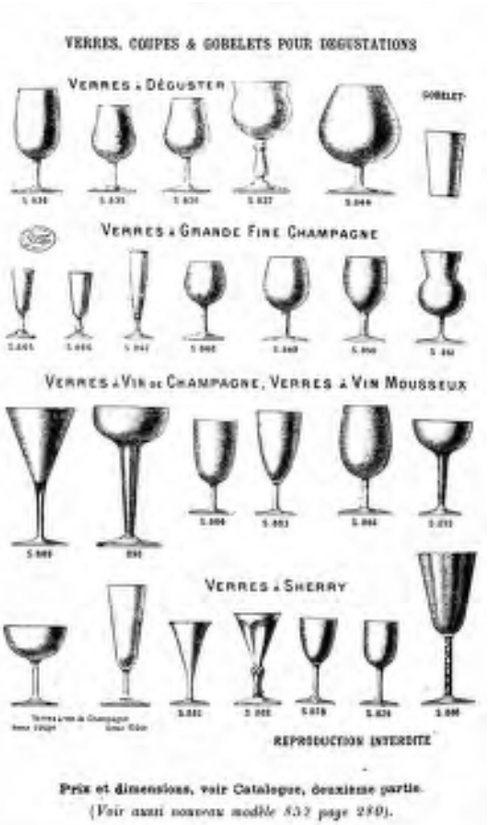
Роль бокала

На горизонтальной поверхности стола, заставленной также в основном плоскими тарелками, бокал играет чрезвычайно важную декоративную роль. Он придает столу третье измерение. Накрытый стол в отблесках хрусталя, будто сам источающий свет, готов к приему гостей. Наполненный бокал превращается во временную сокровищницу вина, связующее звено между бутылкой и нёбом. Мы втайне убеждены, что бокал, помимо чисто эстетической стороны, играет важнейшую роль в оценке вина. Он подчеркивает его платье, прозрачность и блеск, а также подносит вино ко рту должным образом. Поэтому следует со всей ответственностью подходить к выбору бокалов, которые должны соответствовать каждой отдельно взятой ситуации, определенному ресторану и конкретному типу вина.

Не следует забывать и о том, что ежедневно вы рискуете разбить самый красивый бокал, что повысит издержки. Поэтому, когда Ален Сендеранс, отказавшись от звезд Мишлена, придал своему ресторану менее формальный стиль, он выбрал более простые бокалы, «сочетающие утонченность, прочность и удовольствие от питья. Поскольку – продолжает он, – бой стекла в ресторане класса люкс просто огромен».

Форма бокалов

Форма бокалов имеет очень большое значение.



Она должна соответствовать типу ресторана: простые и даже грубые бокалы для винного бистро, сияющие хрустальные бокалы для дорогого ресторана, высокие бокалы для современного концептуального ресторана, более приземистые – для традиционного.

Она должна подходить для вина определенного типа. Тем не менее, это очень общее положение и предлагать для каждой категории вин отдельный бокал, по мнению большинства современных сомелье, по меньшей мере, излишне. Из основных принципов необходимо отметить следующие.

• Красные вина требуют большой площади контакта с воздухом. Поэтому бокалы для них должны быть шире. Красные вина пьют, как правило, при комнатной температуре, и в подобных бокалах они быстрее согреваются.

• Белые вина, наоборот, требуют меньшего контакта с воздухом, поэтому бокалы для них обычно более узкие и высокие.

Реальная польза от бокалов специальной формы вызывает противоречивое отношение. В том, что касается бокалов для бордо, бургундских или эльзасских вин, шампанского, коньяка, виски, граппы, и т.д., существуют определенные (общепризнанные) формы. Но бокалы более специальных форм – Сира, Совиньон, Рислинг, Шабли, Кьянти, Пьемонт и т.п., вызывают сомнение в том, что касается их истинной эффективности. По крайней мере, ни одна дегустация вслепую не показала их влияния на восприятие вина.

Бокалов, способных превратить Божоле в Петрюс, не существует. Вся их польза относится к области маркетинга, и иногда специализированные бокалы способны помочь сомелье нарастить продажи. Не вызывает сомнения, что поданные в таких бокалах вина могут казаться более соблазнительными. Нетрудно догадаться, что клиенту будет интереснее попробовать вино, изготовленное из винограда Сира из бокала, якобы специально разработанного для данного сорта. Было бы глупо отказаться от разнообразия форм, которое влечет за собой изменения в культуре стола и повышает интерес к вину.

Форма верхней части бокала

Верхняя часть бокала (buvant) соприкасается с губами. Соответственно, это самая главная его часть. Предпочтительно, чтобы она была тонкой, позволяющей забыть о стекле и сосредоточиться на вине.

Валик по кромке бокала характерен для стекла. У хрустальных бокалов кромка тонкая, без утолщений.

для БЕЛОГО и ШАМПАНСКОГО

Бокал для молодых и душистых белых вин

Бокал для выдержанных полнотелых и маслянистых вин

Бокал для эльзасских вин

Бокал для сладких вин, например, Токая или Сотерна

Бокал для шампанского

для РОЗОВОГО и КРАСНОГО

Бокал для розового вина

Классический бокал для красного вина

Бокал для вин из долины Роны и других вин на основе сорта Сира

Бокал для великих Бордо, «супертосканских» вин и других престижных вин на основе сортов Каберне-Совиньон или Мерло

Бокал для великих бургундских и для вин Пьемонта

РАСПРОСТРАНЕННЫЕ ОБЪЕМЫ БОКАЛОВ

Внимание! Данные сведения носят лишь информативный характер. В наше время наблюдается тенденция к распространению бокалов повышенного объема, наполненных лишь в малой части.

- бокалы для воды – **от 200 до 240 мл**
- бокалы для вина – **от 180 до 200 мл**
- бокалы для шампанского – **от 120 до 150 мл**
- рюмки для аперитива, хереса и портвейна – **100 мл**

ВЕЛИКИЕ ВИНА И БОКАЛЫ БОЛЬШОГО ОБЪЕМА

В некоторых ресторанах, имеющих обширную карту вин, в которой соседствуют ординарные вина и гран крю, поступают следующим образом. Стол накрывается обычной посудой: бокал для воды и бокал для вина. (Обычно бокал для воды, хотя это и не обязательно, имеет бóльший объем, чем бокал для вина).

Если клиент заказывает ординарное вино, порядок сервировки сохраняется, и вино наливается в стоящие на столе бокалы. Если же клиент заказывает бутылку высокого вина, бокалы быстро заменяются на большие хрустальные высшего уровня, которые соответствуют классу напитка.

для крепкого спиртного

Бокал для водки, джина и аквавита

Бокал для граппы

Бокал для о-де-ви из фруктов, также часто используется для граппы

Бокал для виски single malt

Бокал для молодых коньяков (возрастной категории VSOP), рома, кальвадоса, молодых арманьяков

Бокал для выдержанных коньяков (возрастной категории XO и выше) и старых арманьяков

для прочих напитков

Бокал для воды

Бокал для вермута и других аперитивов

Коктейльный бокал Martini

Бокал для порто

Бокал для хереса

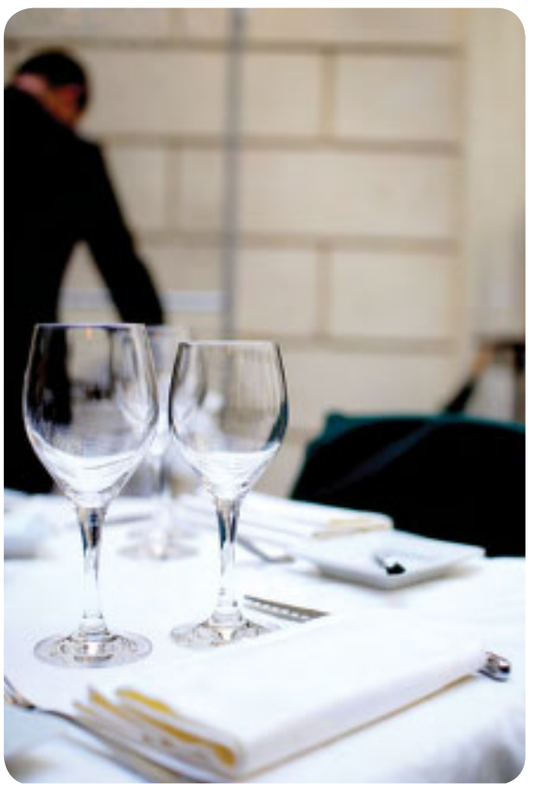
Бокал для биттеров и ликеров

КРИТЕРИИ ВЫБОРА

Выбор бокалов осуществляется исходя из спецификации, в которой учитываются такие факторы, как тип заведения, характеристики клиентуры, число приборов, количество подаваемых вин и крепких напитков и т.д. На основании этих данных следует найти решение, в наибольшей степени соответствующее следующим критериям, исходя из определенных вами приоритетов:

- ✓ Престиж
- ✓ Прозрачность
- ✓ Блеск
- ✓ Удобство удержания в руке
- ✓ Вес
- ✓ Соответствие вину определенного типа
- ✓ Устойчивость
- ✓ Размер
- ✓ Прочность
- ✓ Цена

СОЗДАТЕЛИ БОКАЛОВ ДЛЯ СОТЕРНСКИХ ВИН СЧИТАЮТ, ЧТО ОНИ ВЫДВИГАЮТ НА ПЕРЕДНИЙ ПЛАН АРОМАТ АБРИКОСА. ПРОТИВНИКИ ПОЛАГАЮТ, ЧТО ИЗМЕНЕНИЕ ВОСПРИЯТИЯ ВИНА НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ФУНКЦИЕЙ БОКАЛА.



ВЫБОР БОКАЛОВ

РЕСТОРАН «СРЕДНЕЙ КАТЕГОРИИ»

Если подача вина ничем не выделяется среди ваших прочих занятий, и вы работаете в ресторане средней категории, остановите свой выбор на простой, но прочной посуде. В данном случае в тонком хрустале нет особой надобности. Уделите больше внимания форме бокалов и толщине их верхней части. Постарайтесь найти «золотую середину» между тонкостью и прочностью.

Постарайтесь подобрать бокалы, по форме подходящие стилю вашего ресторана: простые, современные или классические. Не забывайте, что чем больше бокал, тем дороже кажется подаваемое в нем вино. Тем не менее, излишество тоже вредно, поэтому лучше оставаться в границах разумного.

Напротив, небольшие рюмки производят несолидное впечатление. Конечно, они меньше бьются, занимают меньше места и позволяют сэкономить на первых порах, но они не возбуждают жажду, а значит бутылки будут опустошаться медленнее, а вино покажется хуже. В конечном счете вы заметите, что экономия себя не оправдала.

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ РЕСТОРАН

Если вы рассчитываете заложить в погреб высокие вина, особенно внимательно отнеситесь к выбору бокалов, чтобы не уронить престиж вина. В подобной ситуации вы не обойдетесь без хрусталя. Подберите бокалы большого объема с широким устойчивым основанием.

В наши дни существует большой выбор бокалов высшей категории. Разница в ценах не всегда поддается разумному объяснению.

Что касается престижных кюве шампанского, то в последнее время прослеживается тенденция к их подаче в бокалах для белого вина, позволяющих лучше оценить их ароматы и вкус.

Семья Ридел, мастера стекольного дела, передающие его из поколения в поколение.

НЕОБХОДИМОЕ КОЛИЧЕСТВО БОКАЛОВ

Количество бокалов, необходимое для нормальной работы, зависит как от количества посадочных мест, так и от типа ресторана. Больше всего бокалов требуется в традиционном гастрономическом ресторане, так как считается, что на каждое посадочное место положено иметь:

- один бокал для белого вина и один в резерве;
- два бокала для красного вина и два в резерве;
- «половину» крупного бокала для красных бордо высшей категории и «половину» в резерве;
- «половину» крупного бокала для красных бургундских вин и «половину» в резерве;
- «полтора» бокала для воды и один в резерве;
- один фужер для шампанского и один в резерве.

На 80 посадочных мест добавляются 20 графинов для воды и еще 10 в резерве.

Кроме того, 4 графина для декантации и 6 графинов для аэрации.

РАЗНОВИДНОСТИ СТЕКЛА

Хрусталь и обыкновенное стекло

Хрусталь близок к стеклу. Его варят из песка, соды и поташа, но известь заменяют оксидом свинца. Добавление оксида свинца регламентировано: не ниже 24% (в некоторых сортах – до 30%), что придает хрусталю совершенно особые свойства.

Хрусталь обладает значительно большей прозрачностью и блеском, чем стекло. Из него можно отливать или выдувать гораздо более тонкие предметы. Он обладает эластичностью и издает характерный хрустальный звон.

Для сомелье основное преимущество хрусталя, помимо прозрачности и чистоты, – очень тонкая верхняя часть бокала, что чрезвычайно важно для ощущений, вызываемых вином во рту. К несчастью, хрусталь крайне хрупок и значительно дороже стекла. Особенно это относится к бокалам ручной работы.

Регулярное вымачивание в уксусе сохраняет блеск хрусталя и избавляет хрустальные изделия от портящих вид солевых отложений. Хрустальные бокалы категорически запрещено мыть в машине. Под воздействием химических реагентов хрусталь мутнеет и моментально приходит в негодность. Поэтому изделия из хрусталя моют только вручную. Эту чрезвычайно деликатную операцию (цена бокала может достигать 100 евро за штуку) проделывают сами сомелье.

Бутылочное стекло

Дешевое бутылочное стекло производится из боя, то есть путем переработки отходов битого стекла.

Небьющееся стекло

Небьющееся стекло – это закаленное стекло. Закалка позволяет ликвидировать внутренние напряжения стекла, повинные в его хрупкости, и сделать его в два-три раза прочнее.

ШЕСТЬ ПРАВИЛ ОБРАЩЕНИЯ С БОКАЛАМИ ПРИ СЕРВИРОВКЕ

• При любых действиях бокалы держат либо за основание, либо за ножку.

• Бокалы всегда подают в зал на подносе, по возможности с нескользким покрытием. На подносе с бокалами не должны находится другие предметы сервировки (столовые приборы, посуда). В отсутствие клиентов, чтобы расставить бокалы, можно переносить их в руке (см. фото) на небольшое расстояние (от сервировочного столика до стола). Это относится только к бокалам низшей и средней категории, но не к высшей, которые всегда следует переносить только на подносе.

• При подаче пустых бокалов в процессе обслуживания их всегда ставят на поднос, не переворачивая («в нормальном положении»).

• Наполненные бокалы никогда не подают с подноса. Подобный способ подачи распространен в кафе, барах и брассери, но плохо воспринимается в ресторанах. Бокал предварительно наполняют на сервировочном столике и, удерживая за основание или за ножку, ставят перед клиентом, либо наполняют его прямо на столе перед клиентом.

• Убирая бокалы со стола, их ни в коем случае не берут пальцами за кромку. Бокалы убирают так же, как и приносят. Никогда не забывайте, что подход к уборке стола должен быть столь же основательным, как и сервировка или обслуживание клиентов.

• Бокалы всегда должны иметь ту же температуру, что и воздух в зале. Опасайтесь неостывших бокалов, способных нагреть вино, которое дегустирует клиент, сделавший заказ.

Расположение бокалов на столе

Расставляйте бокалы в порядке уменьшения размера слева направо перед тарелкой: бокал для воды, бокал для красного вина (в некоторых случаях два бокала, например, бокал для бордо и бокал для бургундского), бокал для белого вина (или фужер для шампанского). Постарайтесь соблюсти симметрию и выровнять посуду по линиям стола.

Сервировка столов в брассери La Coupole, Париж.

Уход, мытье, хранение бокалов

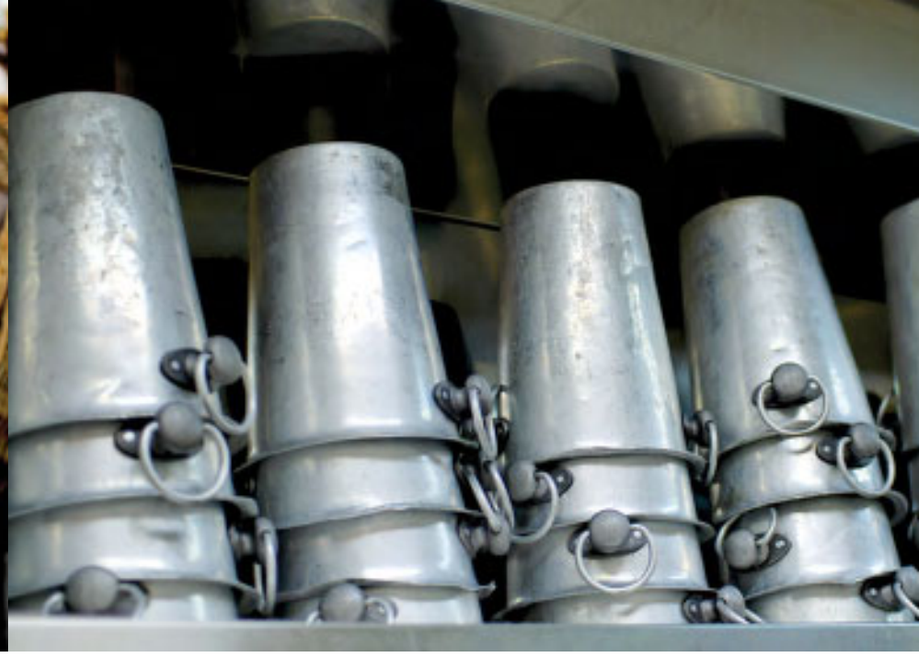
Из-за неизбежного боя посуды ресторан несет существенные убытки, которые можно снизить, обучив персонал правилам хранения посуды и ухода за ней.

Бокалы, в первую очередь, хрустальные, следует мыть вручную в мыльной воде и ополаскивать теплой водой, добавляя немного уксуса. Затем их вытирают и хранят в защищенном от пыли месте. Их нельзя ставить на стеллажи вверх дном.

Чистота бокалов является первоочередным требованием. Грязный бокал бросается в глаза, что может иметь роковые последствия для ресторана.

В элитных ресторанах при подготовке зала и сервировке столов практикуется последняя чистка паром стеклянной посуды и столовых приборов. В зале устанавливается большая емкость с горячей водой. Бокалы держат над идущим от нее паром, а затем их протирают сухой тканью и расставляют на столах. Процедуру проводят в перчатках, бокалы держат за самую тонкую часть ножки, чтобы на них не оставалось никаких отпечатков.

Само собой разумеется, что все бокалы, имеющие хотя бы малейшие трещинки, должны немедленно отбраковываться.



ПРЕДМЕТЫ КУЛЬТА

Аксессуары для вина играют не только утилитарную роль. Они способствуют формированию имиджа ресторана и говорят о внимании и заботе, которыми в нем пользуется вино. Это одеяние для вина.

Штопор («нож сомелье»)

Качественный штопор обладает рычагом и двумя уровнями опоры на горлышко, что позволяет плавно вытянуть пробку. Спираль должна быть стальной и достаточно тонкой, чтобы не раскрошить старую пробку, но с широким диаметром и большим числом витков для распределения силы тяги внутри пробки. Наконец, некоторые сомелье предпочитают, чтобы раскладной нож имел легкие зазубрины, помогающие срезать колпачок.

Ведерко

Ведерко для шампанского (и белого вина) – более чем аксессуар. Это необходимая вещь. Покоящееся на подставке рядом со столом, оно позволяет сотрапезникам пребывать в счастливом неведении относительно количества вина, оставшегося в бутылке.

Графин для аэрации

Графины, предназначенные для аэрации, имеют широкое основание, увеличивающее поверхность контакта вина с воздухом.

Термометр

В парижском ресторане Chai 33 на сервировочной тележке выставлены шампанские вина и дижестивы. Своим футуристическим видом она низвергает устоявшиеся традиции. Большие колеса с резиновыми шинами обеспечивают легкость хода, а прозрачные материалы позволяют лучше разглядеть бутылки.

Щипцы для порто выглядят как средневековый пыточный инструмент. Они нужны, чтобы сдвинуть с места пробку старой бутылки, для чего их раскаляют на огне и прикладывают к горлышку на несколько секунд.

Воронка

Воронка редко применяется пуристами, которые предпочитают трудности и суровую простоту, не используя вспомогательных приспособлений. При декантации воронка мешает следить за поступлением осадка при свете свечи. Но воронки последнего поколения снабжены фильтром, что позволяет обходиться без свечей и быстрее отделять вино от осадка, ничем не рискуя.

Что касается аэрации, то здесь воронки применяются часто. Особенно заслуживают внимания те модели, которые снабжены спиралями, усиливающими воздействие воздуха на вино.

Графин для декантации

Графин, служащий для декантации, должен быть уже графина для аэрации, чтобы старое вино не вступило в губительный для него тесный контакт с кислородом.

Подставка для сушки декантера

Глава
2.3

Теория дегустации

Дегустация составляет важную часть работы сомелье и ресторатора. Для пополнения погреба и подбора вин, наиболее соответствующих стилю ресторана, кухне шеф-повара и вкусу искушенной клиентуры, оценка качества вина играет первостепенную роль. Дегустация необходима для составления аргументации продаж, для принятия решения об аэрации или декантации некоторых вин, для определения закрытых вин и исключения их на время из карты. Таким образом, это столь же трудное, сколь и основополагающее искусство.

Дегустация требует методичности и скрупулезности. Речь идет не только об оценке вина, но и о следовании определенной процедуре, причем как можно более объективным образом, при этом полностью доверяя своим ощущениям.

Цели сомелье при дегустации

Профессионалы дегустируют вино, преследуя определенные цели. Свои цели есть и у сомелье. Он должен всегда задаваться следующими вопросами.

- Представительно ли это вино для своего наименования (является ли оно типичным)?
- Проявляются ли в нем какие-либо дефекты?
- Соответствует ли цена вина его качеству?
- Как это вино будет сочетаться с блюдами шеф-повара?
- Сколько времени вино сможет храниться, и как при этом оно будет стареть?
- Это вино дороже или дешевле других сопоставимых с ним вин, уже включенных в карту?
- Покупка этого вина (в том случае, если оно предназначено для выдержки) представляет выгодное финансовое вложение или, напротив, рискованна для ресторана?

Наконец, сомелье не должен забывать и о гедонической дегустации. Понравится ли это вино клиентам ресторана? – вот еще один пункт его анкеты.

Зрительный анализ

Бокал наполняют вином на одну треть и, держа его за ножку, дабы не согревать рукой его содержимое, изучают внешний вид вина, называемый платьем. Он многое расскажет нам о вине, прежде чем мы вдохнем его ароматы и поднесем ко рту.

Ясность

Ясность – важный элемент внешнего вида вина. Ее изучают, рассматривая бокал сбоку против света. Мутное вино не только менее привлекательно, но оно также содержит множество взвешенных частиц, поэтому никогда не будет утонченным и изысканным.

Шкала: непрозрачное, мутное, опаловое, приглушенное, ясное, кристальное.

Дегустация en primeur в Бордо.

Блеск

Теперь обратим внимание на блеск поверхности вина – так называемого диска. Блестящие вина будут кислотными и живыми. Матовый, тусклый диск говорит о плоском вине, которое может не обладать характером.

Шкала: матовое, тусклое, чистое, яркое, блестящее.

Цвет и нюансы цвета

Для определения цвета вина бокал наклоняют над белым фоном и изучают различные аспекты внешнего вида напитка: вначале сам цвет, а затем его нюансы, то есть явления, которые обнаруживаются там, где вино соприкасается со стенками бокала.

Цвет вина зависит от использованных сортов винограда, способа винификации, года урожая. Следует отметить, что красное вино светлеет с возрастом и приобретает черепичный оттенок, тогда как белое, напротив, темнеет и становится янтарно-желтым. Также меняются со временем цветовые нюансы. По ним мы можем судить об этапе эволюции вина, условиях его старения.

Белые вина. Цвет белого вина колеблется от бесцветного или желтого с золотисто-зелеными отблесками у молодых напитков до янтарно-желтого и даже каштанового – у старых сладких вин. Отсутствие цвета часто свидетельствует о вине, полученном из незрелого винограда.

ДЕГУСТАЦИОННЫЙ ПРОТОКОЛ

МЕСТО

В дегустационном зале все должно быть устроено так, чтобы восприятие участников дегустации было полностью сконцентрировано на вине. Стены светлых тонов, белая матовая поверхность столов, хорошее освещение (естественное или лампами дневного света), отсутствие посторонних запахов, температура – около 20–22˚С.

ВРЕМЯ

С 10 до 12 часов, когда мы испытываем голод и обладаем обостренной чувствительностью, – оптимальное время для проведения дегустации.

ФОРМА

Дегустатор должен иметь хорошее самочувствие. Сильный насморк окажется настоящей помехой. Ему надо воздерживаться от использования лекарств, духов, а за час до дегустации – от курения.

ПОРЯДОК

Вина подают в следующем порядке:
• сухие белые вина • игристые белые вина • сухие розовые вина • игристые розовые вина • сухие красные вина • крепленые вина • сладкие вина • мистели

ТЕМПЕРАТУРА

Вина подают при следующей температуре:
белые и розовые вина: 8–11˚С
молодые красные вина: 13˚С
старые красные вина: 18˚С
игристые вина: 8˚С
сладкие вина: 8˚С

БОКАЛЫ

Специальные дегустационные бокалы тюльпановидной формы, по одному на каждое вино. Они должны, разумеется, быть чистыми и не иметь никаких запахов. Некоторые специалисты рекомендуют ополаскивать бокалы дистиллированной водой.

ПОДГОТОВКА БУТЫЛОК

Молодые красные вина можно откупорить за час до начала дегустации. Старое красное вино подают в корзинке, в лежачем положении. В случае необходимости – при наличии большого количества осадка – его декантируют.

Включая вино в карту, сомелье гарантирует его качество посетителю ресторана. Развивая свои дегустационные дарования, он сможет составить замечательную винную карту. Кстати, судить о его способностях будут вовсе не по великим винам. Всем известно, что самое трудное упражнение – это грамотный выбор недорогих вин. Часто именно по малым винам узнается высококлассный сомелье.

Молодые вина демонстрируют светло-желтое платье с зелеными отблесками, практически без нюансов на границе с бокалом. Эти нюансы появляются с возрастом, после нескольких лет старения вина в бутылке.
Более концентрированные белые вина носят платье более откровенного желтого цвета с красивыми золотисто-зелеными отблесками. Соломенно-желтый оттенок может свидетельствовать о том, что вино взращивали в дубовых бочках, которые делятся этим цветом со спиртными напитками и винами. Все эти оттенки продолжают изменяться, набирая золотой цвет, и в кульминационный момент жизни вино напоминает старинное золото.

Розовые вина. Розовые вина часто обладают совершенно разными оттенками. Их цвет, обусловленный в большей степени, чем у других вин, проведенной винификацией, на самом деле очень трудно получить и еще труднее повторить вновь. Действительно, несколько дополнительных часов мацерации могут радикально изменить цвет вина.

Когда бордоский замок Gruaud Larose переходит на «российское время».

УТРО – ЛУЧШЕЕ ВРЕМЯ ДЛЯ ДЕГУСТАЦИИ

Каждое утро человек словно рождается заново. Его чувства обострены, как нервы. Он готов испытать новые ощущения. Наверное, поэтому рекомендуется проводить дегустации по утрам.

Утром нёбо бесконечно чувствительнее. Красные вина кажутся более танинными. А белые – более кислотными. Следует учитывать этот факт при оценке общих ощущений, полученных от вина.

Дегустации в Бордо начинаются в холодные утренние часы после наспех выпитого кофе и 30 километров дороги. Вина доставляют почти болезненные ощущения. Танины проявляются с такой точностью и строгостью, что чувствуется, как их гранулы отшлифовывают десна.

Эти же самые вина, выпитые вечером, кажутся концентрированным и мощным нектаром, имеющим, однако, мало общего с теми гигантами, которые выросли в сотни раз под лупой ясного, нетронутого сознания утром того же дня.

В целом, розовые вина бывают трех типов.

• Бледно-розовые – вина красивого пастельного цвета, полученные путем очень короткой мацерации и при строго контролируемой температуре брожения.

• Лососевые, или черепичные.

• Розово-вишневые: они могут становиться светло-красными, как, например, некоторые вина Tavel или Anjou Rosé и в еще большей степени Bordeaux Clairet.

Такое изменение цвета частично объясняется длительной мацерацией и более высокой температурой брожения. В ходе старения в розовых винах появляются оранжевые нюансы. Но, как правило, эволюция цвета нежелательна для этих вин, которые не пригодны для долгой выдержки.

Красные вина. Платье красных вин имеет бесчисленное множество оттенков. Так, молодые красные вина могут иметь (в порядке сгущения цвета):

• малиновое платье с розовыми нюансами;

• рубиновое платье с малиновыми нюансами;

• гранатовое платье с рубиновыми нюансами;

• красно-черное платье с фиолетовыми нюансами.

Разумеется, платье красного вина не ограничивается перечисленными оттенками. Оно зависит от сортов винограда, зрелости ягод ко времени сбора урожая, способа винификации и, главным образом, продолжительности мацерации, позволяющей суслу «набрать» цвет. Поэтому слабоокрашенные вина будут легкими, с низким содержанием танинов, а темные – более концентрированными.

Обратите внимание на то, что глубокий красный цвет, иногда с фиолетовыми отблесками, может характеризовать вино, полученное путем углекислой мацерации. Такие вина будут фруктовыми, но с малым содержанием танинов. Стало быть, они не способны долго выдерживаться.

В ходе старения красные вина склонны терять свой цвет. Постепенно их платье принимает коричневато-красный оттенок. Ранние оранжевые нюансы свидетельствуют об ускоренном старении вина или о его ненадлежащем хранении. Молодое красное вино, обладающее коричневыми отбле-

ДВА ТИПА ДЕГУСТАЦИИ

В зависимости от подхода к оценке вина различают два типа дегустации.

• Гедоническая дегустация знакома всем любителям. Она направлена на получение удовольствия и происходит в кругу друзей, обменивающихся впечатлением от пробуемого напитка.

• Аналитическая дегустация гораздо сложнее. Она практикуется профессионалами, работающими с вином, и нацелена на определение типичности вина, его возможных дефектов, его будущей эволюции и возможного сочетания с блюдами.

ками, будет иметь ограниченную способность к старению.

Интенсивность цвета

Насыщенность оттенка вина говорит о его концентрации и потенциале к выдержке. По интенсивности цвета можно узнать о проведенной винификации, урожайности, спелости винограда, годе урожая.

• **Слабая.** Недостаточная экстракция веществ из кожицы винограда, повышенная урожайность, неполная зрелость плодов, дождливый год урожая дают бледные легкие вина, которые не смогут долго храниться.

• **Глубокая.** Насыщенный оттенок вина служит залогом его счастливого будущего, свидетельствуя об успешной винификации, слабой урожайности и старых виноградных лозах.

Шкала: слабая, легкая, средняя, выраженная, плотная, густая, глубокая.

Текучесть, вязкость

Текучесть, определяемая по «ножкам» вина, позволяет судить о его крепости. Крупные «ножки», появляющиеся на внутренней поверхности бокала, свидетельствуют о том, что вино насыщено алкоголем. Но их образование зависит также от используемого бокала. Поэтому для дегустации следует отбирать одинаковые бокалы, вымытые и высушенные одним и тем же способом.

У легких белых вин ножки длинные и тонкие, а у крепких красных – более широкие.

Шкала: жидкое, текучее, плотное, густое, маслянистое, вязкое.

Выделение газа

Выделение газа может проявляться в виде маленьких пузырьков в изначально спокойном вине. Это признак незавершенного брожения или какой-либо иной проблемы.

Такое явление обнаруживается также в некоторых винах, которые были выдержаны на осадке, как, например, Muscadet. В этом случае выделение газа придает вину живость и является признаком искомого качества напитка.

Обонятельный анализ

Считается, что обоняние человека развито в 10000 раз больше, чем его вкус. А значит хороший «нос» – это не исключительный феномен, а вполне распространенное явление. Гораздо большее значение имеет тренировка. Она ведет к накоплению опыта, который играет ключевую роль в распознании ароматов и их отделении друг от друга. Сомелье должен регулярно вдыхать и запоминать запахи различных плодов, цветов, растений, специй, а потом стараться распознать их в вине. Однако, как говорит специалист по винам Поль Брюне, он не обязан обнаруживать у вина внушительный список разнообразных ароматов, которым он сможет всех сразить наповал. Фантазия – это удел поэтов, а не дегустаторов. Поэтому, описывая вино, ему следует быть скромным и объективным, указывая только те ароматы, которые действительно различимы в вине.

Механизм обонятельного анализа

Как и любая другая жидкость, вино испаряется из бокала. Небольшая часть напитка переходит в газообразное состояние, благодаря чему мы чувствуем его запах. Мы сможем лучше высвободить ароматы, раскрутив бокал в руке, прежде чем вдыхать его содержимое.

Обонятельный центр человека расположен в верхней части носа, и запахи могут подобраться к нему двумя путями – назальным, когда мы вдыхаем их через нос, и ретроназальным, то есть через рот и носоглотку, когда мы делаем глоток вина.

Обонятельный анализ является стержневым компонентом дегустации вина. Он позволяет сразу же выявить дефекты напитка и постепенно распознать его достоинства.

В зависимости от возраста вина обонятельный анализ позволяет выделить три группы ароматов, соответствующие трем разным этапам эволюции вина.

Плодовые ароматы

Плодовые (или первичные ароматы) зависят от использованных сортов винограда. Они обусловлены также зрелостью плодов, климатом и терруаром, способом винификации и длительностью мацерации. Богатые первичные ароматы, присущие некоторым винам, в ходе старения смешиваются между собой и становятся более интенсивными и проникновенными. Под влиянием воздуха фруктовый характер вина со временем слабеет. Он обретает засахаренное звучание, обрастает оттенками сухих и заспиртованных плодов.

Ароматы брожения

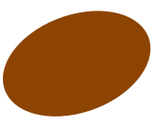
Эти вторичные ароматы создаются при ферментации. Они чуть сложнее, с преобладанием запаха сливочного масла, меда или воска. Контроль над брожением и температурой сусла в сочетании с используемыми дрожжами в большой степени обуславливают конечный результат, ибо дрожжи, помимо алкоголя и углекислого газа, образуют десятки ароматических субстанций, играющих ключевую роль во вкусе вина Например, шампанское во многом обязано своим вкусом второму брожению в бутылках, при котором развиваются новые ароматы. Вторичные ароматы вина зависят от содержания в

ПАЛИТРА ЦВЕТОВЫХ НЮАНСОВ

БЕЛЫЕ ВИНА

Оттенки цветовых нюансов	*Образец*	*Характеристики вина*
• Бесцветный • Бледно-желтый		Такие нюансы свойственны совсем молодым сухим винам.
• Светло-лимонный с зелеными отблесками		Вина с зелеными отблесками – молодые, свежие, кислотные, порой с легкими пузырьками углекислого газа.
• Желто-соломенный • Соломенный		Зрелые вина. Сухие вина с такими нюансами уже не имеет смысла дольше выдерживать.
• Золотистый • Цвет топаза		Сухие вина с такими нюансами уже слишком старые и окисленные. Ликерные вина развивают золотистые нюансы после нескольких лет выдержки.
• Оттенок старинного золота • Медовый • Рыжий		Признак достижения апогея у ликерных вин.
• Янтарный • Медный • Карамельный		Очень старые ликерные вина. Блестящий диск свидетельствует о вине, пережившем благоприятную эволюцию. Его надо допить в течение самых ближайших лет.

КРАСНЫЕ ВИНА

Оттенки цветовых нюансов	*Образец*	*Характеристики вина*
• Фиолетовый • Малиновый		Очень молодые красные вина. Божоле Нуво следует пить, пока оно не потеряло этот оттенок.
• Вишневый • Рубиновый		Признак оптимального возраста (обычно два-три года) у обычных вин.
• Гранатовый • Красно-оранжевый • Красно-черепичный		В зависимости от использованного сорта винограда, оранжевый оттенок говорит о более или менее старом вине. Ординарные вина с такими нюансами уже отжили свой век, а высокие вина из Каберне-Совиньона, Мерло, Мурведра только начинают раскрывать свои достоинства.
• Красно-бурый • Цвет красного дерева • Кирпичный		Признак апогея для высокого вина. Его танины благородно смягчились от времени, а ароматы стали сложными и зрелыми.
• Бурый • Ржавый • Кофейный		Только некоторые вина из лучших замков Бордо способны развить такие нюансы, не угаснув при этом от груза прошедших лет.

РОЗОВЫЕ ВИНА

• Бледный серо-розовый		Очень молодое и легкое розовое вино, полученное путем деликатного прессования винограда.
• Нежно-малиновый • Пионовый • Клерет • Розово-вишневый		Фруктовое, молодое rosé, получившее свой оттенок в ходе короткой мацерации виноградного сока с кожицей.
• Клубничный • Лососевый		Вино обретает легкий желтоватый оттенок, являющийся признаком времени. Его пора допить.
• Абрикосовый • Оранжевый • Луковичная шелуха		Развивая абрикосовые нюансы, розовые вина теряют свои достоинства, поскольку они не предназначены для выдержки. Такие нюансы могут также свидетельствовать о хранении вина в неподходящих условиях.

Автор на дегустации в шато Кос д'Эстурнель.

сусле сахара. Чем слаще сусло, тем значительнее вторичные ароматы.

Температуру брожения часто занижают, чтобы получить больше вторичных элементов. А запах карамели говорит о брожении при слишком высокой температуре.

Ароматы выдержки

Третичные ароматы или ароматы выдержки определяются способом взращивания вина. Во время выдержки в дубовой бочке вино подвергается окислению через поры древесины. Оно постепенно теряет свой фруктовый характер и обретает более сложные ароматы. Вместе с тем, бочка сообщает вину свои характерные древесно-ванильные нюансы.

Когда вино переливают в бутылку, оно больше не вступает в контакт с кислородом и начинает подвергаться раскислению – процессу, обратному окислению. Это приводит к возникновению анимальных и лесных ароматов.

Букет

Во время выдержки в бутылке в вине постепенно ослабевают танины, и напиток теряет агрессивность, которой он может порой обладать. В результате образования сложных эфиров появляются новые ароматические оттенки, сообщающие лучшим винам благородство и сложность.

Первичные, вторичные и третичные ароматы теряют независимость и сливаются в том, что называется букетом вина, конечно, если оно обладает достаточным для этого потенциалом.

Букет вина проявляется наилучшим образом при определенной температуре. В зависимости от типа вина, она варьируется между 8 и 18°C.

Ароматы белых вин

Белым винам присущи цветочные ароматы, более или менее сильные и хмельные, в зависимости от того, легкое это вино или более выразительное. Очень сухие белые вина могут обладать запахом кремня.

У белых вин можно также распознать ароматы фруктов, например, лимона или яблока. При взращивании вина в дубовых бочках в нем появляются тона древесины и ванили. А в постаревших бутылках возникают запахи сухих плодов, в частности, миндаля и лесного ореха. Лучшие белые вина обогащаются ароматами меда и свежего сливочного масла.

Ароматы розовых вин

Розовые вина редко предназначены для долгого пребывания в бутылке. В них следует искать очарование молодости, выразительный цветочный нрав или фруктовый, свежий и живой характер. Важной чертой розовых вин является их равновесие во рту, которое не может быть достигнуто выдержкой в дубовых бочках, поскольку она не используется для этих напитков. Rosé должно быть свежим, сбалансированным и гармоничным, с ароматами цветов или свежих фруктов. Его следует выпить в течение двух лет.

Ароматы красных вин

Молодые легкие красные вина часто обладают нотами красных фруктов, смородины или малины.

У постаревших красных вин можно обнаружить ароматы чая, табака, липового цвета, а лучшие образцы, выдержанные в течение многих лет в бутылках, испускают запахи специй, кожи, кофе, лесной поросли.

Выводы

Все совокупные впечатления от ароматов называют «носом» вина. Оценивая «нос» вина, подводят следующие итоги.

• **Чистота ароматов,** то есть отсутствие дефектов (будь то запах уксуса, клея, пробки...).

Шкала: сомнительная, искаженная, четкая, искренняя, чистая.

• **Интенсивность ароматов** – мощь издаваемых вином запахов.

Шкала: слабая, нейтральная, закрытая, скромная, выразительная, интенсивная.

ТРИ ПОКОЛЕНИЯ ВИННЫХ АРОМАТОВ

Первичные ароматы

ЦВЕТОЧНЫЕ	Полевые цветы, акация, жимолость, гвоздика, боярышник, гиацинт, ирис, апельсиновый цвет, черемуха, сирень, липовый цвет, нарцисс, резеда, бузина Фиалка, пион, увядшая роза Жасмин, роза, сухие цветы
РАСТИТЕЛЬНЫЕ	Мята, анис, фенхель, вербена, мирт, самшит, плющ Зеленый перец, почка черной смородины, можжевельник, ладан, заросли кустарника Скошенная трава, папоротник
ПЛОДОВЫЕ	Персик, абрикос, яблоко, груша, цитрусовые плоды, экзотические фрукты (ананас, личи, папайя, манго), крыжовник, мускат... Красные и черные плоды (малина, клубника, черная и красная смородина, вишня, ежевика, черника, гранат)
МИНЕРАЛЬНЫЕ	Мел, кремень, порох, керосин
ПРЯНЫЕ	Тимьян, лавровый лист, перец

Ароматы брожения

Хлебный мякиш, сдоба, печенье,
масло сливочное или топленое, банан

Ароматы выдержки

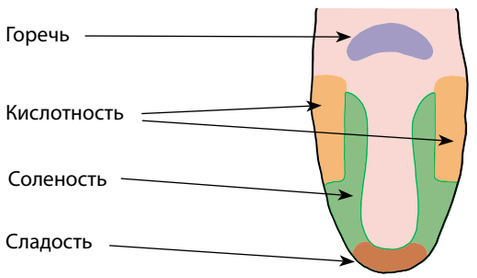
ЦВЕТОЧНЫЕ	Сухие цветы
ПЛОДОВЫЕ	Орехи, курага, айва Компотные красные и черные плоды, инжир
РАСТИТЕЛЬНЫЕ	Табак, чай, травяной настой, сухие листья Подлесок, грибы, трюфель, мох, лишайник, гумус
ПРЯНЫЕ	Ваниль, базилик Корица, гвоздика, мускатный орех, перец, лакрица
КОНДИТЕРСКИЕ	Мед, воск, мармелад, кекс, пралине, пряник, засахаренные корочки цитрусовых плодов Засахаренные красные и черные плоды, какао, кофе, шоколад, кирш
ДРЕВЕСНЫЕ	Дубовая и кедровая древесина, ваниль Сандал, обожженная древесина...
ЖАРЕНЫЕ И ГОРЕЛЫЕ	Дым, поджаренный хлеб Деготь, каучук
АНИМАЛЬНЫЕ	Мускус, цивет Кожа, мясо, дичь

Ароматы белых вин • *Ароматы красных вин*
Ароматы, присущие и белым, и красным винам

ЧЕРНЫЙ СПИСОК
НЕЖЕЛАТЕЛЬНЫХ ЗАПАХОВ

Герань	Сильный запах герани указывает на неумелое применение сорбиновой кислоты.
Гребни	Недостаточная спелость винограда, слишком сильное прессование плодов.
Дрожжи, пиво, сидр	Неправильно проведенное брожение.
Зеленый перец	Этот запах присущ вину, полученному из недозревшего Каберне-Совиньона.
Йод	Урожай, зараженный серой гнилью.
Карамель	Брожение при повышенной температуре или ускоренное старение.
Картон	Неудачная фильтрация.
Кислая капуста, тряпка	Неправильно проведенное брожение.
«Кошачья моча»	Использование незрелого Совиньона.
«Лисица»	Вина из сортов винограда, не относящихся к виду Vitis Vinifera.
Мадера	Вино окислилось под воздействием кислорода: либо от слишком долгого, либо от неправильного хранения.
Молоко, йогурт, сыр	Неправильно проведенное брожение.
Мыло	Выдержка в бочках плохого качества.
Перезрелое яблоко	Вино окислилось под воздействием кислорода.
Плесень	Урожай, пораженный серой гнилью, использование слишком старых бочек.
Пробка	Некачественная пробка или плохие бочки. Иногда легкий запах пробки может улетучиться через несколько минут после откупоривания бутылки.
Растворитель, клей	Запах этилового ацетата, присущий технологическим винам.
Сера	Излишнее применение сернистого ангидрида.
Тухлое яйцо	Запах тухлого яйца (меркаптан) – это сероводород, появившийся при соединении серы с алкоголем.
Уксус	Вино скисло в результате виннокислого брожения.
Чернослив	Слишком старое вино или вино, хранившееся в ненадлежащих условиях.

ЧЕТЫРЕ ВКУСОВЫХ ЗОНЫ ЯЗЫКА



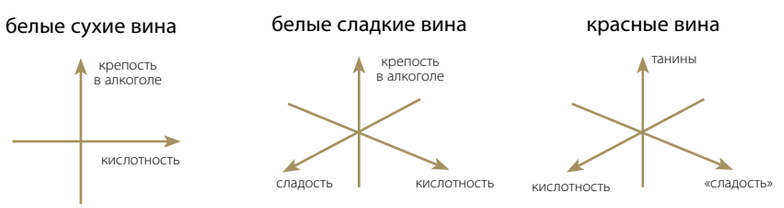
ВКУСОВОЙ БАЛАНС

Сладость – Кислотность
Сладость – Горечь
Кислотность – Крепость
Сладость – Танины

Сладость – Алкоголь
Танины – Кислотность
Горечь – Кислотность

Разные вкусовые компоненты, встречаясь в вине, либо уравновешивают друг друга, либо взаимно усиливаются, нарушая общую гармонию.
Сладость нейтрализует кислотность. Лимонный сок становится гораздо приятнее после добавления сахара. Горечь также уравновешивается сладостью, как, например, в случае со сладким, крепким кофе. Наконец, сладость достигает равновесия в сочетании с танинами, но обостряет восприятие алкоголя. Для достижения гармонии спиртуозное вино, напротив, требует повышенной кислотности. А кислотность усиливает ощущение горечи и танинов.

РАВНОВЕСИЕ ВИНА



Равновесие сухого белого вина определяется двумя параметрами – крепостью и кислотностью. Сладкие белые вина сбалансированы в точке пересечения трех осей – крепости, кислотности и сладости. Равновесие красных вин также обусловливают три фактора: танины, кислотность и «сладость», которая на самом деле является ощущением алкогольной крепости и содержания в вине глицерина.

• **Гармония** – общее впечатление от ароматов вина. *Шкала:* неприятное, обычное, простое, тонкое, элегантное, гармоничное, сложное, изысканное.
• **Преобладающие ароматы.** Ароматы вина относят к группам (например, плодовые, анимальные, древесные) и среди них выделяют доминирующие запахи (например, черная смородина, дичь, дуб).

Вкусовой анализ

Даже если благородные ароматы вина порождают незабываемые впечатления, его судьба, в конечном счете, решается у нас во рту. Глоток вина – 10-15 миллилитров – следует распределить во рту так, чтобы напиток покрыл все вкусовые рецепторы. Первое впечатление от вина называется «атакой». Немного воздуха, который вдыхают ртом через сжатые губы, активизирует воздействие вина и его восприятие. Напиток «крутят» во рту в течение 15-20 секунд. Он вызовет у нас вкусовые ощущения (сладость, кислотность или горечь). Мы также испытаем его термическое воздействие, которое связано с температурой вина и его крепостью в алкоголе. Вместе с этим мы получим информацию о танинах вина, его вязкости, возможном наличии углекислого газа и оценим его структуру, общее равновесие и характер.
Кроме того, мы прочувствуем ретроназальным путем ароматы вина, уже установленные нами при обонятельном анализе.
Завершив все перечисленные этапы исследования, дегустатор выплевывает вино и оценивает его финал (или послевкусие).

Атака

Вино «атакует» в первые секунды пребывания во рту, заявляя о своем характере. Дегустатор дает почти спонтанную оценку этой атаке: приятная или неприятная, интенсивная или легкая, ароматная, полная и т.д.

Четыре основных вкуса

Наш язык покрыт множеством вкусовых рецепторов, которые через нервную систему передают мозгу информацию о продукте, вступающем с ними в контакт.
С физиологической точки зрения, человек может различать четыре разных вкуса – сладость, кислотность, соленость и горечь. Они проявляются на разных частях языка (см. схему вверху).

Сладость. Кончик языка позволяет судить о сладости вина, которая влечет за собой выделение густой и вязкой слюны. Ощущение сладости связано с уровнем содержания в вине остаточного сахара, а также с его крепостью, поскольку алкоголь вызы-

вает чувство присутствия сахара. С возрастанием ощущения сладости повышается ощущение маслянистости вина. Принимая во внимание тип вина – сухое, сладкое, ликерное, – его сладость оценивают по следующей шкале.
Шкала: иссушенное, худосочное, плоское, смягченное, нежное, мягкое, маслянистое, густое, притворное, вялое, тяжелое, сиропное, вязкое.

Кислотность чувствуется по бокам языка и на деснах, а также оценивается по вызванному ею слюноотделению и легкому раздражению слизистой оболочки рта. Она наиболее выражена в винах, полученных в прохладном климате. Также кислотность характерна для вин, содержащих углекислый газ, и вин, не подвергавшихся яблочно-молочному брожению. Излишняя кислотность часто служит признаком плохого года урожая и недостаточной спелости плодов.
Шкала: пустотелое, дряблое, вялое, плоское, гибкое, округлое, свежее, живое, нервное, кусающее, суровое, резкое, агрессивное, зеленое.

Горечь обычно ощущается в последнюю очередь, поскольку ее определяет та часть языка, которая находится ближе всего к горлу. Поэтому горечь вина часто проявляется уже после проглатывания напитка. В принципе, горечь – это нежелательный вкусовой компонент вина. Она может быть занесена в вино после слишком усердного прессования плодов и повреждения гребней и косточек. Однако горчинка ценится в том случае, когда она является характерным признаком определенных вин. К ним относятся, например, некоторые красные итальянские вина и белые вина из сорта Шенен Блан.

Соленость. Это ощущение практически отсутствует в мире вина (за исключением некоторых разновидностей хереса).

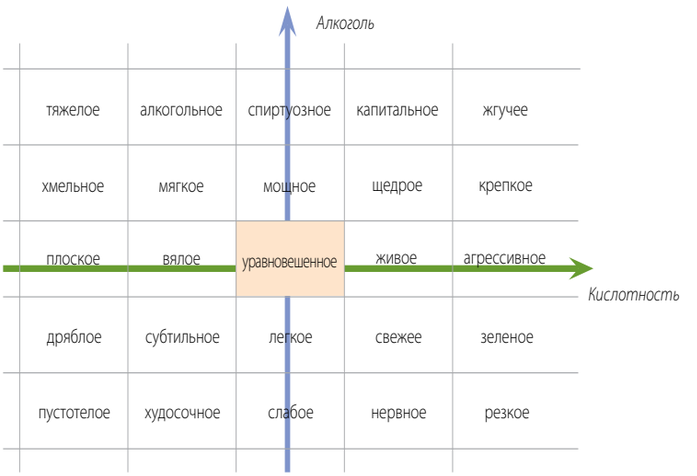
Термические ощущения

Ощущение тепла от выпитого вина обусловлено присутствием в нем алкоголя. Недостаточно крепкое вино покажется разбавленным, а излишне спиртуозное – тяжелым и жгучим.
Шкала: слабое, легкое, достаточной крепости, полное, винное, мощное, теплое, спиртуозное, щедрое, горячее, капитальное, жгучее.

Танины

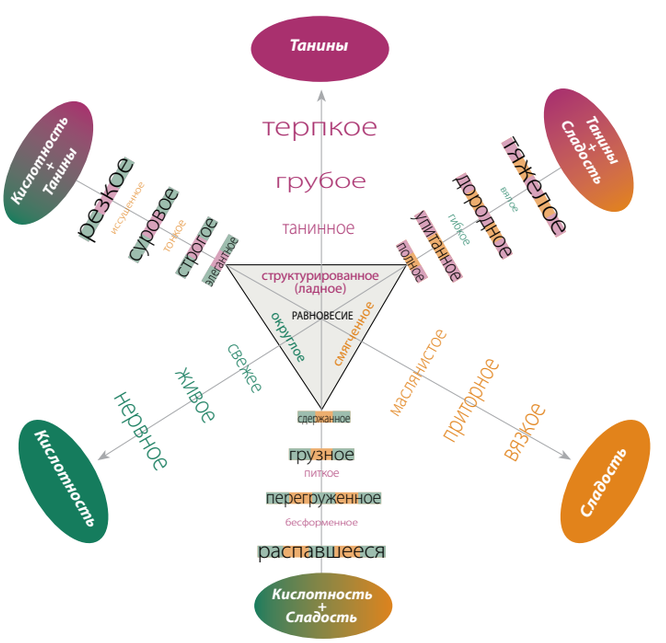
Физическое ощущение контакта, шероховатости, воспринимаемое между языком и нёбом и во рту в целом, свойственно красным винам и связано с наличием танинов. Муцин – протеин слюны – свертывается под воздействием танинов, что лишает слюну ее смазывающей функции и вызывает вяжу-

РАВНОВЕСИЕ СУХОГО БЕЛОГО ВИНА



Сухое белое вино считается уравновешенным, когда оно обладает идеальной кислотностью и оптимальной крепостью в алкоголе. Однако все вина разные, и их следует оценивать согласно типу и критериям происхождения.

РАВНОВЕСИЕ КРАСНОГО ВИНА



ОПОЗНАНИЕ ВИНА ВСЛЕПУЮ – КОНЕЦ МИФА

Многих молодых людей пугает молва, согласно которой сомелье обязан узнавать вино и его год урожая после нескольких минут вдохновленной дегустации вслепую. Однако сам Эмиль Пено называет это лотереей, оставляющей мало шансов для выигрыша. В действительности, для того чтобы быть опознанным, вино должно обладать ярким характером, выделяющим его среди остальных вин. И лишь немногие вина могут этим похвастаться. Затем требуется, чтобы это вино уже было раньше опробовано дегустатором. И, наконец, оно не должно сильно измениться с тех пор.

Тот, кто стремится узнавать вина среди десятков образцов, только положившись на свою память, должен быть способен запоминать каждый год около 30000 разных вин.

И даже если на конкурсах и экзаменах сомелье систематически устраивают дегустацию вслепую, она не имеет (как это четко указывается в регламенте) решающего значения для конечной оценки. От участника конкурса требуется, главным образом, правильно проанализировать вино и верно его описать, а точная идентификация вина считается исключительным фактом, подарком свыше.

На дегустационных конкурсах необходимо узнать некоторые черты вина, используя опыт, знания, логику и память. Это может быть происхождение вина, терруар, сорт винограда, год урожая. Кроме того, дегустация – это часто сравнение вин, полученных на разных почвах или, например, в разные годы. А точное опознание вина – это миф, поэтому искушенные дегустаторы редко участвуют в подобных упражнениях. Даже если они узнают очень типичные великие вина, они не могут узнавать все остальные.

Несколько лет тому назад один из моих московских учеников предложил мне бокал с малопривлекательной смесью многих спиртных напитков. Он бросил мне вызов – определить все ингредиенты его рецепта. Усердно вдыхая содержимое бокала, я тем временем вспоминал все напитки, стоящие в шкафу, рядом с которым сидел ученик. Так я смог дать ему точную формулу его смеси!

щее воздействие и ощущение терпкости.

Танины разных сортов винограда отличаются друг от друга. Так, Каберне-Совиньон, Каберне-Фран и Пино Нуар известны своими тугими и утонченными танинами. Такие же тугие, но более маслянистые танины присущи Мурведру и Неббьоло. А для Гренаша и Мерло характерны маслянистые и нежные танины.

Качественные танины уравновешивают красные вина и наделяют их структурой. Суровые в молодости, танины со временем смягчаются, растворяются в вине и превращаются в бархат. Некачественные танины – сухие и резкие – никогда не станут благородными. Они появляются в винах, полученных из незрелых плодов или путем неумелой винификации, и навсегда осушают их своим резким, порой травянистым привкусом.

Профессор энологии Пьер Казамайор предлагает классифицировать танины в зависимости от их силы, текстуры и вкуса.

Шкала силы: скудные, вялые, бесформенные, корректные, ладные, солидные, избыточные.

Термины текстуры: с тонкими крупинками, растворенные, шелковистые, тугие, плотные, бархатистые, смягченные, маслянистые, шероховатые, грубые.

Термины вкуса: терпкие, горькие, резкие, растительные, древесные, лакомые и т.д.

Структура

Структура вина – это сложное впечатление, которое складывается из ощущения «прочности», объема, формы, поверхности.

Термины: тщедушное, субтильное, ладное, прочное, солидное, коренастое, массивное, плоское, угловатое, округлое, полное, дородное, пышное, маслянистое, нежное и т.д.

Общее равновесие

Равновесие вина – это результат влияния друг на друга его вкусовых составляющих.

Легче всего определяется равновесие сухого белого вина. Оно обусловливается всего двумя факторами – кислотностью и содержанием алкоголя.

На равновесие сладкого белого вина оказывают влияние три элемента – кислотность, сладость и крепость в алкоголе.

Красное вино также уравновешивается благодаря трем факторам – танинам, кислотности и сладости, которая на самом деле связана с крепостью вина в алкоголе и с содержанием в нем глицерина.

Следует отметить, что такой подход к изучению равновесия вина является упрощенным. Он не учитывает характерные особенности разных вин. Так, точка равновесия Божоле никогда не совпадет с точкой равновесия великого вина из Бордо.

Шкала: деформированное, угловатое, корректное,

ДЕГУСТАЦИОННАЯ КАРТОЧКА

Дата и время дегустации.....
Фамилия, имя дегустатора.....
Вино(название, производитель, происхождение, год урожая)
.....
.....

ЗРИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ	Ясность .....
	Блеск .....
	Общий цвет и нюансы .....
	Интенсивность цвета .....
	Текучесть / вязкость .....
	Выделение газа .....
ОБОНЯТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ	Чистота ароматов .....
	Интенсивность .....
	Преобладающие ароматы .....
	.....
	Общая гармония .....
	Возможные дефекты .....
ВКУСОВОЙ АНАЛИЗ	Атака .....
	Присутствие базовых вкусов:
	• сладость .....
	• кислотность .....
	• горечь .....
	Другие элементы вкуса:
	• алкогольное тепло .....
	• танины .....
	• структура .....
	Оценка общего равновесия/ преобладающие характеристики.....
	.....
	Послевкусие.....
ПРИМЕЧАНИЯ	.....
ОБЩЕЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ	.....

ИНДИКАТОРЫ СУДЬБЫ МОЛОДОГО ВИНА

Ясность и прозрачность. Читаем будущее на свет

В момент разлива по бутылкам вино обладает ясностью. Однако потом, уже в бутылке, оно может потускнеть. Вино подвержено кассу – различным повреждениям, которые нарушают его прозрачность. Вину, сохранившему свою ясность, не пострадавшему ни от жары, ни от холода, ни от бактериологических атак, будет значительно легче преодолевать время. А вино мутное и непрозрачное (даже если по вкусу может казаться, что ничего еще не потеряно) неизбежно встретит на своем пути проблемы.

Цвет. Чем насыщеннее, тем лучше?

Цвет вина – важное понятие. Тем не менее, оставаясь в нормах типичности, он не является определяющим показателем будущего вина, как иногда любят утверждать. Существуют черные как смоль вина, у которых ароматическая и вкусовая настойчивость, а также срок хранения гораздо менее значительны, чем у вин более светлых, тонких и прозрачных. Эти черные, густые, как майонез, вина, в которых, по определению признанного дегустатора Жака Дюпона, «может стоять ложка», – производят, в первую очередь, зрительный эффект. Поэтому не стоит делать поспешные выводы. Однако вина, слишком бледные и легкие для своего происхождения, недостаточно вооружены для долгой схватки с временем.

Первичные ароматы – верный знак

Первичные ароматы – ароматы винограда – могут быть возвеличены или подавлены во время винификации. Все искусство винодела в некотором роде заключается в том, чтобы отразить в вине натуральные ароматы виноградного плода. Эти ароматы жизненно важны для вина. Чем они сдержаннее, сложнее, многочисленнее, богаче и устойчивее, тем выше у вина шансы благополучно преодолеть долгое плавание. В сочетании с другими факторами, такими как крепость и кислотность, первичные ароматы являются одним из самых надежных индикаторов будущего вина.

Вторичные ароматы. Коварные неприятели

В процессе брожения в вине образуются вторичные ароматы. Только вина, обладающие достаточными первичными ароматами, могут выдержать мощные вторичные запахи (закваска, хлеб, банан, леденец, сливочное масло) и улучшиться с возрастом. Вот что сказал по этому поводу Эмиль Пено: «Вина с доминирующими вторичными ароматами могут быть приятными, но... быстро теряют свой ароматический характер во время хранения. Они должны быть выпиты молодыми, и у них нет будущего».

Типичный пример – это Божоле, в котором фруктовые ароматы часто подавлены запахом изоамил ацетата – вторичного элемента, имеющего известный вкус банана. Такие вина никогда долго не продержатся.

Алкогольная крепость – преданный союзник

Крепость вина зависит от обилия в сусле сахара. Она может быть повышена путем шаптализации. Вина, содержащие менее 12% vol. алкоголя, не способны преодолеть время. Вина из южных регионов существенно крепче северных и, кстати, лучше переносят транспортировку.

Кислотность и танины – гарантия благополучной старости

Удачное равновесие между танинами и кислотностью необходимо для гармоничного старения вина. Вина Нового Света, часто полученные из очень зрелых, а значит малокислых плодов, не обладают потенциалом к выдержке великих вин Северного полушария: бордоских, бургундских или пьемонтских, практически всегда сохраняющих высокую кислотность.

Танины, в свою очередь, являются необходимой составляющей красных вин, а значит – залогом их долгой жизни. В некотором роде они выполняют роль ароматических частиц вина. Поэтому дегустаторы обращают на них столь пристальное внимание.

Роль древесных ароматов

В букете выдержанного вина должен проявиться аромат дубовой древесины. Но он не должен подменять, как это случается, другие отсутствующие ароматы. Подобно пряностям, древесные ноты должны подчеркнуть и улучшить общую ароматическую палитру. Дозировка древесных ароматов очень важна для конечного вкуса вина. Древесные ноты должны оставаться на заднем плане. Исключение составляют совсем молодые вина, только что окончившие выдержку в бочках.

Выраженные древесные ароматы вульгарны, как чересчур надушенная девушка. Древесность вина смягчается с возрастом, и от качественных древесных нот остаются субтильные, околдовывающие и проникновенные ароматы. По вкусу вина можно распознать, из какой именно древесины были сделаны бочки, поэтому ее качество имеет большое значение.

ладное, гармоничное.

Ретроназальное восприятие ароматов

Ароматы, прочувствованные нами при обонятельном анализе, проявятся вновь уже во время вкусового восприятия, но посредством так называемого ретроназального ощущения.

Запах вина, оказавшегося во рту, распространяется по нёбу и проникает в носоглотку. Это ощущение усиливается из-за повышенной температуры вина, которая приближается к температуре нашего тела, способствуя испарению напитка.

Дегустатор определяет преобладающие ароматы, оценивает их интенсивность и гармонию.

Финал

Независимо от того, выплевываем мы или проглатываем вино, ощущения, доставляемые напитком, не исчезают сразу. Такая «настойчивость» вина называется длительностью послевкусия. Дегустаторы считают, сколько секунд некоторые ароматы сохраняются во рту. Эти секунды носят название «кодали». Вина с исключительной устойчивостью ароматов, сохраняющихся во рту более 10 секунд, называют «винами, распускающими павлиний хвост».

Если особый вкус вина не исчезает одновременно с другими и сильно проявляется в течение нескольких секунд, то можно говорить об остаточном привкусе напитка. В этом случает он не считается послевкусием!

Длительное, гармоничное, нежное и сбалансированное послевкусие, без остаточного привкуса, с ясной и четкой концовкой – вот то, чего следует ожидать от лучших вин.

Шкала: короткий, мимолетный, обрывистый, средний, развитый, долгий, «с павлиньим хвостом».

Значение послевкусия

Ароматическая стойкость послевкусия – это, вне всякого сомнения, важнейшая характеристика вина. Именно в ней заключается вкус вина. Брийа–Саверен уже сделал вывод о том, что «когда вино находится во рту..., оно еще не производит настоящего впечатления. Только когда мы его проглотим, мы можем по-настоящему его распробовать, оценить и открыть особые ароматы каждого сорта вина».

Тому сомелье, который ищет вина, наиболее соответствующие блюдам шеф-повара и образующие с ними самые лестные сочетания, я настоятельно советую подбирать вина со стойким ароматическим послевкусием и, выбирая среди равных вин, отдавать предпочтение тому, которое обладает самым долгим финалом. Некоторые красные бургундские вина, светлые и деликатные, способны выстоять перед блюдами из дичи, перед которыми уже давно бы капитулировали чернильно-черные, полные вина с ультраразвитым букетом. Я нахожу объяснение этому в их различной стойкости во рту. В действительности гастрономическое сочетание свершается благодаря алхимии, объединяющей две настойчивости – блюда, которое мы вкусили, и вина, которое мы проглотили. Одно изгоняется другим, но их стойкости сливаются между собой.

Общее впечатление

Дегустатор, стремящийся довести анализ вина до победной точки, должен попытаться дать вину общую оценку, которая отразит все полученные им ощущения. Он должен определить, является ли вино типичным, гармонично ли оно, есть ли в нем какие-либо дефекты. Среди негативных оценок могут быть: неотесанное, грубое, закрытое, простецкое. Понравившееся вино дегустатор может охарактеризовать как приятное, искреннее, свежее, лакомое, цветущее, глубокое, концентрированное, женственное или, напротив, мужественное, сложное, элегантное, уравновешенное, богатое...

ДОВЕРЯЙТЕ СВОЕМУ ПЕРВОМУ ВПЕЧАТЛЕНИЮ ОТ ВИНА, ИМЕННО ОНО ЧАЩЕ ВСЕГО ОКАЗЫВАЕТСЯ ЕДИНСТВЕННО ВЕРНЫМ.

Хромолитография из французского журнала Le Crapouillot, 1931 год.

ОСОБЕННОСТИ ДЕГУСТАЦИИ СПИРТНЫХ НАПИТКОВ

Дегустация в blending room, где мастера купажа создают купажированный виски Dewar's. Перт, 1929 год.

Дегустация крепких спиртных напитков напоминает исследование духов. Самая большая роль в этой работе отводится носу. Более или менее легкие пары спирта увлекают за собой ароматические компоненты, которые достаточно прочувствовать на различных уровнях бокала. Часто обонятельный спектр напитка разделяют на три волны ароматов: над бокалом улавливаются самые тонкие ароматы; на уровне кромки ароматы концентрируются; на дне бокала задерживаются ароматы-свидетели выдержки.

По вкусу судят, в первую очередь, о структуре напитка. Бархатистость, шелковистое прикосновение некоторых напитков абсолютно узнаваемы, как и крупицы жженого дуба, свидетельствующие о воздействии на напиток выдержки и древесины бочки.

Итак, ошеломительное восприятие увлекает дегустатора в мир обонятельных ощущений неожиданного богатства. Опыт поможет дегустатору различить тысячи оттенков одного аромата и как мастеру купажа выявить достоинства, недостатки, возраст и все прочие элементы, которые навсегда оставили свой след во вкусе и аромате напитка.

Цветовая палитра крепких спиртных напитков, выдержанных в бочках

- бледно-соломенный
- соломенный
- золотистый
- светлый топаз
- топаз
- осенний лист
- рыжий
- красное золото
- медный
- янтарный
- темный янтарь
- каштановый
- темный каштан

НОС ЧИВАСА

Колин Скотт работает в компании «Чивас Бразерс» с 1973 года, из них 20 лет в должности мастера купажа. Он рассказывает нам об особенностях своей профессии, неотъемлемую часть которой составляет дегустация.

Какими основными качествами должен обладать мастер купажа?
Главное – чувствительный и восприимчивый нос. Именно он позволяет определять, оценивать и фиксировать разнообразные ароматы, оттенки запаха и вкуса, присутствующие в нашем виски. Будучи ответственными за единообразие и неизменно высокое качество виски, мы обязаны проверять наши обонятельные способности ежегодно.
Кроме того, в связи со сложностью букета шотландского виски, прежде чем стать мастером купажа, мы тратим долгие годы (более десяти лет) на изучение характеристик виски различных шотландских винокурен, производящих односолодовый и зерновой виски. Мы изучаем, как характер каждого виски меняется в течение многолетней выдержки в дубовых бочках, и как дубовая бочка влияет на спирты. Это влияние может зависеть от напитка, который находился в бочках перед виски, например, от хереса или бурбона. Затем мы должны осознать, каков будет окончательный вкусовой профиль бленда при смешивании нескольких сортов виски, и как эти сорта реагируют между собой при купажировании, образуя, в конце концов, совершенно новый букет. И, наконец, мастер купажа должен страстно любить шотландский виски.

Потребитель любит отслеживать отличительные черты своего любимого виски. Существует ли какая-либо магическая формула, список ингредиентов для Chivas?
«Чивас Бразерз» занимается купажированием престижных сортов виски в течение 150 лет. В первопроходческие годы братья Джон и Джеймс Чивасы положили начало традиции и стилю бленда, которые отражаются и в наших сегодняшних купажах. Chivas Regal создан с соблюдением этих традиций и стиля – стиля богатого, нежного и щедрого виски, который легко пьется в кругу друзей.

Chivas Regal 12-летней выдержки представляет собой особый купаж многих отобранных солодовых и зерновых виски, каждый из которых в отдельности уже выдержан более 12 лет. Характерной основой Chivas Regal является богатый и полнотелый сингл молт Strathisla из Спейсайда. Мягкостью и элегантностью вкуса Chivas Regal обязан влиянию Спейсайда и множеству виски из этого региона, которые были отобраны для купажирования. Chivas Regal имеет свою уникальную формулу и рецептуру, которую мастера купажа хранят в глубокой тайне.

Основой Chivas Regal является односолодовый виски Strathisla. Как возникло это почитаемое имя? Какова его истинная роль в купаже?
Основанная в 1786 году Strathisla является старейшей действующей вискикурней, производящей односолодовый виски в Спейсайде и во всем Хайлендсе. В 1950 году компания «Чивас Бразерз» выкупила вискикурню, чтобы обеспечить постоянное поступление этого чудесного виски для создания нашего бленда. Strathisla – полнотелый, богатый, фруктовый виски с ореховыми нотами, который служит визитной карточкой и основой для 12 и 18-летних блендов Chivas Regal.

Говорят, что профессия мастера купажа – это искусство. По Шекспиру – «Искусство вечно». Что создает основные трудности в вашей работе?
Работа мастера купажа требует высокой квалификации и, несомненно, является искусством. Дело в том, что шотландский виски – стопроцентно натуральный, а поэтому живой продукт. Даже после тридцати лет работы с шотландским виски постоянно приходится чему-то учиться и узнавать что-то новое, несмотря на то, что это сугубо традиционное занятие в сегодняшнюю эпоху больших перемен. Наша постоянная забота – удостовериться, что Chivas Regal остается на том же уровне высоких стандартов превосходного качества и постоянства вкуса, и сохранит их в будущем.

Как вы пьете Chivas Regal?
Для того чтобы насладиться Chivas Regal, я наливаю солидную порцию в хрустальный широкий бокал и добавляю равное количество природной питьевой воды. В жарких странах можно добавить кубик льда, чтобы охладить виски. Добавление воды снижает эффект перечного покалывания в носу, вызванного спиртом, и высвобождает сложный букет, маскируемый алкоголем. Я думаю, что охлаждать виски следует с помощью лишь небольшого количества льда. Тем не менее, я считаю, что лучше всего пить Chivas Regal так, как вам больше нравится: чистым, с водой, со льдом, в коктейле или как угодно, хотя я бы посоветовал просто добавить немного воды.

ЧАСТЬ 3-я

Напитки в ресторане

3.1. Вино. *Призвание сомелье*
136

3.2. Шампанское. *Роскошь до последнего пузырька*
166

3.3. Аперитив. *От мифа до ритуала*
178

3.4. Виски. *Многообразие характеров и способов употребления*
188

3.5. Коньяк. *Величие терруара*
202

3.6. Текила. *Мгновенное путешествие*
216

3.7. Водка. *Вектор имиджа и прибыли*
220

3.8. Ром. *По ком звонит бокал*
226

3.9. Сочетание вин и блюд
236

3.10. Сигары
260

Глава
3.1

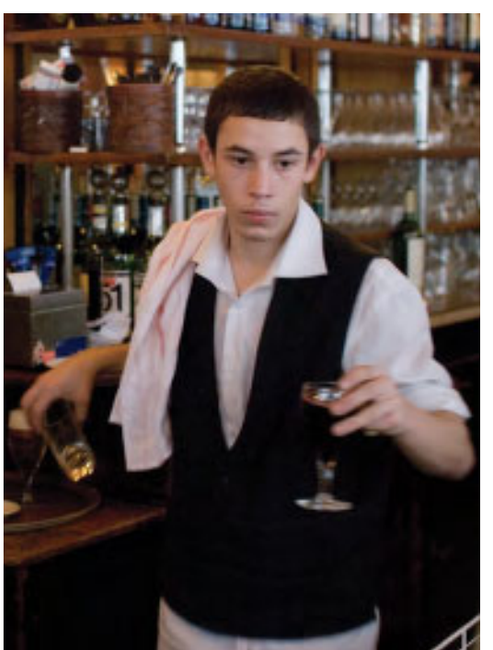
Вино

Призвание сомелье

Если вино – это душа ресторана, то винный погреб – его память. Эти возвышенные слова отражают простую истину: хорошей кухни нет там, где нет хорошего вина.

С прагматичной точки зрения, вина и напитки являются самым прибыльным сектором ресторана, и они вернут сторицей все вложенные в них средства и уделенное им внимание. Но этот путь будет долгим. От ценовой политики до составления винной карты, от выбора бокалов до оттачивания мастерства сервировки, от освоения искусства продаж до соблюдения верной температуры подачи – придется пройти, не оступившись, по всем ступеням этой шаткой лестницы, чтобы, поднявшись на верхний этаж, достичь намеченных целей.

**«БЕЛОЕ, ЧТОБЫ ПИТЬ.
КРАСНОЕ, ЧТОБЫ ЕСТЬ»**



Pommard clos Epeneaux 96
Pommard clos Epeneaux 96
Pommard clos Epeneaux 96
Pommard clos Epeneaux 96
Pommard clos Epeneaux 96
Pommard clos Epeneaux 96
Corton 76 Rapet
76 Rapet
Corton 76 RAPET
Corton 76 Rapet
Corton 76 RAPET

Центральная доска представляет имеющиеся в наличии вина и шампанское. А их цены указаны на table tents, стоящих на столах. Такой подход был выбран в лондонском ресторане, расположенном в Челси на King's Road.

Приведенная схема охватывает самые распространенные разновидности вин. В скобках указаны их некоторые наиболее известные примеры.

Бренд крупным планом

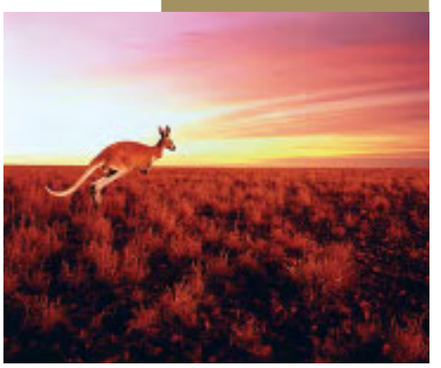
JACOB'S CREEK

Самое популярное австралийское вино

ИСТОРИЯ

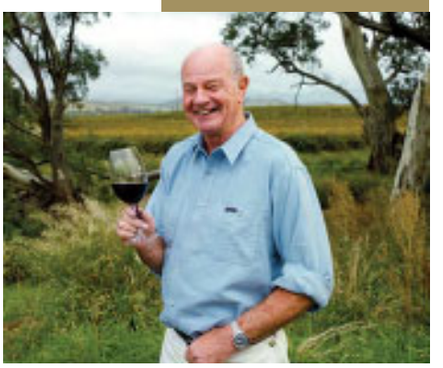
Jacob's Creek – крупнейшая винодельческая компания Австралии. Ее история восходит ко времени колонизации юга страны. В 1839 году Уильям Джейкоб и его брат Джон приобрели участок земли, омываемый двумя реками. Одна из них, названная Джейкобс-Крик, и дала имя всему владению.

ГЕОГРАФИЯ



Земли братьев Джейкоб находились в сердце долины Баросса, которой предстояло стать ведущим регионом австралийского виноделия, прославленным в настоящее время Ширазом и Рислингом. Сегодня Дом Jacob's Creek владеет виноградниками во многих других регионах Австралии.

МАСТЕР ВИНОДЕЛИЯ



Вина Jacob's Creek изготавливаются под неусыпным контролем Филиппа Лаффера, удостоенного в 2002 году титула Лучшего винодела Австралии, и отвечают по всем параметрам ожиданиям самых взыскательных ценителей.

Jacob's Creek Merlot

Создавая это характерное Мерло, урожай собирают в несколько приемов, дабы получить гроздья, находящиеся на разных стадиях созревания. Кюве из спелого винограда соединяют с кюве из более кислых плодов и получают одновременно насыщенное и глубокое вино, остающееся при этом свежим и легким на вкус. Затем его выдерживают три месяца в бочках из французского дуба, что делает его букет еще богаче. Это вино хорошо сочетается с приготовленным на гриле мясом или барбекю.

Jacob's Creek Shiraz-Cabernet

В этом вине мощный характер сорта Шираз смягчают, добавляя в большем или меньшем количестве Каберне-Совиньон. «В прохладные годы, когда Шираз получается более пряным и перечным, его доля возрастает, по сравнению с жаркими годами, когда он приобретает характер, отмеченный оттенками сливы», – объясняет Филипп Лаффер. При дегустации вино образует сложную и удачную комбинацию ягодных ароматов, подчеркнутых легкими нотами кожи. Рекомендуется к жареному или приготовленному на гриле мясу.

Jacob's Creek Shiraz

Jacob's Creek Shiraz – вино с ярким, многогранным вкусом. В нем чувствуются пряности, черника и легкие оттенки сливы и лакрицы. Его следует подавать к мясу в соусе, к подрумяненному утиному магре или к другому серьезному блюду, которое выдержит натиск ароматов Шираза.

Jacob's Creek Shiraz Reserve

Jacob's Creek Shiraz Reserve достигает апогея качества. Это – вино для высокой гастрономии, удостоенное премий на многочисленных международных конкурсах. Полученное из винограда, выращенного в лучших регионах Австралии, как, например, долина Баросса или Пэдтеуэй, оно богато ароматами и обладает маслянистой, почти сливкообразной структурой, переданной американским дубом.

Jacob's Creek Chardonnay Reserve

Это Шардоне отличается живостью и полнотой. Его выдерживают в бочках 8 месяцев, но яблочно-молочное брожение осуществляется лишь у 60% сусла, чтобы сохранить строгость и свежесть вина. Предназначенное для употребления любыми способами – от аперитива до сочетания с дарами моря, это вино также прекрасно подойдет к блюдам из птицы.

Jacob's Creek Sémillon Chardonnay

85% Семийона и 15% Шардоне – таков баланс сортов в этом белом вине. Семийон сам по себе был бы слишком строг, и немного Шардоне придает ему легкую маслянистость и нежность. На вкус вино свежее, с лимонными тонами и легкими ароматами цитрусовых корочек. Оно вызывает ощущение сочности, словно свежий хрустящий плод. Очарование вина ощущается в полной мере во время аперитива или в сочетании с морепродуктами.

Jacob's Creek Chardonnay Pinot Noir Brut

Это игристое вино получают на 70% из Шардоне и на 30% из Пино Нуар. Оно подвергается брожению в бутылках по шампанскому методу и вдохновляет фруктовой свежестью и тонкой сложностью ароматов. Четкий, живой, воздушный финал превращает этот брют в отличный аперитив.

Jacob's Creek Sparkling Rosé

Сделанное по шампанской технологии из сортов Шардоне и Пино Нуар, вино обладает нежно-розовым цветом, ароматами цитрусовых, клубники и красной смородины. Его рекомендуют на аперитив, к салатам, дарам моря и пасте.

ЗНАЧЕНИЕ СЕРВИРОВКИ ВИНА

Сервировка вина в ресторане высокой кухни – это индикатор, по которому клиенты судят об общем качестве обслуживания. Траты на вино составляют большую часть ресторанного чека. К тому же, чаще всего гости заказывают высокое вино в наиболее важные моменты своей жизни. Поэтому подача вина приобретает особое значение: за вашими действиями будут пристально наблюдать, внимательно их анализировать, скрупулезно разбирать на составные части и (как это часто случается) критиковать. Таким образом, вся процедура подачи вина должна проходить безупречно. А для этого вам потребуются многие качества: знания, такт, чувствительность, опыт, но особенно предельное внимание ко всем деталям.

ЧЕТЫРЕ СТЕРЖНЯ ПРАВИЛЬНОЙ СЕРВИРОВКИ

Подача вина – это спектакль, с идеальным сценарием, многократно отрепетированной «хореографией» и передающими атмосферу декорациями.

Только постоянные, упорные тренировки позволят добиться легкости в подаче вина, отполировать ее до блеска и придать ей гибкость. Тогда сервировка, словно лайковая перчатка, придется по размеру запросов каждого нового клиента.

Адаптация сервировки вина к уровню ресторана

«Обычный» ресторан

Не все рестораны ставят вино во главу угла, поэтому клиенты таких заведений и не ждут чего-то особенного от напитков. В этих ресторанах специально обученный официант берет на себя минимальные функции сомелье. Он принимает заказ, может дать несложные советы и поясняет винную карту, которая чаще всего включает от тридцати до пятидесяти позиций. Конечно, его советы носят самый общий характер и позволяют клиенту избежать грубых ошибок в выборе напитка. Официант рассказывает посетителям о проходящих в ресторане промоушн-акциях. Он заботится о хорошей оборачиваемости всех позиций винной карты.

Официант должен уметь откупорить бутылку в присутствии клиента, понюхать пробку и понять, все ли в порядке с напитком. Затем дать продегустировать вино клиенту, сделавшему заказ, и разлить вино по бокалам.

В дальнейшем клиентам не возбраняется самим подливать себе вино, чтобы не зависеть от обслуживающего персонала, который иногда настолько занят, что просто не успевает следить за уровнем вина в бокалах.

Но ничто не мешает официанту время от времени «освежать» бокалы посетителей. Это ускорит потребление вина, не нарушив общей неформальной атмосферы.

Игристые и другие вина, подаваемые в ведерке, требуют дополнительного внимания со стороны персонала. Это вполне понятно: с одной стороны, наполнение бокалов игристым вином относится к одной из самых деликатных операций (нужно наклонять фужер, следить за подъемом пены и т.д.), да и просто подача в ведерке со льдом – не из легких. Поэтому официант должен постоянно следить за уровнем игристого вина в бокалах, подливая его по мере необходимости.

Ресторан высокой кухни

Безупречное обращение с вином – это must гастрономического ресторана, и здесь клиентов обслуживает сомелье. В таких заведениях, как Le Cinq или Guy Savoy, служащих эталонами качества как в кулинарном искусстве, так и в обслуживании, работают сомелье, которые сочетают энциклопедические знания о винах с виртуозным владением искусством сервировки. Это не случайность, поскольку именно такое стремление к всестороннему совершенству отличает лучшее от хорошего.

Естественно, ситуация, когда клиент сам себе подливает вино в бокал, в таком заведении исключена, если только он не хочет показать сомелье, что тот просто плохо работает. Поэтому, случись подобное, сомелье, любящий свою профессию, будет глубоко обижен.

Когда перед хорошим сомелье стоит задача снова подлить вино в бокалы гостей, он делает это быстро, не мешая беседе, стараясь держаться вне поля зрения того, кого он обслуживает. Кстати, прервавшийся разговор – это знак того, что ему еще предстоит совершенствоваться в своей работе.

ДЕСЯТЬ ЗОЛОТЫХ ПРАВИЛ ПОДАЧИ ВИНА

1. Вино всегда подается перед едой. Если предусмотрена смена нескольких блюд, каждое из которых сопровождается отдельным вином, то вино подается перед тем блюдом, для которого оно предназначено. Бокалы меняют для каждой новой бутылки. Бокалы с элитным вином убирают только после того, когда они опустеют.

2. Вино не достают из корзинки, если в ней его принесли к столу. Старую, покрытую пылью погреба бутылку не протирают.

3. Прежде чем откупорить бутылку, ее нужно представить, показав этикетку, тому человеку, который сделал заказ. Демонстрируя бутылку, произносят название вина так, как оно указано в карте, и год урожая. Прежде чем приступить к откупориванию бутылки, дожидаются одобрительного знака клиента (вполне достаточно кивка или просто одобрительного взгляда).

4. Чем меньше шевелится и двигается бутылка при откупоривании, – тем лучше. Горлышко протирают идеально чистой столовой салфеткой (за исключением бутылок с игристыми винами).

5. Не переполняйте бокалы. По традиции считается, что красным вином нужно наполнять бокалы наполовину, а белым – на две трети. Но новый дизайн бокалов, размер которых порядком увеличился, сделали эти сведения в большинстве случаев бесполезными. Лучше следить за тем, чтобы наливать в бокал около 120 мл как красного и белого вина, так и шампанского.

«ТЕМПЕРАТУРА – ЭТО ТРИ ЧЕТВЕРТИ ВКУСА ВИНА»

ДИДЬЕ БЮРО,
СОМЕЛЬЕ

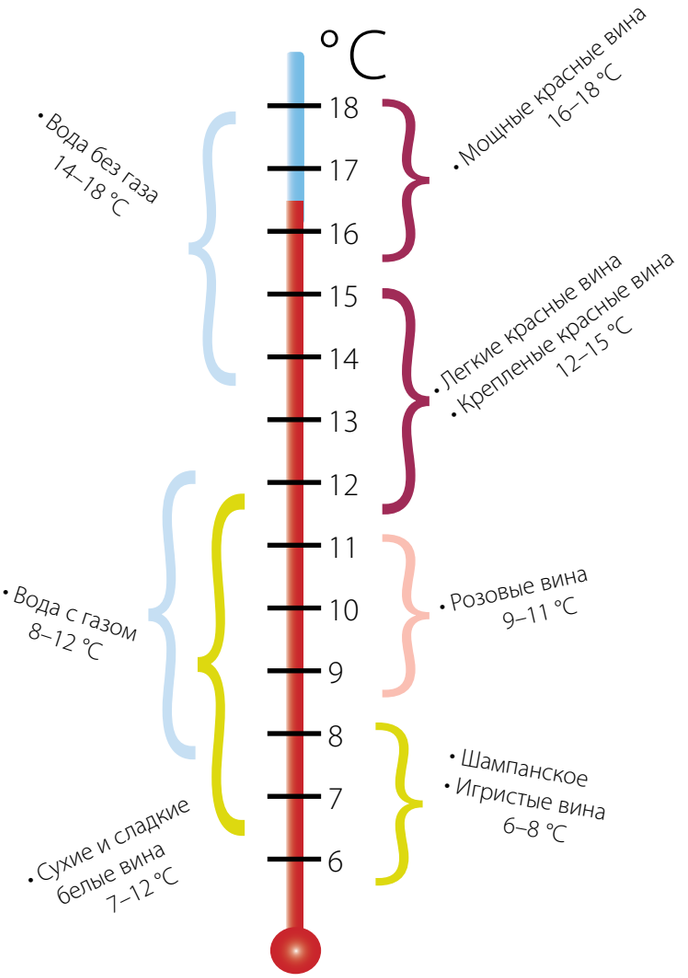
6. Не нужно наполнять бокал, если в нем еще осталось достаточно вина. Это доставляет дополнительное беспокойство гостю и может вызвать у него раздражение. Может быть, он пытается сократить потребление спиртного (а если он за рулем?) Не форсируйте события и не думайте о том, как побыстрее принести следующую бутылку.

7. Ответственность за то, чтобы в бокалах гостей оказалось равное количество вина, несет сомелье или официант. Совершенно недопустимо, чтобы последнему гостю досталось меньше остальных. Стандартная бутылка позволяет обслужить примерно 6–8 человек.

8. Наливая белое вино, бутылку держат на расстоянии 8–10 см над бокалом, что выше, чем в случае с красным вином, поскольку пятна от последнего более опасны. Однако высокие, выдержанные белые вина наливают подобно красным: прямо над бокалом, но никогда не касаясь его горлышком бутылки.

9. Наполнив бокалы, бутылку поднимают четким движением, слегка повернув запястье, чтобы избежать капель.

10. Пустые бокалы убирают со стола как можно быстрее, но гость не должен оставаться вообще без бокала. Это значит, что при переходе с белых вин на красные, бокалы от белого вина убирают уже после того, как нальют красное. Если сервируют спиртные напитки, то опустевшие бокалы от красного вина убирают после подачи спиртных напитков.



ТЕМПЕРАТУРА ПОДАЧИ ВИНА

Многие считают, что сомелье и дегустаторы проявляют излишнее усердие в том, что касается температуры подачи вина. «Это вино должно быть подано при 12°C». Почему, интересно, не 11 или 13°C? Насколько это на самом деле важно?

Чувствительность наших вкусовых рецепторов к температуре огромна. Получается, что разница в один градус имеет большое значение. Но как в этом случае она повлияет на вкус вина, его равновесие? И каким образом вообще можно определить правильную температуру подачи вина, если она действительно существует?

Сегодня мы можем аргументированно ответить на все эти вопросы, основываясь на длительном изучении «поведения» вина. Есть общеизвестные истины. Вы, скорее всего, предпочтете холодный лимонный сок теплому: ощущение кислоты усиливается при повышенной температуре. Сахар покажется не таким сладким в холодном напитке, а черный кофе, наоборот, меньше горчит, когда он горячий. Отсюда можно сделать простой вывод: температура подачи вина зависит от его кислоты, содержания сахара и танинов. Ну, и конечно, от крепости напитка, так как большинство из нас предпочтет ледяную водку теплой.

Так, у каждого вина есть идеальная температура. Чем больше в вине танинов, тем менее холодным оно должно быть при подаче. Но чем больше в вине кислоты, тем сильнее его следует охладить. Молодые вина, не насыщенные танинами, сохранят свои фруктовые ароматы, если их подать прохладными. Тогда как старые вина с солидным букетом, наоборот, нужно довести до «комнатной» температуры. Шампанское подается холодным, чтобы его пузырьки были тоньше и подвижнее.

Таким образом, температура подачи помогает уравновесить вино, и ее можно точно установить во время предварительной дегустации.

ОБЩИЙ АЛГОРИТМ ПОДАЧИ ВИНА

ПОДАЧА ВИНА ДОЛЖНА ПОДЧИНЯТЬСЯ СТРОГОМУ ПРОТОКОЛУ: ПРИ БОЛЬШОМ КОЛИЧЕСТВЕ ЗАКАЗОВ МАЛЕЙШАЯ ОПЛОШНОСТЬ МОЖЕТ ПРИВЕСТИ К ПОЛНОЙ ДЕЗОРГАНИЗАЦИИ.

ЗАКАЗ

Сомелье или официант принимает заказ у клиента.

Бутылку достают из погреба.

Проверьте, та ли это бутылка, нет ли протеков на этикетке и вокруг пробки. Проконтролируйте температуру вина.

КОНТРОЛЬ СЕРВИРОВКИ СТОЛА

Убедитесь, что на столе стоят бокалы, подходящие для заказанного вина, и есть блюдце для пробки.

ПОДАЧА ВИНА БОКАЛАМИ

Бутылку с вином приносят в зал и демонстрируют человеку, который сделал заказ.

При необходимости бутылку открывают. Вино наливают в бокал либо на сервировочном столике, либо непосредственно перед клиентом.

ПОДАЧА ВИНА В БУТЫЛКЕ

ПОДАЧА БЕЛОГО ИЛИ РОЗОВОГО ВИНА В ВЕДЕРКЕ СО ЛЬДОМ

См. стр. 149

ПОДАЧА ВЫСОКОГО БЕЛОГО ВИНА (БЕЗ ВЕДЕРКА СО ЛЬДОМ)

ПОДАЧА КРАСНОГО ВИНА

ПОДАЧА ИГРИСТОГО ВИНА

См. стр. 168

ПОДАЧА БЕЗ КАРАФАЖА (переливания в графин)

См. стр. 148

Порой в бутылке красного вина неожиданно оказывается осадок. В этом случае вино разливают в бокалы очень аккуратно. В Англии за появлением осадка следят с помощью свечи, словно декантируют вино не в графин, а в бокал.

Цель: Насытить вино кислородом!

ПОДАЧА С АЭРАЦИЕЙ

См. стр. 152

Цель: Отделить старое вино от осадка!

ПОДАЧА С ДЕКАНТАЦИЕЙ

См. стр. 154–155

ОТКУПОРИВАНИЕ БУТЫЛКИ ВИНА

ОТРЕЗАТЬ КАПСУЛУ

Отрежьте по кругу колпачок, опираясь на нижнюю часть горлышка. Сделав полный оборот ножом, снимите отрезанную капсулу.

ВВИНТИТЬ ШТОПОР

Вставьте острие штопора ровно в центр пробки. Ввинтите его в пробку, сделав примерно три полных оборота и один полуоборот, если вы пользуетесь стандартным штопором длиной 5 см.

Постарайтесь не проткнуть пробку штопором насквозь, чтобы не занести в вино кусочки пробки.

ЗАФИКСИРОВАТЬ ПЕРВУЮ СТУПЕНЬКУ ШТОПОРА

Зафиксируйте первую ступеньку штопора о горлышко бутылки.

ЧАСТИЧНО ВЫТЯНУТЬ ПРОБКУ

Пользуясь рукояткой штопора, словно рычагом, частично вытяните пробку. Ввинтите в нее штопор еще на полоборота.

ПОЛНОСТЬЮ ИЗВЛЕЧЬ ПРОБКУ, ОПИРАЯСЬ НА ВТОРУЮ СТУПЕНЬКУ

Зафиксируйте вторую ступеньку штопора о горлышко и полностью извлеките пробку. На последних 5 мм вы можете взять пробку рукой и вынуть ее, только очень деликатно.

«ДЛЯ СОМЕЛЬЕ ОЧЕНЬ ВАЖНО ИМЕТЬ ЛОВКИЕ РУКИ, ПОСКОЛЬКУ НЕКОТОРЫЕ БУТЫЛКИ С ВИНОМ НЕ ТОЛЬКО ДОРОГИЕ, А ПРОСТО НЕЗАМЕНИМЫЕ»

НОЭЛЬ БАЖОР,
ШЕФ-СОМЕЛЬЕ LOUIS XV, МОНАКО

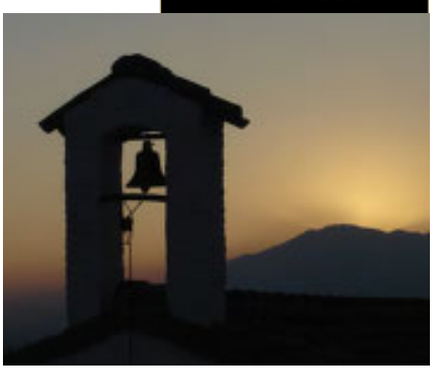
Бренд крупным планом

Etchart

С высокогорных виноградников Аргентины

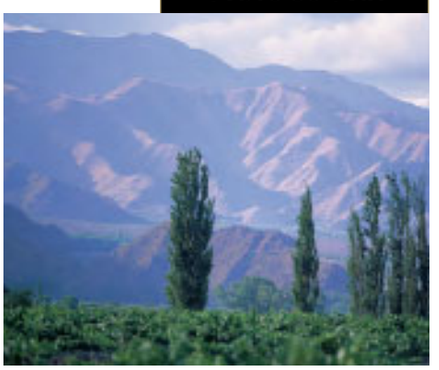
Первые виноградники Аргентины относятся к XVI веку – эпохе испанской колонизации. В XIX веке с новыми волнами переселенцев в Аргентину прибыли и новые сорта винограда, а также традиции и опыт виноделия. Именно к данному периоду, а точнее к 1850 году, восходит «Флорида» – первый виноградник Дома Этчарт.

ИСТОРИЯ



Виноградник «Флорида» был разбит баскскими колонистами вблизи деревни Кафаяте на северо-западе Аргентины, у подножья Кордильеры Анд, на высоте выше 1700 метров. Здесь посадили лозу Торронтес, напоминающую Мускат своими экзотическими ароматами. В 1938 году эти земли выкупил Арнальдо Б. Этчарт. В то время компания Etchart начала расширяться, скупая виноградники на северо-западе Аргентины, а также в провинции Мендоса, на юге страны.

ФИЛОСОФИЯ



Вина Etchart создаются под руководством главного винодела Виктора Маркантони. Он уже успел поработать с известнейшим виноделом Мишелем Ролланом, и этот опыт привел его к идее поиска идеальной зрелости ягод – лишь она позволяет оптимально выразить в вине фруктовый характер винограда. Так он берет лучшее от лозы и терруара. Виктор умело использует высоту над уровнем моря, полупустынный климат с перепадами дневной и ночной температуры,

СОРТА ВИНОГРАДА

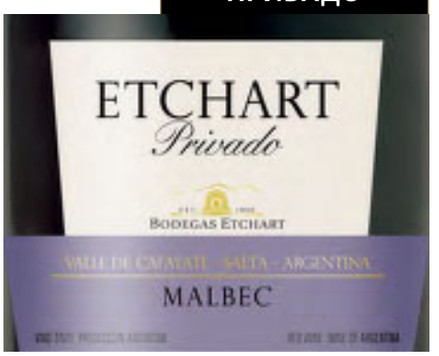
порой достигающими 20°С, отсутствие осадков (восполняя недостаток влаги искусственным орошением) и постоянную солнечную погоду, чтобы медленно довести до полной зрелости такие сорта, как Мальбек, Каберне-Совиньон, Таннат, Мерло, Сира, Шардоне и, разумеется, Торронтес, которые затем придают вину особый характер и интенсивный аромат. Так вина Etchart сделались одним из наиболее многообещающих флагманов виноделия Нового Света.

РИО ДЕ ПЛАТА

В зависимости от возраста, терруара и выдержки, вина Etchart звучат в разных регистрах.

Гамма **Rio de Plata** (что значит «Серебряная река» – название главной местной реки) включает фруктовые свежие вина в современном стиле, которые нравятся молодежной публике. Вина этой гаммы происходят из области Мендоса, и их изготавливают из сортов Каберне-Совиньон, Мальбек, Мерло, Торронтес и Шардоне.

ПРИВАДО



Линия **Privado** рекомендуется любителям сложных, концентрированных вин. Она берет начало в высокогорных виноградниках Кафаяте и объединяет вина с насыщенным цветом, которые выражают лучшие качества каждого сорта. Так, Мальбек, Каберне-Совиньон, Сира, Мерло, Торронтес и Шардоне объясняются на языке мощи, но сохраняют высокую ароматическую чистоту.

ГРАН РЕЗЕРВА

Вина гаммы **Grand Reserva** происходят из наиболее высокогорных виноградников, засаженных лозами старой посадки. Одной из «жемчужин» аргентинских вин по праву считается красное Arnaldo B. Etchart. В этом купаже высочайшего уровня, благодаря выдержке в бочках из лимузенского дуба, сочетаются и достигают великолепия сорта Мальбек, Таннат и Каберне-Совиньон. Как правило, Arnaldo B. Etchart превосходит ожидания самых требовательных ценителей мощных вин с долгим и глубоким вкусом.

Бренд крупным планом

Campo Viejo

Настоящий испанский характер

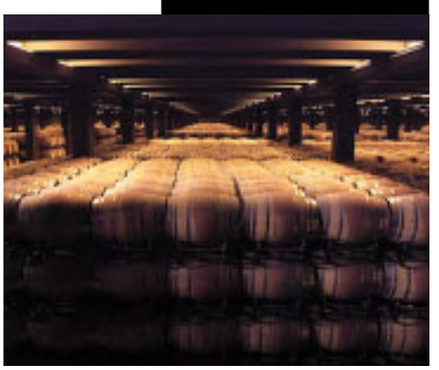
Испания – это земля древних традиций и в то же время авангарда. Одна из ее наиболее известных провинций – Риоха – дарует нам изысканные вина, которые свидетельствуют о любви испанцев к празднествам и радостям застолья.

РИОХА

Область Риоха получила свое имя от притока реки Эбро – Рио Оха, по склонам долины которого раскинулись виноградники. Это наиболее известное и уважаемое наименование вин в Испании. Виноделы Риохи, возможно, лучше, чем в других местах страны, владеют мастерством выдержки вина, которое привносит в естественную фруктовость местных сортов винограда глубину и сложность, превращая вина Риохи в образец насыщенности и равновесия.

Марка Campo Viejo возникла в 1959 году в результате слияния двух старинных владений Риохи. Имя марки, означающее по-испански «старое поле», связано с расположенными поблизости вековыми виноградниками.

ПОГРЕБ



В 1967 году основатель Campo Viejo, Хуан Алькорта, выстроил в центре Риохи, в Логроно, винный погреб, который ныне носит его имя.

Погреб – настоящий памятник винодельческой архитектуры, уходит под землю более чем на 7 метров. Глубина погреба позволяет использовать при винификации одну лишь силу тяжести, которая, как известно, лучше всего сохраняет ягоды и их сок, сберегая фруктовый аромат вина во всей его чистоте. Старение вина проходит в бочках из американского дуба, богатого ароматами ванили, с дополнительной выдержкой во французском дубе.

ХАРАКТЕР

Наиболее продвинутые методы винификации Campo Viejo соседствуют с мастерством, восходящим к древнейшим европейским традициям, а результатом является выразительное вино с настоящим испанским характером.

Благодаря большой площади виноградников (2300 гектаров), Campo Viejo стал одним из посланцев Риохи и Испании в мире. Виноградники засажены старыми лозами, которым более 25 лет. Наряду с королевским сортом Риохи, Темпранильо, здесь встречаются красный и белый Гренаш, Масуэло, Виура, а также Грасиано – местный красный сорт Риохи, ароматный, кислотный и богатый танинами.

Tempranillo Rosé

Вино производится из сорта Темпранильо. Ягоды помещают в чан, где при низкой температуре сусло приобретает желаемый розовый оттенок. Затем чан спускают, и из него вытекает так называемый «самотек», который подвергают дальнейшему брожению. В результате образуется свежее вино с ярко выраженными фруктовыми и цветочными ароматами, которое, будучи поданным при температуре 8-10°C, прекрасно подходит для аперитива с различными тапас или для ужина с барбекю или жареной птицей.

Crianza

В основе вина лежат сорта Темпранильо, Грасиано и Масуэло, его выдержка длится 12 месяцев в дубовых бочках и 6 месяцев в бутылках. Старение придает вину элегантную полноту, а также шелковисто-бархатистую структуру. Это равновесие, в котором взаимодополняются ароматы свежих фруктов и ванили, позволяет сомелье рекомендовать вино к самым разнообразным блюдам. Поданное при 17°C, оно удачно сочетается как с белым, так и с красным мясом, а также со зрелыми сырами.

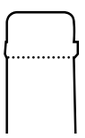
Gran Reserva

Для получения этого вина с возвышенным характером отбираются лучшие кюве из сортов Темпранильо, Грасиано и Масуэло. После купажирования вино может дозревать в течение 2 лет в бочках и еще как минимум 3 года в бутылках. В результате продолжительной выдержки напиток обретает бархатистый и мощный вкус с ароматами конфитюра и древесины, обогащенными ванилью, пряностями, шоколадом и табаком. Вино подают при 18°C к таким блюдам, как жареное мясо, жиго баранины, а также выдержанные сыры с выразительным вкусом.

ПОДАЧА КРАСНОГО ВИНА БЕЗ ПЕРЕЛИВАНИЯ В ГРАФИН

Этим же способом подают не только красные, но и высокие белые вина.

Продемонстрируйте вино гостю, сделавшему заказ, повернув к нему этикетку.



Отрежьте капсулу под кольцом.

Откупорить бутылку. (см. стр. 145)

Понюхайте пробку и положите ее на специальное блюдце.

МОЛОДОЕ ВИНО

СТАРОЕ ВИНО

Рекомендуется сначала продегустировать вино самому, а уже потом дать его попробовать гостю: со старыми винами чаще случается непредвиденное ухудшение качества.

Сомелье ставит свой бокал на сервировочный столик и наливает в него не более 10-20 мл вина и проводит дегустацию, определяя, всё ли в порядке с напитком.

Получите согласие гостя: он не нашел дефектов и его устраивает температура вина. Согласие может быть не только произнесено вслух, но и выражаться кивком головы.

Налейте немного вина сделавшему заказ гостю, чтобы он его продегустировал. Находитесь всегда справа от клиента.

Разлейте вино по бокалам гостей, начиная с дам. Человек, который сделал заказ, обслуживается в последнюю очередь. Постарайтесь, чтобы количество напитка в бокалах было одинаковым.

Красным вином стандартный бокал наполняют на половину объема.

КОРЗИНКА ДЛЯ ВИНА

Пользоваться корзинкой обязательно лишь в том случае, если вы подаете великие вина. Корзинку всегда держат горизонтально и ни в коем случае не вынимают из нее бутылку. Подача вина в корзинке требует опыта. Все движения делайте очень осторожно, старайтесь ни в коем случае не сотрясать вино.

Поставьте бутылку на стол, на маленькую тарелку.

Если бутылка подается в корзинке, нужно поставить на стол точно под горлышком бутылки блюдце на сложенной салфетке, чтобы избежать пятен на скатерти.

ПОДАЧА БЕЛОГО (И РОЗОВОГО) ВИНА В ВЕДЕРКЕ СО ЛЬДОМ

Поместите бутылку в ведерко. Положите в него лед и налейте прохладной воды в два раза больше по объему, чем льда. Накройте ведерко салфеткой.

Установите специальную подставку для ведерка, желательно справа от клиента. Поместите в нее ведерко с бутылкой.

Достаньте бутылку, подождите, пока с нее стечет вода (но не вытирайте!), и продемонстрируйте ее гостю, чтобы он мог убедиться: ему принесли именно то, что он заказал.

Для того чтобы не замочить руки, воспользуйтесь салфеткой, прижимая ее к бутылке на уровне донышка левой рукой, на уровне горлышка – правой.

ОТКУПОРИТЬ БУТЫЛКУ

Поставить бутылку в ведерко.
Откупорить бутылку.
Не бросайте пробку и капсулу в ведерко!

Понюхайте пробку. После этого положите ее на специальное блюдце, стоящее перед тарелкой человека, сделавшего заказ. Пробка – подтверждение подлинности вина.

Протрите салфеткой горлышко. Достаньте вино из ведерка и подождите, пока стечет вода, но не сотрясайте бутылку.

Получите согласие гостя: он не нашел дефектов и его устраивает температура вина. Согласие может быть не только произнесено вслух, но и выражаться кивком головы.

Дайте продегустировать вино тому клиенту, который сделал заказ. Стойте справа от него.

Разлейте вино по бокалам гостей, начиная с дам. Человек, который сделал заказ, обслуживается в последнюю очередь. Старайтесь, чтобы количество напитка в бокалах было одинаковым.

Белым вином стандартный бокал наполняют на две трети.

Поставьте бутылку в ведерко и накройте его салфеткой.

КАРАФАЖ

ПОДАЧА ВИНА В ГРАФИНЕ

Как правило, вино переливают в графин только в престижных гастрономических ресторанах, где для этого есть специально обученный персонал. Подача вина превращается в настоящий спектакль и демонстрирует желание ресторатора угодить своим гостям, сервируя вино в его наилучшей ароматический форме.

Карафаж делится на два или три (если считать шампанское) варианта.

Первый вариант – аэрация. Ей чаще всего подвергаются довольно молодые «закрывшиеся» вина, которые после нескольких лет в бутылке приобрели легкий запах раскисления, улетучивающийся при аэрации.

Что касается шампанского, то его переливают в графин очень редко. Эту операцию проводят по просьбе некоторых клиентов, которые любят пить свое шампанское менее игристым.

Самый зрелищный вариант карафажа – декантация – служит для того, чтобы отделить вино от осадка, который, помимо своего неэстетичного вида, еще и придает вину неприятный горький привкус, так как он состоит из танинов.

Этой процедуры обычно удостаиваются вина старых годов урожая. Хотя некоторые вина уже после 5 лет выдержки в бутылке способны образовать осадок, оправдывающий их декантацию.

Клиент вправе потребовать проведения аэрации или декантации вина. Вместе с тем, сомелье обязан следить за эволюцией своих вин. И в момент получения заказа он знает, нуждается ли данное вино в карафаже.

Аэрация – насыщение вина кислородом (красные и белые вина)

Аэрация нужна белым и красным винам определенного типа, в большей или меньшей степени юным, чей вкус раскрывается после продолжительного контакта с воздухом. Аэрация не только усиливает

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ МЕТОДЫ АЭРАЦИИ

Для того чтобы помочь вину лучше раскрыться, можно применить метод медленной аэрации Франсуа Одуза. Бутылку освобождают по плечи, то есть выливают лишнее вино в бокал, и оставляют ее «подышать» один-два часа.

Еще один способ аэрации называется «декантация по-бордолезски», хотя на самом деле его нельзя считать декантацией, как таковой. Этот метод используют сомелье, работающие в ресторанах Spoon Алена Дюкасса. Суть метода состоит в том, что вино быстро переливают из бутылки в графин, а затем так же молниеносно возвращают обратно в бутылку. Плюсы «декантации по-бордолезски» заключаются в том, что она позволяет избежать резкого шока от карафажа, вызванного сильным воздействием кислорода, и вино подается в бутылке, что, как правило, высоко ценится гостями ресторана.

ароматическую экспрессию вина, но и помогает ему избавиться от легкого затхлого запаха, который иногда образуется во время заточения вина в бутылке. Кроме того, насыщение вина кислородом может избавить напиток от легкого привкуса пробки (хотя не стоит в этом случае считать аэрацию безотказным чудодейственным средством).

Когда вино переливают в графин, оно вступает в тесный контакт с воздухом, что ускоряет окисление напитка, которое в бокале заняло бы от нескольких минут до нескольких часов. Аэрация позволяет выиграть время и подать клиенту вино, наиболее полно раскрывшее вкус и ароматы.

Для аэрации требуются графины с широким дном, чтобы площадь соприкосновения вина с воздухом была наибольшей. Такие графины называют «капитанами». В графин переливается содержимое всей бутылки. Использование свечи, разумеется, излишне.

Декантация– отделение вина от осадка (старые красные вина)

Декантацию проводят с единственной целью – освободить вино от осадка, накопившегося на донышке бутылки. Ей подвергаются довольно старые вина (у которых уже сформировался осадок), но не слишком одряхлевшие от возраста, иначе декантация может оказаться для них фатальной. Кстати, чтобы ограничить риск, вино декантируют в самый последний момент перед подачей, в присутствии гостей. Эта процедура стала ритуалом подачи высоких вин давних годов урожая.

Учитывая развитие технологии, и особенно процесса фильтрации, можно отметить, что нынешние высокие молодые вина в будущем будут реже требовать декантации.

Аэрация в бутылке –

Аэрировать или нет?

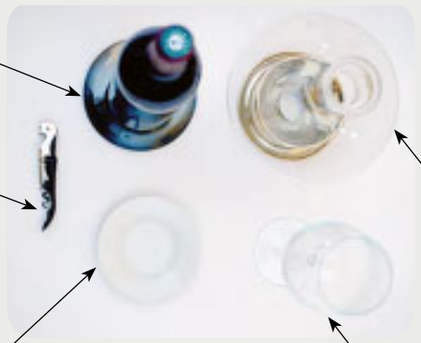
Есть одна хитрость, которая может подсказать, нужно ли аэрировать вино. Откройте бутылку и налейте несколько капель в большой винный бокал. Вдохните ароматы вина и забудьте о нем на час. Если по прошествии часа вино улучшилось, это верный признак того, что лучше перелить вино в графин. Если вкус не изменился – не стоит подвергать его аэрации.

СТОЛИК СОМЕЛЬЕ

Столик сомелье можно сравнить с сервировочным столиком метрдотеля, который используется в некоторых элитных ресторанах при обслуживании à la russe. Небольшие столики сомелье, расположенные в ключевых местах ресторанного зала, позволят сомелье откупоривать бутылки, приносить новые бокалы, графины и прочие аксессуары, не тревожа гостей.

ПРОЦЕДУРА АЭРАЦИИ

Необходимые аксессуары



ПОДГОТОВИТЬ НЕОБХОДИМЫЕ АКСЕССУАРЫ И БУТЫЛКУ ВИНА

Подготовьте необходимые аксессуары (графин, блюдце, бокал и штопор).
Достаньте вино из погреба, проверив его температуру. К сервировочному столику несите бутылку в вертикальном положении, подставив под нее блюдце.

Продемонстрируйте вино клиенту, сделавшему заказ, объявив название и год урожая. Получите его согласие.

ОТКУПОРИТЬ БУТЫЛКУ

Понюхайте пробку на предмет выявления посторонних запахов. После этого положите ее на блюдце.

ОБОНЯТЕЛЬНАЯ ДЕГУСТАЦИЯ

Налейте 2 сантилитра вина в специально приготовленный для себя бокал. Проведите обонятельную дегустацию вина, убедившись, что в нем нет неприятных запахов.

ОБМЫТЬ ГРАФИН ВИНОМ

Держать и поворачивать графин нужно только за его нижнюю часть и никогда – за горлышко.

Перелейте вино из бокала в графин и покрутите графин вокруг своей оси, чтобы вино покрыло его стенки. Слейте вино обратно в бокал.

Если сомелье проводит не только обонятельную дегустацию вина, но и пробует его на вкус, то он делает это при помощи своего бокала уже после обмывания графина.

ПЕРЕЛИТЬ ВИНО В ГРАФИН

Спокойно (не очень медленно и не очень быстро) перелейте вино из бутылки в графин.
Поставьте и графин, и бутылку на стол гостей.

Сервируйте вино из графина так, как вы бы сделали это с вином в бутылке. И не забудьте сначала дать попробовать вино человеку, сделавшему заказ.

метод Франсуа Одуза

Около 30 лет назад обычный французский ценитель старых вин Франсуа Одуз открыл на семейном рождественском ужине бутылку вина Шамбертен 1929 года. Вино Франсуа очень понравилось, несмотря на то что пил его он один.

На следующий день, 25 декабря, в 11 часов Франсуа решил допить то, что осталось в бутылке. Попробовал – и немедленно позвал к себе трех друзей, таких же, как и он, знатоков старых вин, чтобы они тоже продегустировали напиток. «Божественно!» – отозвались о вине друзья.

«Вот так, – уточняет Франсуа Одуз, – и выяснилось, что старое вино будто преобразилось, от того что всю ночь простояло в открытой бутылке». Благодаря этому наблюдению, Франсуа Одуз изобрел свой метод аэрации, который сейчас популярен и широко используется для старых вин во всем мире.

Франсуа Одуза размышлял следующим образом:

• у кислорода есть необыкновенная способность воскрешать старые вина;

• вина, обладающие неприятными запахами, утрачивают их после контакта с воздухом (за редким исключением непоправимых случаев);

• некоторые гнилые запахи исчезают полностью;

• настоящий секрет кроется в том, что кислород действует тем лучше, чем медленнее контактирует с вином.

А вот и сам метод Одуза:

• за двое суток до открытия бутылки ее нужно поставить в вертикальное положение в погребе;

• за пять часов до открытия бутылки ее вносят в вертикальном положении в комнату;

• бутылку открывают;

• вдыхают ароматы вина из горлышка бутылки;

• если ароматы хорошие, бархатистые и благородные, бутылку немедленно закрывают либо своей, либо новой пробкой;

• если ароматы просто слегка затхлые, бутылку оставляют открытой, чтобы через узкое отверстие горлышка кислород медленно сотворил свое дело;

• если вино пахнет действительно плохо, если оно издает гнилостные запахи, то нужно увеличить площадь его соприкосновения с кислородом. Для этого либо из бутылки отливают немного вина, освобождая горлышко, либо бутылку перекладывают в корзинку.

Франсуа Одуз считает, что секрет его метода кроется в медленной работе кислорода. «Это похоже на то, как прежде чем нырнуть в бассейн, вы смачиваете водой сначала шею, потом плечи, потом грудь, а карафаж – это просто прыжок в воду на глубину три метра без всякой подготовки.»

Франсуа Одуз характеризует длительную и медленную аэрацию вин как декомпрессию у ныряльщиков. Поднимающийся на поверхность ныряльщик должен делать это тем медленнее, чем глубже было его погружение. Так и вино должно вступать в контакт с воздухом тем дольше и медленнее, чем почтеннее его возраст. А вот молодое вино можно запросто перелить в графин.

Метод откупоривания бутылки за пять часов до подачи подходит не только для красных, но и для белых сухих и ликерных вин. Их можно оставить открытыми (в вертикальном положении) даже в прохладной комнате – воздух все равно сделает свою работу.

Что до молодых вин, то их тоже можно подвергать аэрации в бутылке, но следует прибавить еще пять дополнительных часов. Можно откупорить бутылку за день до подачи, хотя на самом деле их можно просто перелить в графин.

У этого необычайно эффективного метода есть только один недостаток: его нельзя часто использовать в ресторане, так как приходится откупоривать бутылку задолго до подачи вина, чтобы предоставить ему время для взаимодействия с воздухом.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ АКСЕССУАРЫ, ПОМОГАЮЩИЕ ПРИ КАРАФАЖЕ

Существует много специальных приспособлений, которые, как считается, помогают сомелье в работе. Некоторые из них действительно полезны. Например, воронка с фильтром. С ее помощью вино проще перелить в графин, а заодно можно и отфильтровать осадок.

Существует также «спиральная воронка». За этим названием, напоминающим хитроумное изобретение «à la Жюль Верн», скрывается обычная воронка, в которую вставлены спирали. Когда через нее переливают вино, оно, повторяя закрученные движения спирали, обмывает все стенки графина. Это не только зрелищно и эстетично, но и позволяет вину быстрее насытиться кислородом.

ПРОЦЕДУРА ДЕКАНТАЦИИ

ПОДГОТОВИТЬ НЕОБХОДИМЫЕ АКСЕССУАРЫ

Подготовить на сервировочном столике необходимые аксессуары: декантер (узкий графин), два блюдца, винный бокал, штопор, свечу, спички.

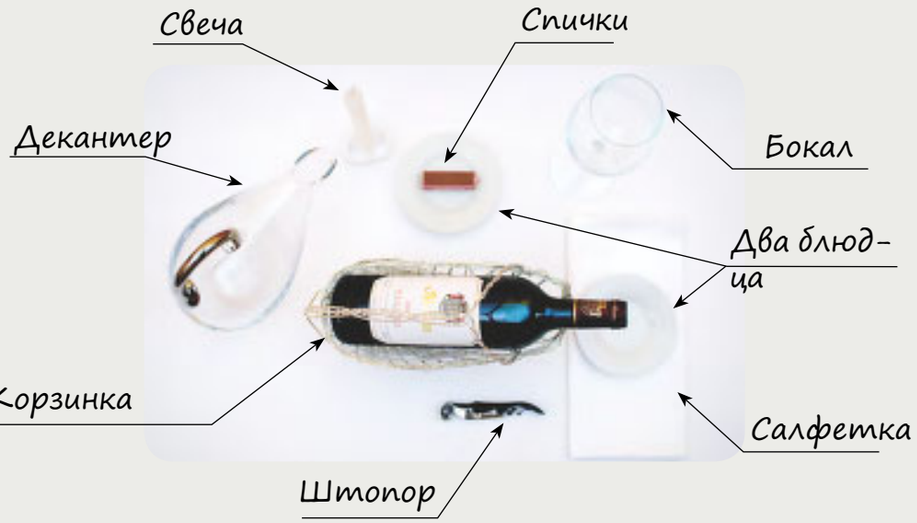
ЖЕЛАТЕЛЬНО

Если есть такая возможность, лучше достать бутылку из погреба за сутки до декантации и поставить ее в вертикальное положение. В этом случае лучше отделяется осадок, и при декантации в графине окажется больше вина, что является весомым аргументом, учитывая цену божественного напитка.

МОЖНО

Можно немедленно декантировать любую бутылку со старым вином, при условии сохранения ее оригинальной горизонтальной позиции. Бутылку очень аккуратно, не переворачивая, перекладывают в корзинку и приносят в зал.

Необходимые аксессуары



ПРОДЕМОНСТРИРОВАТЬ БУТЫЛКУ КЛИЕНТУ

В зависимости от того, была ли бутылка подготовлена заранее или нет, ее демонстрируют гостю либо в корзинке, либо удерживая прямо в руках, находясь справа от клиента. Объявляют название вина (как оно написано в карте) и год урожая. После этого от клиента ждут согласия.

Откупоривая бутылку, лежащую в корзинке, рекомендуется подложить под нее, со стороны горлышка, перевернутое блюдце, чтобы слегка приподнять бутылку и не пролить вино на стол.

Понюхайте пробку на предмет выявления посторонних запахов. После этого положите ее на блюдце.

ОБОНЯТЕЛЬНАЯ ДЕГУСТАЦИЯ

Налейте 2 сантилитра в приготовленный для себя бокал и проведите обонятельную дегустацию на предмет обнаружения неприятных запахов.

ОБМЫТЬ ДЕКАНТЕР ВИНОМ

Перелейте вино из бокала в декантер и покрутите декантер вокруг своей оси, чтобы вино покрыло его стенки.

Из обмытого декантера вино сливают обратно в бокал.

ЗАЖЕЧЬ СВЕЧУ

Свечу зажигают только спичкой и никогда – зажигалкой. Не задувайте спичку! Когда потребуется погасить свечу, ее также нельзя задувать.

СВЕЧА ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ПРИ ДЕКАНТАЦИИ НЕ ТОЛЬКО РАДИ ЕЕ ФОЛЬКЛОРНОГО ОБРАЗА. ЕЕ НЕЖНЫЙ И ТЕПЛЫЙ СВЕТ – ЕДИНСТВЕННЫЙ, НЕУТОМИТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ГЛАЗА, ПОЗВОЛЯЮЩИЙ ЛЕГКО ПЕРЕВОДИТЬ ВЗГЛЯД СО СВЕЧИ НА ДЕКАНТЕР И СОХРАНИТЬ ВСЮ ОСТРОТУ ЗРЕНИЯ.

ПРОВЕСТИ ДЕКАНТАЦИЮ

Вино переливают в декантер. Для того чтобы заметить приближение осадка, бутылку и декантер держат над свечой и смотрят над ее светом, как перетекает вино из плечиков в горлышко бутылки. Когда на уровне плечиков появляется осадок, операцию прерывают, не пытаясь налить как можно больше вина в декантер.

Поставьте и декантер, и бутылку на стол гостей.

ЗАКОНЧИТЬ СЕРВИРОВКУ

Обслуживание гостей заканчивают обычным способом, не забыв дать продегустировать вино гостю, сделавшему заказ.

Пробовать вино в присутствии клиента: это факультативно или обязательно?

Некоторые сомелье вводят в церемонию сервировки вина его дегустацию перед клиентом. Попробуем обсудить цели, преимущества и неудобства этого жеста.

Прежде всего, напомним, что дегустация, включающая контрольный глоток вина, систематически используется на конкурсах сомелье. Считается, что сомелье должен быть абсолютным гарантом качества вина, которое он подает. А единственный способ гарантии качества – это тот факт, что он сам его отведал. Однако в повседневной действительности, при обслуживании в обеденное время или вечером, перед нами возникает совершенно иная ситуация, которую следует рассматривать с учетом различных нюансов, таких как опыт сомелье, подаваемые вина и тип заведения.

Действительно, нежелательно заставлять сомелье проглатывать много вина, которое он не может выплюнуть, как это делает дегустатор. Количество выпитого может быстро возрасти и стать вредным для здоровья («Я считаю несерьезным пробовать 30 вин за одну трапезу…» – говорит Жан-Люк Путо, Лучший сомелье мира 1983 года). Поэтому следует действовать разумно. Высококлассные сомелье рассказывают, как они поступают в разных случаях.

Великие вина

Каждое великое вино, которое стоит небольшое состояние, – отдельный случай и требует особого обращения. Попробовать вино в присутствии клиента – это хороший способ оградить его от вина, которое может оказаться испорченным, несмотря на всю заботу о его состоянии, транспортировке и хранении. К тому же, проблема с вином тем более неприятна для клиента, чем выше его цена. Поэтому обонятельная дегустация и последующее быстрое опробование вина разрешат все сомнения относительно его качества. Но этой контрольной дегустации присуща и другая цель. Она вселяет уверенность в клиента и обеспечивает продажу вина. Если, продегустировав вино, сомелье признал его соответствующим кондиции, то клиент, пробуя вино в свою очередь, будет меньше искать в нем возможные недостатки, если он достаточно доверяет сомелье. Это позволит избежать неоправданного возврата бутылки из-за воображаемого привкуса пробки.

Тем не менее, Патрик Мильро – шеф-сомелье отеля Negresco в Ницце – практикует в зале только обонятельную дегустацию, а потом уносит свой бокал в офис и проводит полную дегустацию вина (справляясь о его эволюции, о необходимости его карафажа при следующей подаче и т.д.), а потом… выплевывает вино. Он считает, что обонятельного анализа достаточно, чтобы раскрыть возможную проблему даже в отношении великого вина. Более того, если «нос» вина рождает проблему, незачем отправлять его затем в рот! Так сомелье следит за всеми винами, включенными в карту, не подвергая опасности свое здоровье.

Поль Брюне – известная фигура во французском мире сомелье, напротив, заявляет: «Необходимо

ИСТОРИЯ ПРОБКИ

Пробка появилась на свет достаточно поздно. Потребовалось сперва привыкнуть к бутылке, оценить ее удобство не только в качестве простого графина, но и как сосуда для хранения вина и его перевозки, чтобы возникла необходимость ее герметично закрыть. По-видимому, первые деревянные пробки относятся к XVI веку, а первые образцы штопоров, без сомнения, являются их ровесниками. Но в то время бутылки чаще всего затыкали пропитанным маслом конопляным волокном. Не вызывает сомнения, что впервые корковую пробку применил Дом Периньон в Шампани в XVII столетии, и вскоре данный метод сделался общепризнанным. Тем не менее, до XVIII века корковая пробка считалась большой роскошью.

пробовать старые вина перед подачей, поскольку их «нос» может быть хорошим, но они разочаровывают во рту. Что же касается остальных вин, то можно обойтись анализом с помощью обоняния и изучением пробки». Затем он добавляет: «Когда сомелье пробует вино, он должен немного отвернуться, а не разыгрывать спектакль перед клиентом».

Итак, можно сделать следующие выводы относительно подачи великих вин:

• полная дегустация обязательна для старых вин (более 10-15 лет);

• полная дегустация факультативна для не очень старых великих вин, но обонятельный анализ обязателен. Однако, если речь идет о вине исключительного престижа, нелишне будет осуществить его полную проверку. Напротив, если, ежедневно открывая многочисленные бутылки великих вин, сомелье хорошо их знает и уверен в их кондиции, то он может обойтись без опробования вина с помощью обычных мер предосторожности – контроля пробки и обонятельного анализа.

Затем сомелье уносит свой бокал с вином в офис и пробует его, наблюдая за эволюцией напитка.

Редкие вина

Некоторые вина, указанные в карте, заказывают редко. В этом случае контроль качества вина превращается в задачу с дополнительной неизвестной, так как сомелье не знает, в какой форме пребывает вино в данный момент. Вот почему в этом случае рекомендуется полная проверка. Она может вылиться, например, в решение о том, вино следует подвергнуть аэрации.

Вина из партии, с которой уже прежде возникали проблемы

Если вы натолкнулись на проблемы с определенными винами, лучше в течение некоторого времени внимательно следить за ними при каждой новой подаче, чтобы проверить, нет ли у них какого-то общего недостатка. Поэтому рекомендуется систематически их пробовать перед каждой сервировкой.

Дегустация факультативна

В других случаях и в том числе тогда, когда речь идет о самых продаваемых винах (то есть о винах низкой или средней ценовой категории), которые прежде не создавали проблем, а их эволюция известна сомелье, он может ограничиться простым контролем пробки.

Всегда давать клиенту пробовать вино

В этом известные сомелье единодушны: нужно всегда дать клиенту продегустировать вино, даже если сомелье уже попробовал его сам. Это просто проявление уважения. Кстати, начинающий сомелье может и не заметить проблему с вином (все имеют право на ошибку). Кроме того, клиент вправе пожелать, например, чтобы вино было подано к столу при более низкой температуре или, наоборот, захочет подождать, пока напиток немного согреется.

ПОМЕНЯТЬ БУТЫЛКУ КЛИЕНТУ

КОММЕРЧЕСКИЙ ЖЕСТ, КОТОРЫЙ… ДОРОГО ОБХОДИТСЯ

Заменить бутылку, не понравившуюся клиенту, – такое решение принимают многие сомелье. Действительно, в целом считается, что лучше потерять бутылку, чем клиента. Тем не менее, в некоторых случаях нужно проявить настойчивость, поскольку известно, что многие бутылки возвращают без реальных на то оснований. В конечном счете, настоящие проблемы с винами возникают довольно редко. Приведу перечень возможных проблемных ситуаций и некоторые предлагаемые решения.

1. Если сомелье сам обнаруживает проблему с вином при собственной дегустации, он уносит бутылку без каких-либо объяснений или оправданий и ее заменяет. Он может также принять решение о проведении аэрации вина. В этом случае он уведомляет об этом клиента и готовит все необходимые аксессуары.

2. Если сомелье провел дегустацию (обонятельную или полную), но, тем не менее, клиент считает, что с вином что-то не так, ситуация серьезно усложняется. Это означает, что либо сомелье не заметил проблему (это возможно, так как никто не застрахован от ошибки), либо клиент необъективен, что также случается. Итак, сомелье должен быстро определиться, какую занять позицию.

Предлагаемые решения приводятся не для того, чтобы навязать сомелье какие-либо действия, ибо каждый профессионал должен найти свою стратегию поведения, и многое зависит от его опыта, уверенности в себе и способности к общению.

Он может, например, согласиться с замечанием гостя (если это важный клиент или завсегдатай, который прежде не проявлял плохой характер) и заменить бутылку. Тем не менее, сомелье должен постараться узнать у клиента, что именно в вине не соответствует кондиции, и предложить вино другого типа, которое он подаст, проведя полную дегустацию.

Тем не менее, большинство сомелье мобилизуются и пытаются организовать сопротивление «возвращателям бутылок» (но для этого необходимо быть уверенным в качестве вина и собственном мнении). В данном случае рекомендуется сразу после отказа клиента провести вторую дегустацию из своего бокала, уже содержащего вино, и как следует проверить качество вина, а затем вступить в дискуссию с клиентом. Для клиента вкус вина может оказаться искаженным из-за предыдущего напитка, выпитого в баре или на аперитив, или из-за простого салата, приправленного уксусным соусом, или потому, что клиент просто нуждается в психологическом успокоении.

Вот что говорит Эмманюэль Дельмас, сомелье известного ресторана Fouquet's в Париже:

«Если я констатирую, что поданное мной вино соответствует его обычному вкусу, я объясняю клиенту, как это вино будет эволюционировать в ближайшие минуты. Я спрашиваю, что ему не нравится, и создаю себе представление о том, насколько мнение клиента заслуживает доверия. Если обнаруживается, что клиент старается лишь дестабилизировать сомелье, то я пытаюсь проявить твердость. Я стараюсь объяснить ему, что вино – это живой организм, которому нужно время, чтобы раскрыться, что этот благородный напиток скрывает в себе много тайн». Однако, согласно Эмманюэлю Дельмасу, таких неприятных ситуаций поможет избежать предварительная работа. Если сомелье прекрасно знает все вина ресторана и умеет слушать клиента, подобные проблемы исчезают. «Нужно суметь успокоить клиента собственным профессионализмом, выслушать его, чтобы дать лучший совет, и уверенно приступить к подаче вина – таковы действия, которые позволят снизить накал проблемных страстей.» К тому же вполне очевидно, что профессиональный, компетентный сомелье, уверенный в своем вкусе, в своем умении держаться и в своих действиях, скорее убедит трудного клиента, чем молодой дебютант, охваченный сомнениями.

Если речь идет о старых винах, то путь окажется еще более тернистым. В этом случае вот что рекомендует Эмманюэль Дельмас: «Если клиент заказал вино давнего года урожая, важно предупредить его о сложности и порой нестабильности такого напитка. Нужно уметь настоять на том факте, что старое вино лишь в редких случаях допускает декантацию, что, в конечном счете, оно капризнее других вин. В этом случае сомелье должен взять на себя заботы о клиенте, успокоить его. Советовать и слушать – таковы ключевые слова нашей профессии. Так, кли-

Эмманюэль Дельмас – сомелье парижского ресторана Fouquet's, консультант по винам и педагог, ведет сайт о вине, который можно найти по адресу: www.emmanueldelmas.fr

По его мнению, сомелье должен знать эволюцию всех своих вин. Поэтому необходимо регулярно пробовать каждое вино, включенное в карту, чтобы следить за его состоянием и давать лучшие советы клиенту относительно карафажа и формы используемых бокалов.

«ЕСЛИ ОБНАРУЖИВАЕТСЯ, ЧТО КЛИЕНТ СТАРАЕТСЯ ЛИШЬ ДЕСТАБИЛИЗИРОВАТЬ СОМЕЛЬЕ, ТО Я ПЫТАЮСЬ ПРОЯВИТЬ ТВЕРДОСТЬ»

ЭМАНЮЭЛЬ ДЕЛЬМАС,
РЕСТОРАН FOUQUET'S,
ПАРИЖ

ент может попросить декантировать старое вино, которое может и не перенести эту операцию. Если сомелье сыграл свою роль советчика, не превознося ее, а клиент решил по-другому, то последний может пенять только на себя. Все дело заключается в установлении связующей цепочки между вином и сомелье на первом этапе (во время дегустации и знакомства со всеми винами, указанными в карте) и между сомелье и его клиентом – на втором этапе. Я не заменяю в обязательном порядке все старые вина, которые не подходят клиенту, если последний полагается только на себя и вовсе не выглядит последовательным человеком. Исключение составляют вина, действительно испорченные (привкус пробки, окисление, конец жизни)».

3. Третий случай – самый простой. Если сомелье не провел дегустацию перед клиентом, а последний отказался от бутылки, то вино заменяют немедленно. Сомелье уходит с бутылкой. Он меняет бокалы. Между тем, в офисе он дополнительно проверяет вино, чтобы составить собственное мнение о нем. Но в любом случае он предложит клиенту вино другого сорта. В момент сервировки он попробует его сам, прежде чем предложить это сделать клиенту.

Специфические клиенты

Все вышесказанное – это общие рекомендации. Тем не менее, в некоторых случаях сомелье сталкивается с клиентами, которые злорадствуют, отсылая обратно как можно больше бутылок. К счастью, они встречаются редко, но увы, все же существуют. Стоит ли потворствовать их капризам? Не обязательно. Сила высококлассного сомелье состоит в том, чтобы уметь защитить свои вина и представить в конце года низкий процент неоправданно возвращенных бутылок.

Определив проблемных клиентов (а они всегда становятся известными), с ними можно поступить следующим образом.

1. С ними должен работать шеф-сомелье: самый авторитетный, представительный и харизматичный. Дебютанта направлять к такому клиенту нельзя.

2. Шеф-сомелье проводит полную дегустацию в присутствии клиента и рассказывает о вине. Он восхваляет его заслуги и заверяет клиента в том, что тот сделал правильный выбор. «Это вино превосходно. Оно будет гармонично сочетаться с блюдами, которые вы заказали. Я убежден, что оно доставит вам большое удовольствие».

3. Если клиент все же отказывается от вина, сомелье может вновь объяснить его качества. «Вы абсолютно уверены? Я только что опробовал это вино и не обнаружил никаких проблем. Конечно, это вино мощное, очень экспрессивное, выдержанное в новых бочках, очень характерное, и после аперитива оно действительно может показаться сверхмощным во рту, но именно этого следует ожидать от данного наименования и этого производителя. Я только что продегустировал его, и, на мой взгляд, с ним все в порядке. Во всяком случае, я могу гарантировать, что оно прекрасно подойдет к блюдам, которые вы заказали». Затем сомелье предложит: «Не хотите ли вы повторить пробу? Я был бы рад услышать ваше мнение об этом вине с уточнением его недостатков, особенно теперь, когда ваше нёбо в большей мере подготовлено».

Такой маневр позволяет выйти из неудобной ситуации, а иногда даже помогает установить на будущее доверительные отношения с клиентом.

Если клиент продолжает настаивать на замене бутылки, поменяйте не только бутылку, но и тип вина.

4. В том случае, если клиент систематически отказывается от большого количества бутылок, Жан-Люк Путо, в прошлом лучший сомелье мира, советует действовать следующим образом: предложить продегустировать вино другому человеку за тем же столом и попробовать сделать так, чтобы клиент оказался в меньшинстве. Это исключительный прием, достаточно опасный, так как можно потерять клиента. Но такой подход может заставить клиента обнаружить лучшие намерения. На ваш страх и риск!

5. Если клиент выпил часть вина, прежде чем от него (незаслуженно) отказаться, и такое поведение для него является привычным, Жан-Люк Путо предлагает включить это вино в его счет.

В конце концов, каждый ресторатор должен выработать собственную стратегию в зависимости от клиентуры, которую он хотел бы подобрать и воспитать, принимая в расчет тот риск, что она может больше и не вернуться...

ХРАНЕНИЕ ВИНА

Для сомелье и ресторатора погреб представляет собой основу коммерческой деятельности. Вот почему свойственная этим людям любовь к винам дополняется прагматизмом, техническим анализом и осторожностью, без которых немыслима деятельность профессионала, чьи доходы зависят от вина, хранящегося в погребе. Принимаемые меры предосторожности многократно возрастают в том случае, когда погреб служит объектом капиталовложения, – местом выдержки вин лучших годов урожая, которые со временем должны заметно прибавить в цене.

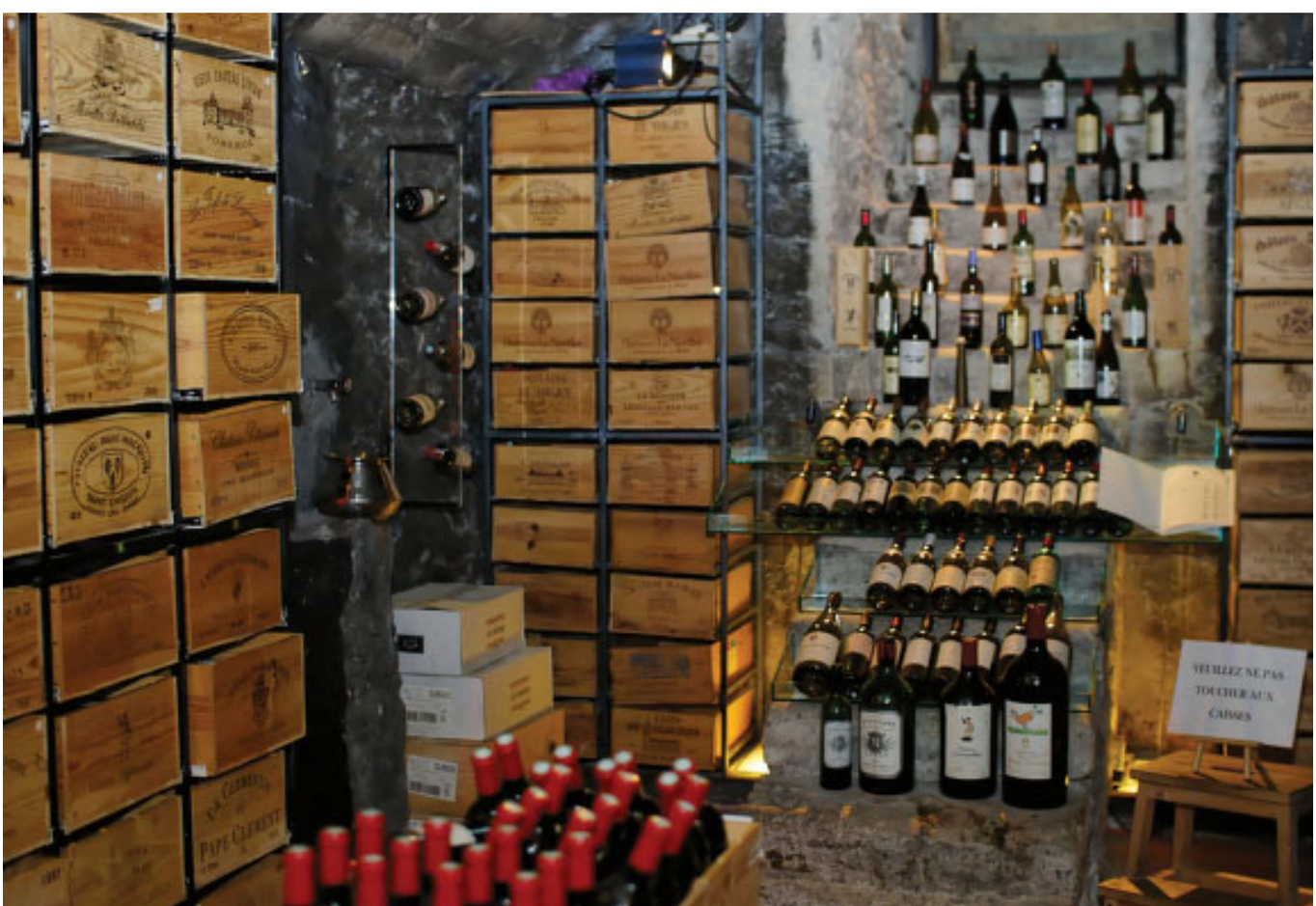
Обустройство погреба

Вина, прибывшие со всего мира, во всем своем богатстве и разнообразии, предоставляют сомелье редкостную возможность за несколько шагов совершить кругосветное путешествие. Соответственно, погреб должен быть организован таким образом, чтобы сомелье хорошо ориентировался в нем и знал местоположение каждой бутылки. Можно представить себе, какой для этого нужен порядок, если в погребе хранятся вина, например, 500 наименований, притом нескольких лет урожая. Нельзя укладывать вперемежку Бордо и бургундское. Географическая логика поможет сомелье распределить вина по странам, областям, наименованиям или, если потребуется, по сортам винограда, разумеется, разделяя различные годы урожая, чтобы избежать ошибок при подаче. Такая организационная работа крайне важна, поскольку при каждом заказе позволит сэкономить драгоценные минуты, которые можно будет посвятить повышению уровня продаж.

Разумеется, бутылки хранят в горизонтальном положении, чтобы вино находилось в контакте с пробкой. Бутылки не должны касаться пола погреба, а располагать их следует таким образом, чтобы можно было рассмотреть этикетки, не тревожа бутылок. Во избежание действий, способных повредить вину, сомелье надевает кольретки на горлышки уложенных бутылок, которые помогут ему определить необходимую бутылку и взять ее, не потревожив дру-

Погреб ресторана Chai 33 (внизу слева) находится в исторических стенах бывших винных складов парижского района Берси.

Разместившийся в современном здании гонконгского отеля Intercontinental, ресторан Spoon Food and Wine (справа) отдает предпочтение холодильным винным шкафам, которые сразу бросаются в глаза посетителям, настраивая их на винный лад.



гие, дабы избежать лишних движений, что вредно для вина.

Наконец, он будет тщательно записывать все заказы, приход и расход бутылок. Данной работой следует заниматься постоянно и никогда не откладывать ее на следующий день. Грамотное управление погребом состоит из множества мелких процедур, которые не терпят отлагательства.

Условия хранения вина

Температура. Идеальная температура погреба – 12–14°C, которая также удобна для доведения вина до подходящей температуры при подаче. Более высокая температура ускоряет старение вина. Температура погреба ни в коем случае не должна превышать 20°C. Разумеется, она не должна испытывать резких колебаний.

Говоря о стабильности температуры, интересно упомянуть о практике Дэвида Риджуэя, сомелье парижского ресторана La Tour d'Argent. Регулируя температуру в погребе, он повышает ее летом на два градуса, чтобы вино испытывало сезонный цикл. Никаких научных данных по этому поводу пока не существует, но, основываясь на своем 20-летнем опыте, Дэвид считает, что такая практика оказывает на вино очень благоприятное воздействие.

Влажность. Влажность в погребе должна оставаться в пределах 70–80 гигрометрических градусов. Если этот показатель выше, то пробка может заплесневеть, а если ниже, то она может высохнуть. И то, и другое приведет к плачевным для вина последствиям. Утрамбованный земляной пол позволяет поддерживать в погребе постоянную влажность в пределах рекомендуемых показателей.

Свет. Свет – это один из заклятых врагов вина, которое любит только тень и мрак. Вино благополучно развивается под покровом темноты, и яркий свет может озарить вино только в последние блистательные мгновения его «ночной» жизни.

Покой. Вибрации часто не уделяют должного внимания, а она оказывает негативное воздействие на взвешенные в вине частицы. Вино, словно спящий человек, требует тишины и покоя. Это условие хранения вина было известно в России еще до революции. Вот какие советы на этот счет давал в конце XIX века Д.В. Каншин: «(погреб должен быть) расположен вдали от улицы, дабы вино не дрожало при проезде каждого тяжелого воза или экипажа».

Изоляция. «(Сообщим), что должен делать каждый из нас, выписав себе бочку готового «воспитан-

ВИННЫЕ ШКАФЫ

Многие современные рестораны хранят вино прямо в зале либо в соседних помещениях в специальных охлаждаемых шкафах. Такие шкафы одновременно служат элементами оформления интерьера. В подобных условиях не приходится всерьез говорить о погребе. Несмотря на то что покупка и обслуживание таких шкафов обходятся недешево (и это не считая затрат на электроэнергию), они позволяют постоянно отслеживать запасы, поскольку все бутылки находятся на виду, и поддерживают идеальную температуру для вина каждого типа в пределах одного градуса. Более того, вино смотрится в них стильно и декоративно, что вызывает у каждого клиента, заходящего в ресторан, желание его попробовать. Однако шкафы непригодны для вин, которые будут храниться в течение нескольких лет. Вина в них зачастую подвержены воздействию света, вибрации и риску отключения электроэнергии. Как правило, такие шкафы используются для работы с постоянно меняющимися запасами, при которой вино в них хранится не дольше нескольких недель или месяцев.

Сегодня все больше сомелье используют компьютерную систему учета запасов, но некоторые предпочитают работать по старинке (на фотографии – картотека ресторана Taillevent).

Винный погреб парижского ресторана La Tour d'Argent (слева) вмещает около 500000 бутылок.

ного» вина. Прежде всего, нужно иметь хороший, несырой погреб, который бы был удален от соседства погребов и подвалов с дровами, зеленью, овощами, картофелем и вообще всего могущего заплесневеть, загнить и портиться, так как все эти разложения влияют на вкус и аромат вин, даже разлитых и закупоренных в бутылках», – еще одна рекомендация Каншина для дореволюционных коллекционеров, которая не нуждается в дополнительных пояснениях.

Рабочий погреб

Рабочий погреб располагают рядом с залом ресторана. В него поднимают из основного погреба вина, которым суждено быть выпитыми в течение вечера, и доводят их до кондиции. Белые вина и шампанское охлаждают, некоторым высоким красным винам дают отстояться в вертикальном положении. Такой погреб обычно обустраивают в крупных ресторанах, где за вечер выпивается много бутылок. Часто подобный погреб встречается и в заведениях, основной погреб которых находится довольно далеко от ресторана, например, в гостиницах.

В маленьких и даже средних ресторанах вино поступает в зал непосредственно из погреба. Для достижения большей эффективности и ради подачи вина при правильной температуре некоторые из таких ресторанов обзаводятся холодильным шкафом, в котором предназначенное для подачи вечером белое вино и шампанское охлаждают примерно до 10°C.

КАРТОЧКА УЧЕТА

Название вина	Производитель	Год урожая
Закупочная цена за бутылку	Поставщик	Место хранения в погребе

дата	приход (бтл.)	расход (бтл.)	остаток (бтл.)	дата	приход (бтл.)	расход (бтл.)	остаток (бтл.)

ПРИ ХРАНЕНИИ ВИН, В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ, УЧИТЫВАЮТ ТРИ ЭЛЕМЕНТА – ТЕМПЕРАТУРУ, ВЛАЖНОСТЬ И СВЕТ. К НИМ СЛЕДУЕТ ДОБАВИТЬ ВИБРАЦИЮ И БЕЗОПАСНОСТЬ (ПРОЧНОСТЬ И УСТОЙЧИВОСТЬ СТЕЛЛАЖЕЙ, А ТАКЖЕ ЗАЩИТУ ОТ ВОРОВСТВА).

ВЫДЕРЖКА ВИНА и РАЗМЕР БУТЫЛОК

Размер бутылок оказывает большое влияние на срок выдержки вина. Это следует знать и принимать в расчет при обустройстве погреба. Чем меньше бутылка, тем быстрее стареет вино. Этот феномен объясняют тем, что пропорция заключенного внутри воздуха по отношению к вину выше в маленькой бутылке. Однако это, вероятно, вызвано также тем, что в такой бутылке большая часть вина находится в контакте со стеклом, а следовательно, в силу его прозрачности, и со светом. По мнению специалистов больше для выдержки вина подходят бутыли «магнум» (емкостью 1,5 л).

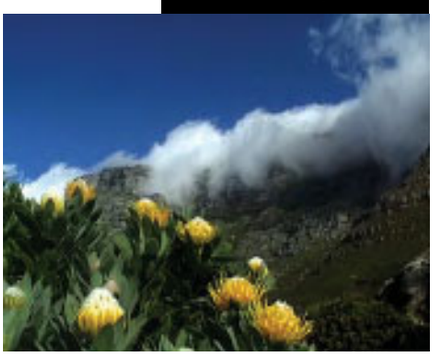
Бренд крупным планом

Long Mountain

Вина, рожденные под солнцем Южной Африки

Заимствующий свое название у живописного горного хребта Лангеберге, расположенного в Вестерн Кейп и простирающегося более чем на 200 км вдоль реки Брид в направлении к Индийскому океану, Дом Long Mountain производит вина в современном стиле, которые отличаются ароматическим богатством и равновесием благодаря искусному владению мастерством купажирования.

ЮЖНАЯ АФРИКА



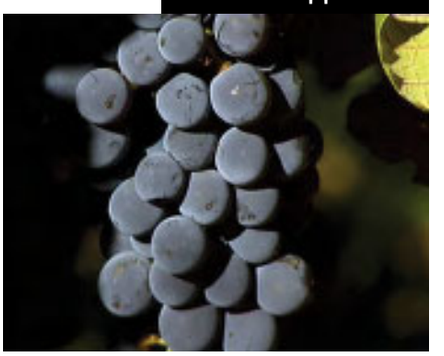
Исходя из проверенного принципа, что хорошее вино производят лишь там, где пейзажи радуют глаз, Южная Африка по праву занимает почетное место в иерархии виноделия. Тем более, что постоянный прогресс виноградарства позволяет ей теперь извлечь максимум из преимуществ, дарованных природой.

КОМПАНИЯ

В знаменательном 1994 году, в год первых демократических выборов в Южной Африке, была основана компания Long Mountain. В наши дни ее вина завоевали популярность во многих странах мира.

Long Mountain – это первая южноафриканская компания, представившая рынку купажи из винограда, выращенного в разных регионах.

ВИНОГРАДНИКИ

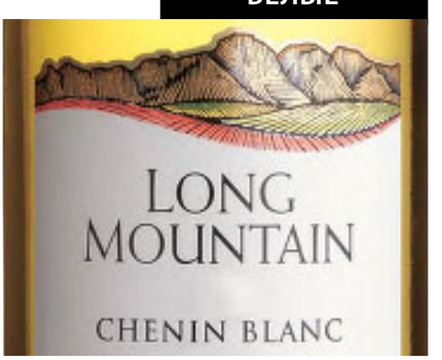


Вина Long Mountain происходят из двух регионов – Робертсон и Ворчестер, расположенных к западу от Кейптауна. Они разбиты на множество участков с различным микроклиматом, где разделяет и властвует дыхание океана. Виноград, созревающий под свежими бризами, придает купажу элегантность и свежесть, а виноград из более теплых областей – характер и богатство вкуса.

ФИЛОСОФИЯ

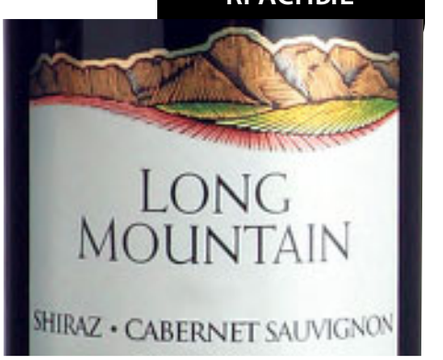
Кредо Long Mountain – получить наилучшие результаты с каждого виноградника и от каждого сорта, сочетая последние технологические достижения с преимуществами южноафриканского климата. Так, низкотемпературная ферментация Пинотажа, выделение клонов, приспособленных к каждому типу почвы, выверенное взращивание в бочках из американского дуба позволяют получить аутентичные вина, знаменующие встречу Старого и Нового Света.

БЕЛЫЕ



Chenin Blanc, издающий ноты цитрусовых и экзотических плодов, сочетается с рыбными блюдами и дарами моря. Свежее и кислотное **Sauvignon Blanc** вбирает душистые ароматы трав и тропических фруктов. Его долгий финал подчеркнет вкус устрицы, нежной рыбы и козьих сыров. **Chardonnay** проявляет сложный ванильно-сливочный характер с ароматами зрелых тропических плодов и пронзительными цитрусовыми нотами.

КРАСНЫЕ



Shiraz – Cabernet Sauvignon сочетает пряный характер Шираза и ягодные ноты черной смородины и малины, присущие Каберне. **Pinotage** – результат скрещивания сортов Пино Нуар и Сенсо – служит основой уравновешенного вина с ароматами сливы, малины и нотами ванили, сообщенными дубовой бочкой. **Cabernet Sauvignon** раскрывает элегантный характер и ароматы черной смородины и вишни с изящными древесными и мятными нотами.

Бренд крупным планом

Montana

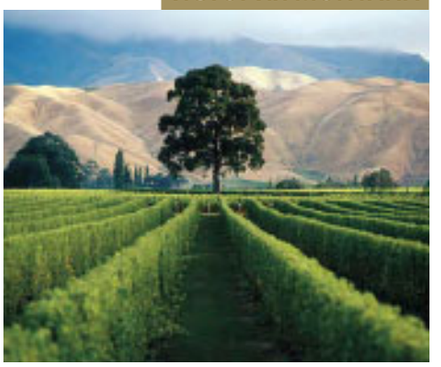
Лидер новозеландского виноделия

Montana была одной из первых компаний, которые начали использовать невероятный винодельческий потенциал Новой Зеландии. За короткий срок она стала лидером новозеландского виноделия, и ее вина были отмечены наградами многочисленных конкурсов.

НОВАЯ ЗЕЛАНДИЯ

Ослепительное появление Новой Зеландии в закрытом клубе самых высоких вин Нового Света произошло благодаря Совиньонам из региона Мальборо. А вскоре заявили о себе и другие привычные к прохладному климату сорта винограда, в первую очередь, Пино Нуар, а также Шардоне и даже Мерло и Каберне-Совиньон. Эти стремительные достижения демонстрируют громадный винодельческий потенциал Новой Зеландии.

ИСТОРИЯ MONTANA



Маленький виноградник, высаженный в 1934 году на крутом склоне к западу от Окленда югославским колонистом Иваном Юкичем, получил название «Монтана». В 1961 году сыновья основателя учредили компанию Montana Wines Limited, сделавшуюся наиболее крупным винодельческим предприятием Новой Зеландии. В наше время Montana владеет виноградниками в таких регионах, как Мальборо, Хок'с Бей и Гисборн, и экспортирует вина в более чем 30 стран мира.

ФИЛОСОФИЯ

Приспособить лозу к местным климатическим и геологическим условиям и дать ей проявить все свои достоинства – подход «Монтаны» носит классический характер, но в умеренном климате Новой Зеландии полностью достигает своей цели. Совиньон из Мальборо обладает изысканностью и несомненным качеством, а вина из Пино Нуар считаются одними из лучших в Новом Свете. Что до Каберне и Мерло, то в Хок'с Бэй, благодаря более яркому солнцу, они дают вина, полные силы и элегантности.

MONTANA CLASSIC

Вина Montana, в зависимости от своего происхождения и класса, подразделяются на три линии.

Линия **Монтана Классик** объединяет вина, в которых проявляется синергия сорта винограда и региона происхождения. Шардоне из Гисборна и «Мерло – Каберне Совиньон» из Хок'с Бей соседствуют с Совиньоном и Пино Нуар из Мальборо.

MONTANA RESERVE

В линию **Монтана Резерв** входят вина, полученные традиционным способом в винодельне Montana Brancott в Мальборо. Reserve Sauvignon Blanc проявляет свежесть крыжовника, окутанную сочными ароматами тропических фруктов. Reserve Pinot Noir выдерживается от 4 до 6 месяцев в бочках из французского дуба и развивает насыщенный фруктовый букет с нотами кедра и пряностей.

LETTER SERIES

Вершина гаммы Montana – линия **Леттер Сериз** – включает вина из лучших виноградников Мальборо, полученные только в исключительные годы и выдержанные в дубовых бочках.

Brancott Estate «B» Sauvignon Blanc отличается элегантным фруктовым букетом с изящными пряными нотками. Terraces Estate «T» Pinot Noir с его бархатистыми танинами служит образцовым примером вина из сорта Пино Нуар.

Глава
3.2

Шампанское

роскошь до последнего пузырька

Находясь на рубеже мира роскоши и мира вин, шампанское занимает привилегированное место. Перефразируя французского философа Андре Мальро, можно сказать, что либо XXI век станет веком шампанского, либо он попросту не состоится.

Шампанское всегда было в фаворе у великих мира сего. Один из современников эпохи Людовика XV (XVIII век) писал: «Какой праздник для глаз наблюдать, как это вино появляется, словно внезапный взрыв, далекая гроза, будто ищущая все затопить, а затем изливающая свой гнев в мирной легкой пене. Шампанское быстро греет головы, развязывает языки, и все за столом радуются и смеются».

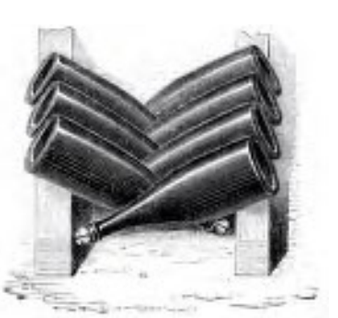
В 1817 году королевский сомелье господин Пьерюг, заметив популярность шампанского, высказал свое опасение: «Как бы эта мода не ухудшила общую культуру вин».

В России успех шампанского, как и других французских яств, немного задержался. Французские напитки были оценены по достоинству только после разгрома армии Наполеона и вступления русских войск во Францию. Альфред Готшальк, написавший в начале XX века великолепную «Историю гастрономии», уточняет: «Разграбив содержимое наших погребов и выпив все наши вина, русские офицеры вернулись на родину и стали скучать по своим вакханалиям. Тогда-то экспорт вин, в особенности шампанских, возрос в таких пропорциях, что потери от грабежей были быстро с лихвой возмещены».

В национальных архивах, хранящихся в Париже, есть документальные подтверждения бума в экспорте вин после ухода русских войск.

Бывают поражения, которые оборачиваются победой. Нальем шампанского!

Тост царя Николая II на крейсере
Потюо, гравюра 1897 года, Le Petit Parisien.



Le Toast du Tsar

ПОДАЧА ИГРИСТОГО ВИНА

Поместить бутылку шампанского в ведерко. Положить в ведерко лед и налить воду.

ТЕМПЕРАТУРА

Проверьте температуру шампанского. Помимо правил, связанных с дегустационными характеристиками, температура игристого вина играет особо важную роль при его подаче. Верная температура позволит уменьшить пену и легче наполнить бокалы. Если вино недостаточно охлаждено, оставьте его в ведерке на несколько минут, предупредив гостей, что надо немного подождать, чтобы довести вино до нужной температуры.
Температура фужеров для шампанского также требует внимания. Они ни в коем случае не должны быть перегреты после недавней мойки.

Вынуть бутылку из ведерка, слегка вытерев ее салфеткой. Продемонстрировать бутылку клиенту, объявив название шампанского и год урожая (если есть). Получить подтверждение.

Откупорить бутылку.
Дать попробовать шампанское клиенту, сделавшему заказ. Получить его подтверждение

Ни в коем случае не бросайте в ведерко со льдом ни пробку, ни капсулу!

НАПОЛНЕНИЕ БОКАЛОВ

Разлейте вино по бокалам, начиная с дам. Человек, сделавший заказ, обслуживается в последнюю очередь. Старайтесь, чтобы количество напитка в бокалах было одинаковым.

ВНИМАНИЕ!
Шампанское вначале наливают в бокал по стенке. Для удобства бокал можно наклонить, держа его за основание. Затем (и это очень важно) струйку шампанского направляют прямо на пену, что мешает ей подниматься. Только так фужер можно заполнить шампанским с одной попытки.

ПОДАЧА ШАМПАНСКОГО В ГРАФИНЕ

Даже если сама мысль о подаче шампанских и игристых вин в графине кажется нелепой, не торопитесь с выводами. Иногда проводят и эту операцию.
Некоторые любители ценят шампанское, когда оно больше похоже на обычное вино, и считают, что снижение игристости (неизбежное при карафаже), позволяет лучше раскрыться вкусу шампанского. Естественно, переливать в графин можно только высокое шампанское, обладающее винным характером в самом благородном его выражении.
Графин, в котором окажется шампанское, предварительно охлаждают, чтобы избежать слишком сильного образования пены и резкого обхождения с вином.

PIPER
PIPER-HEIDSIECK
OngOing extravaganZa since 1785
ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

ТВОРЕЦ ВКУСА ТОРЖЕСТВА

Piper-Heidsieck – это шампанское Каннского фестиваля. Его можно встретить в клубах, лаундж-барах, на модных дискотеках. Режис Камю – мастер погребов Дома Piper-Heidsieck – рассказывает о том труде, который стоит за праздничным вкусом его шампанского.

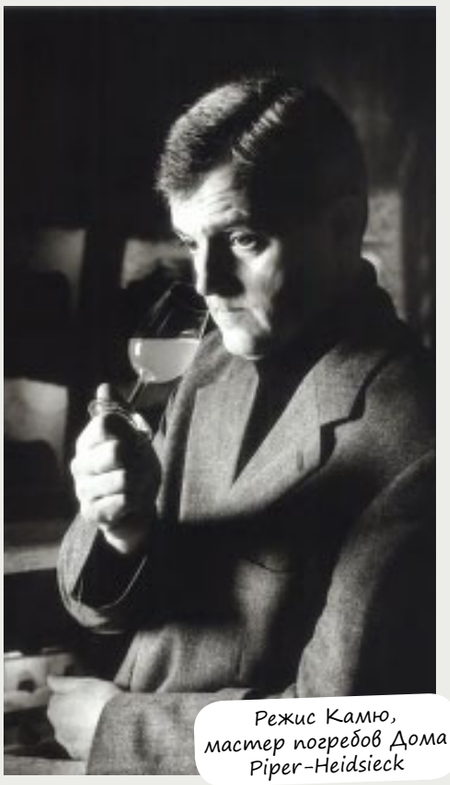
Каковы основные аспекты вашей профессии?
Я постоянно поддерживаю контакты со всеми виноградарями, чтобы обеспечить отличное качество исходного сырья для нашего шампанского. Кроме того, моя роль состоит в наблюдении за винификацией, чтобы она была как можно деликатнее по отношению к винограду. А также, разумеется, я слежу за ассамбляжем вин, чтобы обеспечивать из года в год постоянство стиля нашего Дома.

Существует ли для вас – мастера погребов – связь между способом создания и вкусом шампанского, с одной стороны, и его целевой клиентурой и местами потребления, с другой стороны?
Связь есть, но – в обратном направлении. Везде, где господствует радость и атмосфера праздника, востребован свежий, лучистый и соблазнительный стиль, который присущ всей гамме Piper-Heidsieck, что и обуславливает успех нашего шампанского на светских мероприятиях, в клубах и на дискотеках.

А как вы можете определить стиль шампанского Piper-Heidsieck?
Шампанские вина Piper-Heidsieck – экспрессивные и соблазнительные. Это достигается посредством точного отбора участков, где произрастает Пино Нуар, который составляет более половины купажа и придает вину его радостную структуру и неопровержимую фруктовость.

Когда касаются темы шампанского, всегда говорят о почвах, сортах винограда и годах урожая. Но уделяют мало внимания экспедиционному раствору (liqueur de tirage). Можете ли вы объяснить, что это такое, и уточнить его значение для шампанского и особенно для Piper-Heidsieck?
После долгих лет бутылочной выдержки в погребе шампанское подвергают дегоржажу, чтобы удалить осадок, участвовавший во вкусовой эволюции вина. Затем мы добавляем в бутылку немного сахара, смешанного с шампанским вином. Это позволяет подчеркнуть тонкие ароматы шампанского.

Дом Piper-Heidsieck не практикует яблочно-молочное брожение. Распространяется ли это на всю гамму? Как это влияет на окончательный результат?
Да, Piper-Heidsieck не использует яблочно-молочное брожение ни для одного шампанского своей гаммы. Строгий отбор сортов винограда, участков и резервных вин позволяет изготавливать фруктовые кюве, отличающиеся живостью, привнесенной цитрусовыми тонами с подчеркнутой весенней ноткой.



Режис Камю, мастер погребов Дома Piper-Heidsieck

Каковы, по вашему мнению, тренды в изготовлении и потреблении шампанского? Существует ли, например, тенденция ко все большему распространению Блан де блан? Более округлых вин или, напротив, более сухих? И как изменяется в рамках этой эволюции (если она существует) линейка шампанских вин Дома Piper-Heidsieck?
Потребитель становится все более изощренным знатоком и ищет новые вкусовые ощущения. Этот процесс может развиваться путем создания новых кюве, таких как Блан де блан (Шампанское, полностью изготовленное из белого сорта Шардоне. – *прим. авт.*). Или же, как это делаем мы в Доме Piper-Heidsieck, создавая шампанское в новом стиле, например очень фруктовое Rosé Sauvage, которое для нас олицетворяет тенденцию вкуса розового шампанского.

Бренд крупным планом

PIPER-HEIDSIECK

Два века на праздничной сцене

Флоран-Луи Хайдсик создал первое шампанское в 1780 году и основал свой Дом в 1785. В первый же год существования Дома он подарил бутылку своего шампанского королеве Марии-Антуанетте. С тех пор шампанское, известное нам сегодня под маркой Piper-Heidsieck, высоко ценится при дворах европейских монархов и на светских мероприятиях.

ИСТОРИЯ

После смерти Флоран-Луи Хайдсика его племянник Кристиан Хайдсик со своим кузеном Анри Пайпером основал Дом Piper-Heidsieck, который, стремительно развиваясь, стал покорять весь мир. И вот уже более двух столетий шампанское Piper-Heidsieck олицетворяет аристократическое изящество, праздничную атмосферу и чистоту стиля.

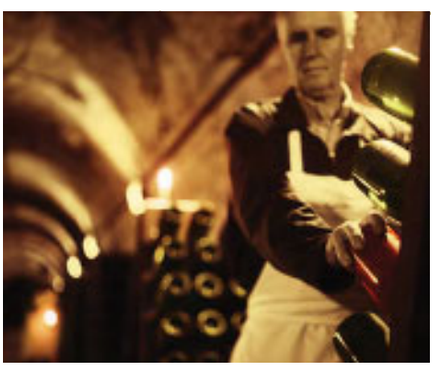
КРЮ

Дом Piper-Heidsieck располагает одним из самых широких выборов участков (крю) в Шампани. Виноград с каждого участка винифицируют отдельно, и вина полностью сохраняют свой оригинальный характер. Благодаря чему Режис Камю, мастер погребов Дома, подобно дирижеру оркестра, заставляет звучать в шампанском партитуру с нотами терруара.

ФИЛОСОФИЯ

Мощный сорт Пино Нуар часто господствует в купажах, тогда как свежесть Шардоне сообщает им изысканность и современность. Уникальный характер и ароматическая чистота Piper-Heidsieck также опираются на отсутствие яблочно-молочного брожения, что сохраняет в вине всю его тонкость.

ПОГРЕБА



Выточенные в известняке погреба Дома Piper-Heidsieck – одни из самых посещаемых в Шампани. Температурные условия и уровень влажности превосходны для продолжительной выдержки бутылок.

BRUT

Piper-Heidsieck Brut демонстрирует блестящую фруктовость и предназначено для аперитива, светской вечеринки или высокой гастрономии.

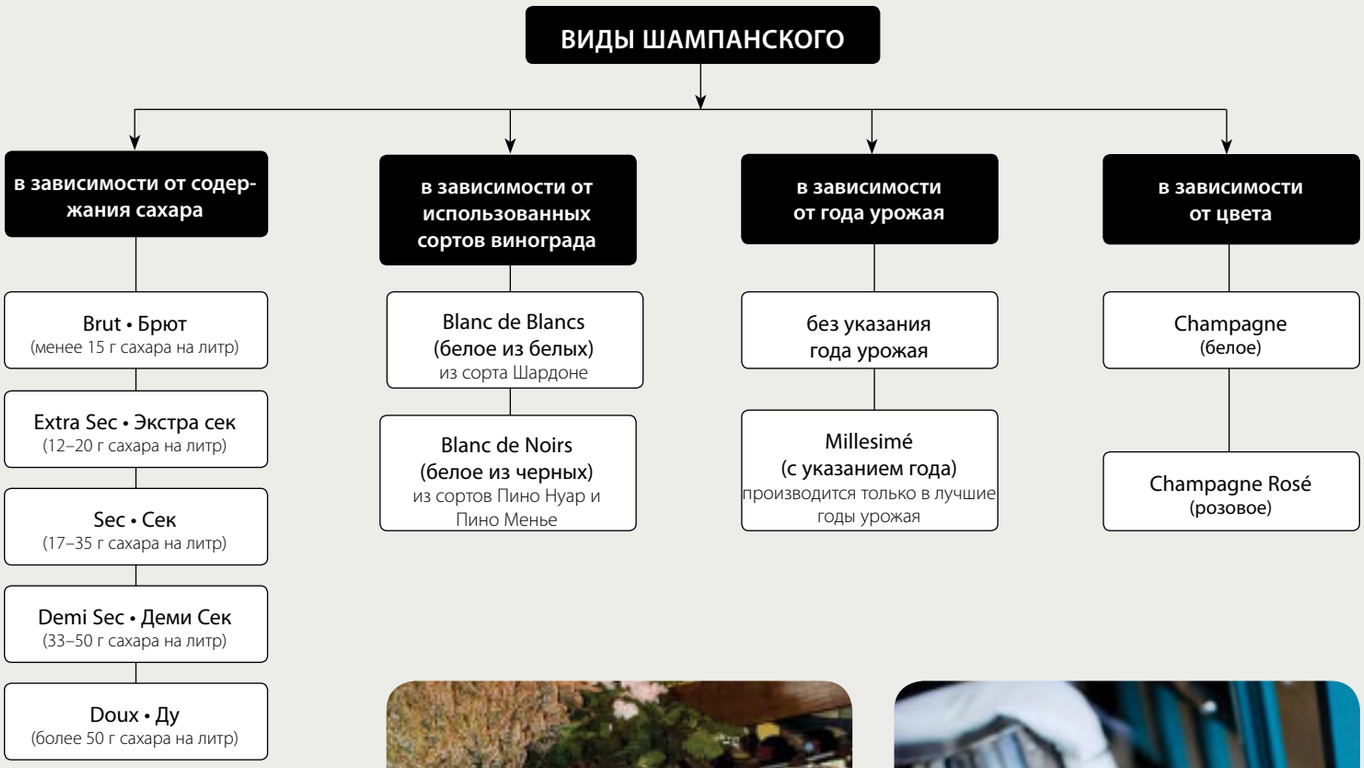
Brut Rosé Sauvage с фруктовым характером, усиленным выдержкой в течение 30 месяцев, с элегантностью сопровождает целый ужин.

Brut Divin – это Блан де блан. Благодаря белой этикетке, символизирующей чистоту, его заказывают для свадебных торжеств! Восхитительно минеральное, с цветочно-цитрусовыми нотами, оно является прекрасным гастрономическим спутником благородных рыб и даров моря.

CUVÉE SUBLIME

Cuvée Sublime – чуть сладкое кюве для тех, кто в сочетании с кондитерскими изделиями предпочитает свежесть пузырьков горячему чаю.

Cuvée Rare сочетает лучшее, что может предложить Шампань. Это импозантное вино предназначено для торжественных событий.



Ваза для шампанского

Ваза для шампанского – основной элемент декора классического ресторана. Она служит для охлаждения одновременно нескольких бутылок белого вина и шампанского в ожидании подачи. Иногда (как свидетельствует фотография) ее используют и для охлаждения бокалов.

Подставки под ведерко

Подставки под ведерко для шампанского (или белого вина) бывают двух типов.

1. Настольная подставка, которая крепится к бортику стола и держится за счет собственного веса.

2. Напольная подставка, которая располагается рядом со столом (см. фото вверху).

Ведерко можно ставить и прямо на стол. В таком случае не следует забывать подставить под него тарелку, куда будет стекать конденсат с его стенок.

Подготовка ведерка. Установите бутылку в ведерко. Заполните ведерко льдом наполовину, а затем до трех четвертей объема долейте холодной водой. Поставьте ведерко с бутылкой на тарелку, куда будет стекать конденсат.

Подача в ведерке требует постоянного внимания персонала, поскольку клиент не может обслужить себя сам.

С 1875 года G.H.MUMM украшает красная лента
CORDON ROUGE отличительный
знак непревзойденного качества и престижа
MUMM
CORDON ROUGE
G.H.MUMM & Cie
G de BARI
C.H.MUMM & Cie à REIMS
CHAMPAGNE
MAISON FONDÉE EN 1827
G.H.MUMM
À REIMS - FRANCE
Brut
PRODUIT DE FRANCE
www.mumm.com
Publicis EtNous
Чрезмерное употребление алкоголя
вредит вашему здоровью

22 — VENDANGES ET TRAVAIL DU VIN EN CHAMPAGNE. — Ay. — Arrivée au Vendangeoir. — LL

2. — LE CHAMPAGNE. — Pressoirs et Pesée du Raisin au Vendangeoir de MM. G. H. MUMM & Cie, à Ay.

ОТКУПОРИТЬ БУТЫЛКУ ШАМПАНСКОГО

1. Отделяем фольгу по размеченной линии и поднимаем прижатое к горлышку колечко мюзле (проволочная уздечка). Согласно правилам хорошего тона, фольгу не снимают, чтобы взору гостей не предстала голая пробка.

2. Вынимаем бутылку из ведерка и даем стечь воде.

3. Бутылку наклоняют на 45 градусов и, придерживая пробку большим пальцем, раскручивают проволочную уздечку.

4. Вращать ли пробку по отношению к бутылке или бутылку по отношению к пробке? С точки зрения законов физики разницы не существует. Но эстетичнее задавать вращательное движение рукой, держащей бутылку за основание.
Когда вы почувствуете, что пробка готова выйти, из бутылки вначале выпускают совсем небольшое количество газа, а затем бесшумно достают пробку, освобождая бутылку одновременно и от пробки, и от мюзле, и от отделенной фольги. Их никогда не бросают в ведерко!

5. Пробку оставляют на столе на специальном блюдце. С нее надо снять фольгу, но можно не снимать уздечку.

ВНИМАНИЕ!
Открывая шампанское, ни в коем случае не сотрясайте бутылку и не направляйте ее в сторону людей.

Бренд крупным планом

MUMM

«Только лучшее»

С 1761 года семейство Мумм занималось изготовлением и продажей рейнских вин. А в 1827 году Петер Арнольд Мумм и его сыновья, осознав огромный потенциал вина из Шампани, учредили Дом Mumm, который в настоящее время входит в тройку лидеров по производству шампанского.

ИМЯ

Жорж Эрман Мумм, сын одного из основателей, добавил свои инициалы (G.H.) к названию Дома Mumm и придал делу мировой размах. Обладатель титула барона, немец по происхождению, живший во Франции и женатый на русской женщине, Жорж Эрман Мумм объездил весь мир и открыл представительства своего Дома в России, Сингапуре, Соединенных Штатах Америки и даже в Перу. Шампанское Mumm остается символом духа авантюр и приключений и в наши дни, поддерживая гонки «Формула-1» и спонсируя дальние экспедиции.

ДЕВИЗ ДОМА

Дом Mumm всегда придерживался своего девиза «Только лучшее», который свидетельствует о его стремлении использовать только лучшие виноградники и получать только лучшие вина. Именно это кредо сделало Дом Mumm официальным поставщиком английского двора.

ВИНОГРАДНИКИ

Дом Mumm располагает 218 гектарами виноградников, из которых 160 относятся к классу Гран Крю. В его виноградниках господствует сорт Пино Нуар, благодаря которому шампанское приобретает насыщенность и характер и может идеально дополнить самый необычный гастрономический союз.

КОРДОН РУЖ

Созданный в 1876 году **Cordon Rouge** – это бриллиант в короне Дома Mumm. «Самое дорогое – а значит, лучшее» (The most expensive, therefore the best) – таков был слоган этого шампанского, когда оно впервые появилось в Англии. В Cordon Rouge найден баланс между насыщенностью сорта Пино Нуар и тонкостью Шардоне, что делает его идеальным напитком для любого торжества.

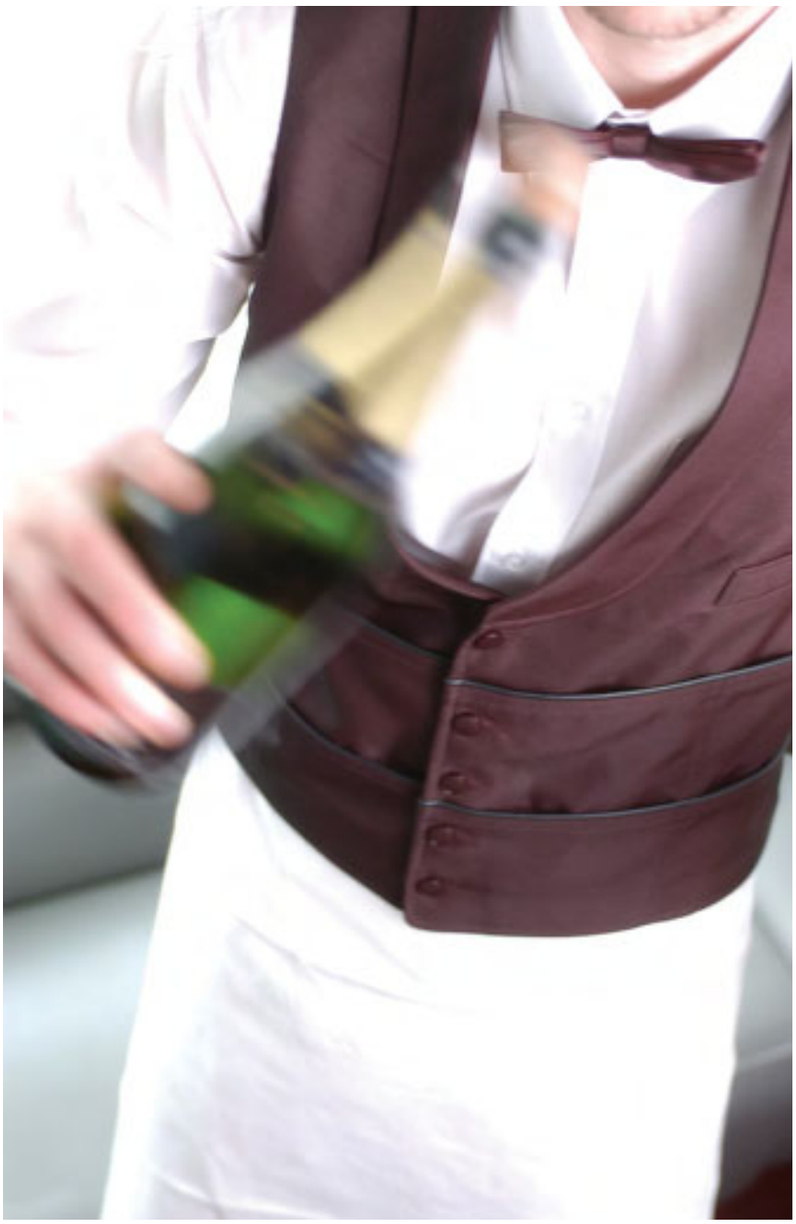
ГАММА

Mumm Demi Sec ценится как дополнение к десерту, и идеально для тех, кто слишком чувствителен к строгости шампанского брют. После нескольких лет хранения его можно подать к блюдам, требующим сладкого и сложного вина, – например, к фуа гра с трюфелями.

Mumm Rosé благодаря его свежему и фруктовому вкусу великолепно подходит для аперитива.

КОРДОН РУЖ 1998

В купаже **Mumm Cordon Rouge Millesimé 1998** доминирует Пино Нуар (69% купажа), происходящий с виноградников Montagne de Reims и обладающий удивительно долгим послевкусием. Шардоне (31 % купажа), собранный с виноградников Avize, Cramant, Chouilly и Oger, отличается исключительными ароматическими свойствами и придает купажу утонченность и свежесть.



БОКАЛЫ ДЛЯ ШАМПАНСКОГО

Долгое время для подачи шампанского использовались широкие чаши. В обтянутых перчатками дамских руках они способствовали гламурному образу напитка.

Все специалисты, тем не менее, сходятся во мнении, что чаша не подходит для подачи игристых вин. Они отдают предпочтение высоким узким фужерам. В чашах слишком велика площадь соприкосновения вина с воздухом, газ быстро выдыхается, и исчезают пузырьки. Впрочем, законы гламура иногда оказываются превыше других правил, и ничто не может помешать подавать шампанское в чашах. Кстати, именно так поступает с обычными кюве Колин Филд, легендарный бармен парижского отеля «Ритц». Правда, винтажное шампанское и престижные кюве подаются в «Ритце» самым классическим способом: в сужающихся кверху бокалах тюльпановидной формы, которые, как и для высоких вин, позволяют лучше оценить ароматы.

Важный аспект шампанского – это пузырьки. Они появляются там, где на поверхности бокала есть неровности или микроскопические частички пыли. Поэтому некоторые производители специально делают шероховатым дно бокала, чтобы на нем легче образовалась цепочка пузырьков.

Наконец, лучше не пользоваться для мытья бокалов посудомоечной машиной и моющими средствами, содержащими силикон. Он покрывает стенки пленкой, которая сглаживает их шероховатости и не дает образовываться пузырькам. Лишившись пены, шампанское сразу потеряет свои видимые достоинства и связанный с ними статус.

Бренд крупным планом

Perrier-Jouët

Символ Прекрасной эпохи

Украшенная рукописными анемонами, бутылка шампанского Perrier-Jouët рождает в воображении ностальгические и элегантные образы Бэль эпок – эпохи, отличавшейся высшей утонченностью.

Дом

Дом Perrier-Jouët был основан в 1811 году, и с тех пор здесь царит особая атмосфера, отмеченная изысканностью и изяществом. За элегантным фасадом одного из самых престижных Шампанских Домов Франции виноделие возведено в ранг искусства, а создаваемое здесь шампанское обладает особым, не подвластным времени шармом.

Виноградники

Сегодня Дом Perrier-Jouët может гордиться тем, что владеет виноградниками, в подавляющем большинстве своем относимыми к классу Гран Крю.

Стиль

Даже если Пино Нуар с участков Майи и Верзене стал классикой жанра, следует все же отметить, что стиль Perrier-Jouët определенно находится под влиянием необыкновенных Гран Крю, расположенных на Склоне белого винограда (участки деревень Авиз и Краман), что придает шампанскому образцовую тонкость и изящество.

Belle Epoque

Cuvée Belle Epoque, известное во всем мире престижное шампанское, производится лишь в годы особого урожая. В нем находит отражение исключительный характер виноградников, где произрастает поистине совершенный виноград сорта Шардоне. Дополняет композицию кружевная структура отборного Пино Нуар. Коллекционеры без колебаний предают Cuvée Belle Epoque старению, чтобы получить квинтэссенцию шампанского.

Belle Epoque Blanc de Blancs

Belle Epoque Blanc de Blancs. Деликатность и элегантность в сочетании с характером, букет с ароматами сирени, розового грейпфрута и легкими нотками гуавы, а также чувственное послевкусие – таковы черты кюве Belle Epoque Blanc de Blancs, одного из самых престижных и редких шампанских вин. Его производят только из винограда Шардоне, выращенного в окрестностях деревни Краман на участках, относящихся к классу Гран Крю.

Belle Epoque Rosé

Cuvée Belle Epoque Rosé. Розовая версия Кюве Бэль Эпок обязана своим нежным цветом легкому добавлению красного вина с лучших виноградников Шампани, которое ассамблируют с белыми кюве, получая мягкое шампанское с изысканным цветочно-фруктовым букетом.

С 1969 года всемирный успех шампанского Belle Epoque венчают анемоны, изображенные на бутылке. Уникальные кружева из белоснежных цветов были созданы выдающимся художником по стеклу школы Нанси Эмилем Галле еще в 1902 году.

Глава
3.3

Аперитив

От мифа до ритуала

Слово «аперитив» происходит от латинского aperire – открывать. В античные времена этот термин вызывал медицинские ассоциации. С помощью микстур, приготовленных по секретным рецептам, активизировали кровообращение, открывали каналы и сосуды, еще не думая об откупоривании бутылки. И только в конце XIX века слово «аперитив» получило гастрономический смысл, хотя от своего физиологического значения ему окончательно избавиться не удалось.

Спиртные напитки и настойки на травах традиционно подают, чтобы подготовить тело и душу к восприятию обильного ужина. И в наше время слово «аперитив» означает как момент перед едой, когда сотрапезники собираются за бокалом и легкой закуской, так и собственно напитки, обладающие реальными или предполагаемыми «пре-дижестивными» свойствами.

Но, в конечном счете, слово «аперитив» само по себе очень мало говорит о существенной черте образа жизни, своеобразном ритуальном действе, протекающем с большей или меньшей элегантно-

Коктейль Chivas Manhattan (справа), поданный на аперитив в величественном интерьере отеля-дворца Principe di Savoia в Милане (вверху).

ВИДЫ АПЕРИТИВОВ

Аперитивы на основе вина

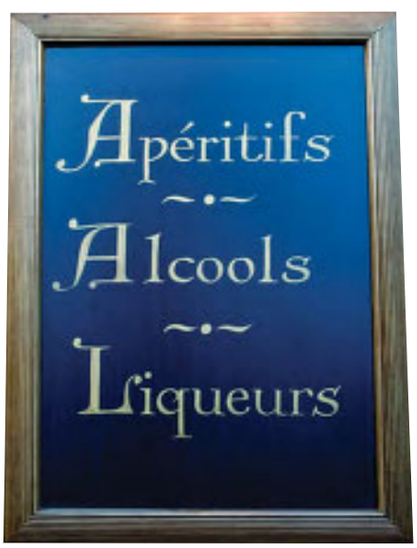
- Вермуты *(Extra Dry/Bianco/Rosso/Rosé)*
- Хинные настойки *(белые/красные/янтарные)*

Аперитивы на основе спирта

- Анисовые настойки *(Anisé/Raki/Arack/Ouzo)*
- Абсент
- Биттеры

Прочие аперитивы

- Сухие вина *(белые/розовые)*
- Шампанское, игристые вина *(белые/розовые)*
- Херес *(Fino/Manzanilla)*
- Коктейли *(Americano/ Negroni/Kir/ Kir Royal/ Manhattan/ Dry Martini/ Garibaldi...)*



АПЕРИТИВ – КЛЮЧЕВОЙ МОМЕНТ, ЧТОБЫ ПРИВЛЕЧЬ КАК МОЖНО РАНЬШЕ ВЕЧЕРОМ МНОГОЧИСЛЕННУЮ КЛИЕНТУРУ, ЧТО ОЧЕНЬ ВАЖНО ДЛЯ УСПЕШНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗАВЕДЕНИЯ.

стью повсюду в мире – от бистро на углу до светского приема. Здравый смысл заставляет нас предположить, что этому ритуалу с пылом предавались еще древние римляне, любившие привести себя в форму с помощью медовой настойки. В Средние века при всем изобилии яств, подававшихся к столу баронов и королей, никто, разумеется, не начинал трапезу с наиболее тяжелых блюд. Вначале традиционно сервировали небольшие хлебцы, малые порции паштета, не забывая сопроводить их соком кресс-салата для подготовки к пиру.

Наконец, мы подошли к пониманию задачи, стоящей перед аперитивом: трапеза в миниатюре, призванная служить для разминки и легкой пищеварительной гимнастики, дабы обезопасить гастрономического «спортсмена» от несчастного случая.

Но в результате мы упустили из вида основную роль аперитива – его социальную основу.

Для доказательства законности своего существования аперитив не нуждается в истории и латыни. Кто из нас не путался под ногами у своей бабушки, готовившей к ужину несколько блюд из своего репертуара? И когда нам перепадал кусочек, мы становились терпеливее, не понимая, что вся магия заключалась именно в ожидании.

Сделавшись взрослыми или полагая себя таковыми, люди научились извлекать пользу из лучших мгновений детства. И для большинства из нас аперитив – это всегда «предварительный момент». Момент, разделенный с близкими или, наоборот, новыми знакомыми, без определенной продолжительности, почти без расписания и уж всегда без ограничений. Слишком короткий, когда все кажется лучше. Сияющее предзнаменование, обращающее в мед все, что мы подносим ко рту.

Многие рестораторы, далекие от таких поэтический сравнений (кстати, написанных после удачного аперитива), смекнули, что аперитив – удобный момент, единственный, когда желудок клиента пуст, а кошелек – полон. И, пользуясь моментом, они начинают пичкать его самым худшим: подгнившим арахисом, или потерявшими от старости цвет оливками.

К счастью, Италия подает здесь лучший пример. В этой стране аперитив означает еду в той же степени, что и питье. Главное – это единственная страна, где можно (немного) поесть бесплатно. «Бесплатность», разумеется, относительная. Итальянские рестораторы, вероятно, лучшие коммерсанты в мире, уже давно осознали пользу от фиделизации клиентов, а стоимость нескольких фокачча или брускетта с лихвой покрывается потребленными напитками.

Аперитив по всему миру

Традиция аперитива распространена практически по всему свету, но, как и другие достижения наиболее утонченной цивилизации, она имеет европейское происхождение. Во многих странах Европы аперитив сделался образом жизни. Прежде всего, следует упомянуть средиземноморские страны. Здесь аперитив имеет стратегическое значение для индустрии напитков, поскольку на него приходится значительная часть из тех миллионов гектолитров вина и крепкого спиртного, которые потребляются ежегодно.

В Испании аперитив полностью включен в повседневную жизнь. Ужин никогда не начинается раньше девяти, а в знойные летние вечера – и раньше одиннадцати. Благодаря тапас, представляющим собой миниатюрные порции всего спектра блюд испанской кухни в сочетании с хересом, вермутом, вином, виски или коктейлем, случается, что до собственно ужина дело так и не доходит.

Во Франции «аперо», как его называют в народе, превратился в настоящее социально значимое явление. В соответствии с результатами опросов, 70% французов потребляют аперитив, как минимум, раз в неделю. Цифра впечатляет. При этом во Франции аперитив связан с частной жизнью. Аперитив принимают дома с друзьями, ожидая, пока все соберутся, прежде чем приступить к более серьезному празднованию.

Аперитив превратился в образ жизни, в особенности на юге Франции, где он поддерживается как национальное наследие. В предзакатные часы ритуал аперитива можно наблюдать на террасах кафе Сен-Тропе, Марселя, Сен-Поль-де-Ванса, Канн или Монако. Анисовые настойки соседствуют с вермутом. Пьют Рикар или Мартини, а также местное розовое вино, лениво поигрывая в петанк или накалывая на пику оливки.

Но в наиболее точном смысле этого слова и в самом утонченном виде аперитив встречается в Италии. Здесь ритуал настолько строг, что некоторые считают, будто он записан в итальянскую конституцию. Успех его играет столь же важную роль в ослепительной статистике туризма, что и Галерея Уффици во Флоренции или Падающая башня в Пизе. Остается только пожелать, чтобы аперитив так же влиял на посещаемость вашего ресторана.

Аперитив не должен быть только жидким, поскольку большая доза алкоголя может не только нанести вред здоровью, но еще и отбить аппетит. Поэтому к аперитиву следует подавать мини-закуски. Они играют особую роль, гармонизируя чувство голода у сидящих за столом и уравнивая их аппетит, что сделает последующую трапезу более цивилизованной. Кто-то из них не успел пообедать, а кто-то провел полдня в чайном салоне. Аперитив стирает различия в их чувстве голода, чтобы к ужину все подошли примерно в одинаковом состоянии.

ПОДАЧА С ТЕЛЕЖКИ

В некоторых ресторанах аперитивы предпочитают подавать с тележки. Тележка, укомплектованная набором напитков, исполняет функции мини-бара и позволяет смешать в присутствии клиента аперитив или коктейль по его выбору, даже если их ассортимент существенно уступает бару. Пример оснащения аперитивной тележки.

- Бокалы
- Ведерко со льдом и щипцы для льда
- Подставки под бокал
- Сервировочные приборы: ложки для смешивания, соломинки, пестики…
- Нарезанные ломтиками цитрусовые (лимоны, апельсины)
- Оливки
- Ингредиенты: сахарная пудра или сахарный сироп, листья мяты… в зависимости от карты
- Напитки в ассортименте: вермуты, виски, молодые коньяки, бренди, ликеры и т.д., а также свежие соки, входящие в состав коктейлей-аперитивов, несложных в приготовлении и обладающих высокими вкусовыми качествами.

По очевидным причинам при подаче с тележки отдается предпочтение коктейлям типа лонг-дринк и build in glass (приготовленным прямо в бокале), а не коктейлям, приготовленным в шейкере или стакане для смешивания.

Как добиться успеха с аперитивом в ресторане высокой кухни

Аперитив – ключевой момент застолья. Он позволяет подготовить сотрапезников, чтобы они настроились на одну волну перед началом более важных событий.

Главные задачи аперитива

Помимо задач простого гостеприимства, помогающих всем присутствующим пережить приятные минуты ощущения свободы после рабочего дня, аперитив выполняет и другие невероятно сложные функции.

• **Он пробуждает аппетит.** Однако данное утверждение не совсем соответствует действительности. Скорее, он подготавливает аппетит. Запущенные в ход пищеварительные механизмы окажутся готовыми к массивному поступлению еды в ходе ужина.

• **Он помогает ждать.** В конечном счете, это одна из основных функций аперитива. Он позволяет дождаться в хорошей компании начала более серьезного принятия пищи. Ожидание не покажется изголодавшемуся желудку слишком долгим.

• **Он создает социальные связи и расслабляет** – это чрезвычайно важное значение аперитива. Иногда во время делового обеда или очень формальной встречи необходимо разрядить обстановку. То же относится к встрече незнакомых или малознакомых людей. В подобных случаях роль аперитива трудно переоценить: к ужину люди будут уже лучше знать друг друга.

Поэтому необходимо суметь представить широкую гамму аперитивов, соблюдая равновесие между крепкими и более слабыми напитками, чтобы каждый мог подготовиться к трапезе на свой манер, и не забыть при этом про закуски, помогающие организму гармонично воспринять спиртное.

Бесплатный аперитив

В престижных ресторанах часто подают бесплатный аперитив. Это простой способ фиделизации клиентов. В нашем поглощенном делами мире подарок сделался такой редкостью, что ценится чрезвычайно высоко. Этим обстоятельством можно воспользоваться со всеми шансами на успех. В результате клиент чувствует, что с ним обращаются, как с другом. Ему предоставляют и напиток, и мини-угощение, прежде чем он сделает заказ (который, скорее всего, будет более основательным).

Тем не менее, для того чтобы аперитив-комплимент оказал свое воздействие и поднял продажи, следует соблюдать определенные правила.

• **Аперитив должен быть качественным.** В зависимости от времени года и типа заведения обычно подают коктейль или игристое вино.

• **Аперитив следует подавать со всем уважением,** а не просто незаметно поставить на стол. То, что бесплатным напиткам вы придаете такое же значение, что и платным, только подчеркнет достоинства вашего заведения.

• **Аперитив обязательно сопровождается закуской.** Последняя должна быть на высоте прочих кулинарных творений вашего шеф-повара. Не забывайте, что она демонстрирует уровень вашей кухни.

• **Аперитив должен подавать сомелье.** Это облегчит ему работу с дальнейшими заказами. Психологический барьер будет преодолен, контакт установлен, и продажи вызовут меньше проблем.

Разумеется, вы можете частично или полностью включить стоимость аперитива в винную карту или меню. Но в дальнейшем, оценив успех нововведения, вы заметите, что оно окупается само по себе, позволяя вернуться к прежнему уровню цен.

Подача аперитива

К аперитивам относятся, прежде всего, такие напитки, как анисовые настойки и вермуты. Но клиенты считают аперитивами любые другие напитки, которые они заказывают, чтобы расслабиться в ресторане в ожидании исполнения заказа или задерживающегося спутника. Это могут быть белые вина или шампанское, подаваемое бокалами, а также, разумеется, коктейли. Сомелье или официант должны знать способ подачи каждого из данных напитков, выбранных по карте, и подобрать для него соответствующий бокал.

Подача вин. Вина и шампанское по бокалам подаются по классической схеме: с сервировочного столика или наливаются непосредственно перед клиентом.

Подача коктейлей. В престижных ресторанах приготовленные в баре коктейли приносят в зал в руках (а не на подносе). В некоторых ресторанах бармены заканчивают приготовление коктейля в зале, взбивая его в шейкере непосредственно перед посетителями и разливая в заранее приготовленные бокалы. Подобный ритуал придает обслуживанию более зрелищный характер.

Бренд крупным планом

METAXA

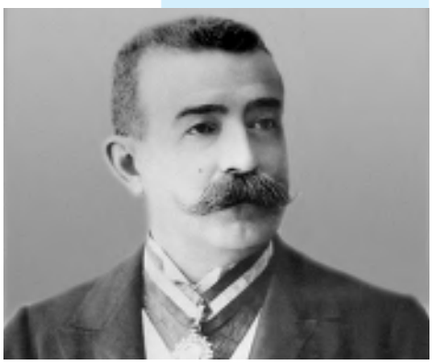
ОТ АПЕРИТИВА ДО... ДИЖЕСТИВА

Греческие напитки хранят уважение к винодельческим традициям, насчитывающим несколько тысячелетий. Они проникнуты тем духом искусства жизни, которое весь мир с восторгом заново открывает для себя, и которому могут позавидовать многие страны Нового Света.

ГРЕЦИЯ В БОКАЛЕ

В наши дни греческие вина и крепкие напитки добиваются больших успехов на мировом рынке и встречаются в лучших ресторанах планеты. Среди них следует особо упомянуть известную марку Metaxa.

ОСНОВАТЕЛЬ



Этот напиток изобрел в 1888 году греческий торговец Спирос Метакса. Разработанный им метод производства сохраняется неизменным до наших дней. Вино из греческих сортов винограда перегоняют и полученный спирт выдерживают для обретения им округлости и сложности в бочках из лимузенского дуба.

ПРОИЗВОДСТВО

К содержимому бочек добавляют душистое и нежное мускатное вино с острова Самос, эссенцию из розовых лепестков и ароматические травы, которые держатся в секрете. Затем Метакса снова выдерживается в бочках. На протяжении всех этих этапов производства Метакса обретает богатые ароматы и многогранный характер.

УПОТРЕБЛЕНИЕ

Метакса обладает сложным и богатым характером, сочетающим ноты свежего винограда, ванили и муската с более мощными жареными тонами дуба, поэтому она одинаково подходит как для аперитива в сочетании с тапас или мезе, когда в нее следует добавить несколько кубиков льда, так и для дижестива или сопровождения сигары.

ЛИНЕЙКА

Metaxa 5★ Classic была выдержана не менее пяти лет в дубовых бочках. Напиток издает ароматы муската и меда, и его подают на аперитив со льдом или в смеси с тоником.

Metaxa 7★ проводит, как минимум, семь лет в дубовых бочках. Ее мягкий ванильный характер наилучшим образом раскрывается на аперитив со льдом или в чистом виде в момент десерта, чтобы растянуть бокал до дижестива.

Metaxa Grand Olympian Reserve была создана в честь 115-летия создания Метаксы. Напиток выдерживают, как минимум, 12 лет в дубовых бочках, и он обладает элегантным, богатым и мощным букетом. Его подача схожа с сервировкой коньяка или односолодового виски.

Metaxa Private Reserve хранится в дубовых бочках не менее 20 лет. А возраст некоторых спиртов, входящих в ее состав, превышает 30 лет. В результате получается полный, мощный, глубокий и утонченно сложный напиток, который подают на дижестив или с сигарой, чтобы оценить всю стойкость его ароматов.

СТИЛЬ

Аперитиво *а ла мода*

В Милане аперитив – больше, чем обычай. Это – образ жизни. В столице моды и роскоши он обрел черты древнеримской оргии. Начиная с пяти часов вечера бармены, повара и официанты режут, измельчают, фаршируют, делают тартинки, короче говоря, готовят гигантский буфет, который увенчает барную стойку, чтобы сопровождать всевозможные коктейли. Ровно в шесть часов модели закрывают свои альбомы, фотографы сворачивают аппаратуру. Девушки в солнцезащитных очках немыслимых размеров нервно ищут на битком набитых улицах место, где бы припарковать свой «Мини». Все миланцы без исключения воздают должное столь же легкомысленному, сколь и необходимому ритуалу аперитива.

Aperitivo – это тот достойный Гаргантюа «жидкий и твердый» аперитив, который встречается во всех миланских барах. У барной стойки, заставленной грандиозным буфетом, можно вволю полакомиться небольшими порциями пиццы, брускетты, разнообразными канапе, иногда салатами, а в определенных местах – даже тапас и суши. И все это – по цене коктейля.

Короче, можно замечтаться. А когда в Москве, Париже или Лондоне снисходительный бармен ставит перед нами тарелочку с несколькими ядрами арахиса или ломтиками чипсов, мы все чаще воспринимаем это со смешанным чувством протеста и ностальгии.

История миланского аперитива

Миланский аперитив имеет не столь древнее происхождение, но уже оброс историей. Можно сказать, что он возник благодаря трем факторам. Во-первых, под американским влиянием традиция «счастливого часа» (happy hour) получила массовое распространение в итальянских барах после Второй мировой войны, что выработало у итальянцев привычку заглядывать в бар после 18 часов.

Во-вторых, у истоков миланского аперитива стоит Виничо Вальдо. В 1990-е годы он владел небольшим миланским баром Cap Saint Martin. Однажды его посетила блестящая мысль о том, как привлечь больше молодых посетителей в это скромное, но удачно расположенное заведение. Он предложил бесплатную закуску каждому, кто закажет коктейль между 18 и 21 часом. Успех сказался немедленно. Тротуары перед баром, забитые скутерами «Веспа», разожгли аппетиты, вызвали конкуренцию, породили подра-

Аперитив в «Дольче и Габбана Мартини баре», расположенном в барочном интерьере восхитительного бутика бунтарей высокой моды, – отличный повод отдохнуть после шопинга с коктейлем Dolce & Gabbana Martini.

жателей, и в течение нескольких лет все бары города, каждый на свой манер, переняли схему «закуска – бесплатно».

Третья основа миланского аперитива – коктейль Негрони Сбальято (Negroni Sbagliato). Его изобрел Мирко Стокетто, хозяин бара Basso – храма миланских коктейлей. Мирко работал на горнолыжном курорте Кортина д'Ампеццо вместе с барменом из венецианского «Харри'с бара» и несколько раз смешивал коктейли для Эрнеста Хемингуэя. В 1950-е годы, по возвращении в Милан, он обосновался в баре Basso и сделал из него первый «уличный» коктейльный бар во времена, когда «американские напитки» подавались только в барах международных гостиниц.

Недавно я встретил Мирко: он все еще на посту, но предпочитает присматривать за кассой – всему

DOLCE & GABBANA MARTINI

В шейкере взбить со льдом следующие ингредиенты:

- 5/10 вермута Martini Extra Dry
- 3/10 свежевыжатого апельсинового сока
- 2/10 клубничного ликера
- дэш эссенции цветка апельсина

Отфильтровать в коктейльный бокал. Украсить физалисом.

Негрони Сбальято, приготовленный в баре «Бас-со».

КЛАССИЧЕСКИЙ КОКТЕЙЛЬ «НЕГРОНИ»

В бокале тумблер смешать с несколькими кусками льда следующие ингредиенты:
• 1/3 вермута Martini Rosso
• 1/ 3 биттера Campari или Martini Bitter
• 1/3 джина
Украсить кружком апельсина.

«НЕГРОНИ СБАЛЬЯТО»

Рецепт предельно прост. В бокал положить несколько кусков льда и налить ингредиенты в следующем порядке:
• 1/3 вермута Martini Rosso
• 1/3 биттера Campari или Martini Bitter
• 1/3 игристого вина Спуманте
Обычно используют большие дутые бокалы. Коктейль украшают ломтиком апельсина.

аперитив в Shu Bar, Милан

бутик и кафе Gucci

свое время, каждому возрасту свое. Теперь Негрони Сбальято для завсегдатаев готовит его сын Маурицио.

Negroni Sbagliato («лжеНегрони») появился в 1970-е годы, когда джин в составе классического Negroni был заменен игристым вином. В кои то веки слово «ложный» не несет в себе уничижительного смысла. В данном случае оно лишь подтверждает понимание моды. И еще, часто можно прочесть, что Негрони Сбальято придумали по ошибке. *«Ничего подобного,* – возражает Маурицио. *Мы с давних пор занимаемся коктейлями, среди которых большим спросом пользовался Негрони. В то же время некоторые наши клиенты находили Негрони слишком крепким для аперитива, особенно если учесть размер наших порций. Именно поэтому мы решили заменить джин игристым вином. Спуманте – само по себе аперитив, так же как Martini или биттер. Так и получился Негрони Сбальято. Потом об этом коктейле все забыли, до тех пор пока в 1990-е годы Милан не захлестнула мода на аперитив».*

Аперитив в фэшн-барах

Благодаря размножившимся фэшн-барам миланский аперитив приобретает все больше утонченности. В этих заведениях предлагают его изысканные варианты. Так, в Living, в Shu, в Dolce & Gabbana Martini Bar или в Bvlgari уделяют особое внимание коктейлям, уменьшая число закусок одновременно с повышением их качества. Способ избежать «джанк-фуда» для бедных студентов, которые заполонили другие, менее известные бары столицы моды.

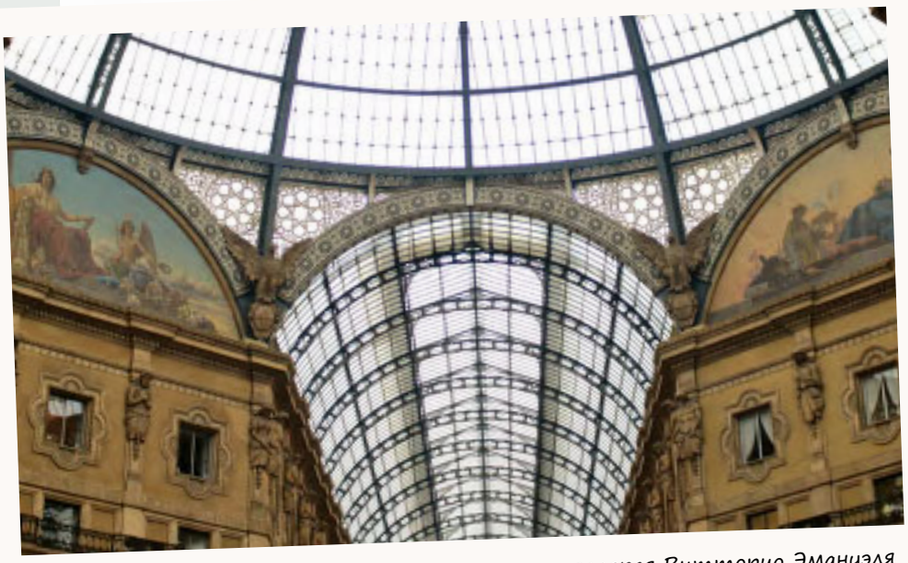
В Armani Caffé минимализм декора находит отражение в миниатюрных тостах и содержимом бокалов. Известно, что Джорджио Армани питает склонность к органическим продуктам. Быть может, настало время заказать лонг-дринк: Martini с экологически чистым грейпфрутовым соком – последнее веяние среди моделей, оценивающих легкие тонизирующие напитки. Если, конечно, они не предпочтут повторить Негрони Сбальято. Настоящий!

Милан, отель Principe di Savoia

BVLGARI
HOTELS & RESORTS
MILANO
XRF N°: 62819-06
BAR
12 Gianluca
TBL 90/1 CHK 4864 GST 2
ORNOU 18:13
1 Cocktail 17.00
1 Vino Bianco 15.00
Totale EURO 32.00

КОКТЕЙЛЬ «НЕГРОСКА»

В бокале тумблер смешать с несколькими кусками льда следующие ингредиенты:
• 1/3 вермута Martini Rosso
• 1/ 3 биттера Campari или Martini Bitter
• 1/3 водки
Украсить кружком апельсина.



галерея Витторио Эмануэля

Глава
3.4

Виски

Многообразие характеров и способов употребления

По всему миру виски гордо держит голову. В молодых странах он поражает своим характером и пользуется неудержимой притягательностью новизны. В Европе его выдвигают на авансцену баров и ресторанов заключенные в нем ценности: экология, природа, история и преобладающая роль человека на всех этапах его создания. Виски имеет еще одно несомненное преимущество: удивительное разнообразие, вдохновляющее как профессионала, так и любителя.

Возьмем, к примеру, шотландский виски. С помощью перегонных кубов pot still минималистичной формы, не менявшихся иногда более столетия, причем, примерно одинаковых во всех хозяйствах, используя бочки, с трудом добытые в погребах Хереса (которые с учетом их состояния приходится терпеливо чинить, заделывая течи соломой), применяя воду, зачастую выдаваемую за чудодейственную, но на самом деле вполне обыкновенную, удается получить немыслимое количество сортов виски, действительно отличающихся по своим характеристикам, даже если они произведены на соседних винокурнях. В этом и заключается истинная магия виски. Это великая тайна, которую даже перегонщик из Хайлендса не в состоянии объяснить. Как дирижер, руководящий оркестром, звуки которого складываются в симфонию, мастер-блендер создает купажированный виски, вмещающий богатство и сложность. Он мог бы каждый день менять партитуру – столь богата имеющаяся в его распоряжении палитра.

Итак, нет причин удивляться росту интереса к ви-

ВАЖНЕЙШИЕ ВИДЫ ВИСКИ

Шотландский

- Single Malt
  Speyside/Highlands/Islay/
  Lowlands/Campbeltown
- *cask strength*
- *single cask*
- Pure Malt (Vatted Malt)
- Blended Whisky
- Single Grain Whisky

Ирландский

- Single Malt
- Pure Pot Still Whiskey
- Blended Whiskey

Шотландский *single malt* (односолодовый виски) получают из соложеного ячменя на одной винокурне. *Cask strengh* – это виски, разлитый из бочки по бутылкам без разбавления водой. *Single cask* (как и американский *single barrel*) – это виски из одной бочки, уникальный с той точки зрения, что он не испытал на себе сглаживающего эффекта купажирования.
Pure malt – смесь разных односолодовых виски;
blended whisky – смесь солодовых и зерновых виски; *single grain whisky* – зерновой виски, произведенный на одной винокурне.

Ирландский *single malt* – виски из соложеного ячменя; *pure pot still whisky* – виски из соложеного и несоложеного ячменя, дистиллированный в аппаратах pot still.

Американский

- *Straight*
  Bourbon Whiskey
- *small batch*
- *single barrel*
- *wheated bourbon*
- *Straight*
  Rye Whiskey
- Tennessee Whiskey

Канадский

- Single Malt
- Blended Whisky
- *rye whisky*

Американский *bourbon* изготовлен из зерна, состоящего, как минимум, на 51% из кукурузы, может иметь пометку *wheated*, если включает больше пшеницы, чем ржи.
Виски высшего качества – купаж содержимого бочек, отобранных в разных местах склада, – носит название *small batch*.
В основе зернового сусла *rye whiskey* лежит не менее 51% ржи, а *tennessee whiskey* очищают при помощи угольного фильтра, характерного для штата Теннесси.

Канадский виски может быть солодовым – *single malt* или сделанным из разных злаковых – *blended whisky;* последний носит пометку *rye*, если он содержит не менее 51% ржи.

whisky menu

SINGLE MALTS • ОДНОСОЛОДОВЫЕ ВИСКИ

Виски из соложеного ячменя, носит имя своей винокурни.

single — порция джентльмена

highland • хайленд

В этом обширном горном регионе появляются на свет виски, обладающие разным характером.

Aberfeldy 12 y.o. 40% vol. — __ y.e. — __ y.e.
элегантный виски с ароматами вереска, меда, марципана и легкими нотами дыма в финале

Edradour 21 y.o. Château d'Yquem 50,8% vol. — __ y.e. — __ y.e.
идеальная гармония, легкая сладость во вкусе и восхитительный финал

Glenmorangie Sherry Wood Finish 43% vol. — __ y.e. — __ y.e.
цветочный букет с нотами дыма и сладостью хереса

speyside • Спейсайд

Зажатый между озером Лох-Несс, Северным морем и Гремпианскими горами, небольшой район Спейсайд – чемпион по количеству винокурен. Его виски отличаются мягкостью, фруктовыми ароматами и элегантностью.

Aberlour A'bunadh 60,2% vol. — __ y.e. — __ y.e.
интенсивные фруктовые ароматы, маслянистые оттенки и шоколадные ноты

The Macallan Fine Oak 18 y.o. 43% vol. — __ y.e. — __ y.e.
много древесных ароматов и спелая груша с нотами хереса во вкусе

The Glenlivet French Oak 15 y.o. 40% vol. — __ y.e. — __ y.e.
послевкусие, сообщенное новым лимузенским дубом; пряные и мягкие, фруктовые и цветочные ароматы

шотландия

Карта виски

single — порция джентльмена

islay • айла

Прочувствуйте вкус моря у островных виски!

Bowmore Darkest 43% vol. — __ y.e. — __ y.e.
горелые ароматы, черный шоколад, апельсиновая цедра и ноты хереса

Lagavulin 16 y.o. 43% vol. — __ y.e. — __ y.e.
глубокие копченые ароматы и оттенки дыма с мощным соленым и хересным послевкусием

BLENDED WHISKIES • КУПАЖИРОВАННЫЕ ВИСКИ

Смесь односолодовых и зерновых виски.

Ballantine's 12 y.o. 40% vol. — __ y.e. — __ y.e.
мед и оттенки дуба, приятные солодовые ноты

Chivas Regal 18 y.o. 40% vol. — __ y.e. — __ y.e.
мощные фруктовые ароматы с ванильными и пряными нотами

Dewar's Signature 43% vol. — __ y.e. — __ y.e.
богатый и нежный, со штрихами тоффи и фруктовыми нотами

Royal Salute 40% vol. — __ y.e. — __ y.e.
изящные ароматы хереса, богатство древесных оттенков, благородный финал

Whisky Menu составлено по материалам карты напитков эдинбургского ресторана Amber.

ски, укрепляющемуся в последние годы. Ресторан и, тем более, бар может извлечь из этого пользу и затронуть новую клиентуру с высоким уровнем доходов: с одной стороны, знатоков, заинтересованных в напитках, связанных с традициями и историей, а с другой стороны – любителей громких брендов класса премиум, на которых действует ореол аутентичности и престижа, окружающий этот напиток.

Высокая добавочная стоимость коктейлей, новые возможности гастрономических сочетаний, ошеломляющая работа с десертами и, конечно же, классическая подача на дижестив позволят превратить в капитал этот ликвидный товар и многоликий напиток.

Как увеличить продажи виски

Для того чтобы извлечь пользу из всего разнообразия сортов виски сомелье, бармен или ресторатор должны создать атмосферу, благоприятствующую его продажам, как в отношении интерьера и атмосферы, так и оформления карты и меню. Необходимо также обзавестись подходящими бокалами.

Кроме того, следует убедиться в том, что персонал хорошо знает виски и использует правильную аргументацию при продажах.

Только в этом случае работа со стремительно набирающим популярность напитком позволит увеличить прибыль и рентабельность как бара, так и ресторана.

Способы подачи виски

Виски расценивают как Any Time Drink – напиток для любого времени. В различном виде его можно предлагать в любые моменты. Он может и должен присутствовать в карте на всех уровнях, чтобы его предложение было постоянным.

В качестве аперитива

На аперитив клиентам понравится виски с легкими ароматами и в наиболее щадящей алкогольной форме, например, в составе коктейля. В то же время для клиентов с более классическим вкусом и, к примеру, только что закончивших корпоративное собрание, нужна классическая подача виски, позволяющая сразу принять «ударную дозу» и расслабиться в ожидании ужина. Им можно предложить чистый виски или виски, разбавленный небольшим количеством воды, со льдом или в составе коктейля short drink. Классический, но, тем не менее, широкий выбор вариантов подачи виски завершит предложение мини-закусок, которые в это время суток пользуются неизменным успехом (см. главу «Аперитивы»).

В сочетании с блюдами

Продажа виски в гастрономическом сочетании с блюдом значительно отличается от продажи вина. Заказ не будет столь спонтанным, хотя, конечно, есть категория клиентов, с удовольствием запивающих еду виски или коктейлем. Поэтому наилучшее решение – дегустационное сет-меню, заранее подготовленное шеф-поваром и сомелье или шеф-поваром и барменом.

Некоторые блюда, приготовленные по рецептам высокой кухни и позволяющие создать превосходные сочетания с одним или несколькими сортами виски, предлагаются в определенное время года в гастрономических ресторанах, награжденных звездами Мишлена и включенных в туристический журнал Conde Nast Traveller.

Подобные предложения позволяют прервать рутину постоянной подачи вин. Они демонстрируют полет фантазии шеф-повара и сомелье, которые без колебаний создают новые вкусовые комбинации.

Разумеется, оригинальные сочетания, в которых вклад шеф-повара, несомненно, превалирует, вызовут интерес у постоянных посетителей ресторана. Более того, они позволят получить дополнительную прибыль за счет сета «блюдо-напиток».

С десертами

Виски должен непременно присутствовать в карте десертов. Предложение крепких спиртных напитков к десерту – последний крик моды. Оно позволяет утонченные сочетания и становится правилом во всех ресторанах, претендующих на высокую кухню.

Для этой цели имеет смысл внести в одну и ту же карту десерты, виски и другие крепкие напитки. В ней можно представить бленды категории премиум, лучшие бурбоны и односолодовые виски.

В качестве дижестива

Разумеется, в карте спиртных напитков должен присутствовать достаточно широкий ассортимент виски, предлагаемых в качестве дижестива. Выбор зависит от вас, но учтите, что предпочтение следует отдать наиболее престижным и выдержанным напиткам. Не забудьте в целях подъема уровня обслуживания и прибыли расширить список коктейлей-дижестивов, которые, кроме благотворного влияния на пищеварение клиентов, имеют еще и высокую добавленную стоимость и могут улучшить экономические показатели.

Коктейли

Если ресторан собирается с помощью виски увеличить продажи и прибыль, полезно предложить авторские коктейли гастрономического звучания как в качестве аперитива, так и в роли дижестива.

ИСТОРИЧЕСКАЯ СПРАВКА

Первое упоминание о крепком напитке на основе злаков, в дальнейшем превратившемся в виски, относится к Шотландии 1494 года, где он назывался «uisge beatha». Это упоминание позволяет шотландцам говорить о местных корнях своего национального напитка. В то же время другие исследователи, не предоставляя подобных доказательств, возводят происхождение виски к Ирландии 432 года нашей эры и к Святому Патрику.

Единственное, в чем можно быть уверенным, так это в том, что и в наше время звание родины виски служит предметом горячих споров между Шотландией и Ирландией.

Следует отметить, что в Шотландии и в Канаде слово «виски» пишется как «Whisky», а в Ирландии и США – как «Whiskey». Но оба названия произносятся одинаково.

Chivas Royal – коктейль класса премиум на основе виски в баре лондонского отеля Intercontinental Park Lane.

ДЮАРИЗМ:

«ФИЛОСОФ – ЭТО ЧЕЛОВЕК, КОТОРЫЙ МОЖЕТ СМОТРЕТЬ НА ПУСТОЙ БОКАЛ С УЛЫБКОЙ»

ТОММИ ДЮАР
(1864–1930)

БОКАЛЫ ДЛЯ ВИСКИ

Бокалам для виски должно уделяться такое же внимание, как и представлению напитка в карте ресторана.

С одной стороны, в том, что касается односолодового виски, можно обратиться к традициям и в любое время подавать его классическим образом: в стакане типа dram с графином воды. Или воспользоваться бокалами, рекомендованными непосредственно производителями, каждый из которых имеет на этот счет свое мнение.

The Glencairn Glass

С другой стороны, если виски-аперитив отличается от виски-сопровождения десерта, то и бокалы для них тоже должны быть разными. Бокалы, предназначенные не просто для виски, но и для определенного момента его подачи, станут одним из наиболее ярких признаков вашего мастерства и оригинальности.

Для аперитива. В настоящее время существует широкий выбор бокалов для виски, подаваемого в чистом виде или с небольшим количеством воды. Например, The Glencairn Glass отличается элегантностью, полон легкой беззаботности, прекрасно отражающей дух аперитива. Для виски со льдом подойдет тумблер (rock glass). Учтите, что фанатичные любители односолодового виски не одобряют тумблеров, поскольку виски в нем тонет в массе льда, который разбавляет аромат. Однако подобный бокал прекрасно подходит для бурбона.

При подаче аперитивных коктейлей руководствуйтесь конкретными рекомендациями для каждого из них (martini glass, хайбол и. т.д.).

Подача к основным блюдам. Главным критерием выбора бокала является его форма. Следует отдать предпочтение тем бокалам, которые приближаются по форме к бокалам для вина (например, new spirits glass), чтобы не нарушать общую гармонию стола и обеспечить интеграцию виски в гастрономический мир.

По всей видимости, шокирующим обстоятельством является тот факт, что заказавшие вино сотрапезники, поднимая тост и чокаясь, натыкаются на массивный бокал без ножки тех, кто предпочел виски. Это напоминает столкновение культур, битву кельтов с римлянами. Правильный подбор бокалов будет способствовать радостному единению сотрапезников. Поэтому выберите узкий и длинный бокал на ножке, который не будет слишком отличаться от бокалов остальных гостей.

Подача к десерту. Остановитесь на форме single malt glass от Riedel. Она, вне всякого сомнения, наиболее подходящая. Во всяком случае, я наблюдал ее во многих ресторанах высокой кухни. Такая форма бокала способствует правильному восприятию аромата и удобству глотка, что усиливает ощущения во рту. К тому же, лирообразная форма прекрасно отражает барочный дух сладостей.

Классическая подача: дижестив и сигары. Для этой цели подойдет бокал типа снифтер. Несмотря на множество новых изобретений, имеющих больше отношения к маркетингу, такой бокал до сих пор не имеет себе равных по удобству держать его в руке. Снифтер великолепно подходит к моменту расслабления после ужина, когда контакт с бокалом становится более долгим и интимным.

Бренд крупным планом

DEWAR'S

Философия вкуса

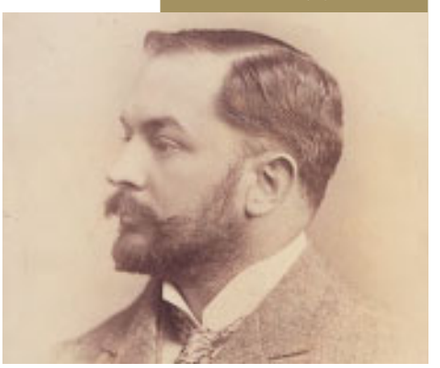
Марка виски Dewar's была основана в 1846 году Джоном Дюаром в шотландском городе Перт и впоследствии получила стремительное развитие благодаря его сыну Томми. Вот уже более 160 лет Dewar's пользуется репутацией виски высочайшего качества, что подтверждают его многочисленные медали и награды.

ИСТОРИЯ

Марка виски Dewar's была основана в Перте в 1846 году торговцем винами и спиртными напитками Джоном Дюаром, который до этого уже на протяжении 18 лет снабжал напитками бары и рестораны по всей Шотландии.

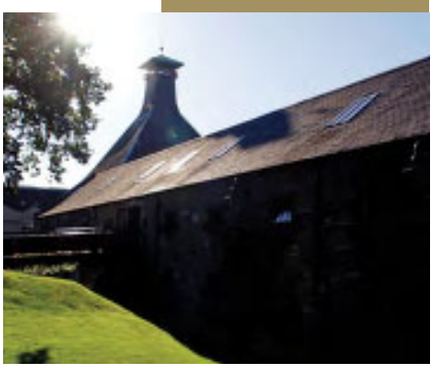
В 1886 году, когда виски Джона Дюара удостоился первого приза за превосходное качество, Томми Дюар присоединился к бизнесу своего отца, сделавшись одним из знаковых персонажей мира виски.

ТОММИ ДЮАР



Будучи передовым человеком и философом, Томми Дюар также стал первым в мире коммивояжером. За 1891–1893 годы он посетил 26 стран и, заложив основы всемирного успеха своего виски, привез из путешествия 32 подписанных контракта с торговыми агентами. В 1893 году королева Виктория выдала компании лицензию официального поставщика виски королевского двора, которая в силе и по сей день, поскольку все монархи продлевали срок её действия.

ABERFELDY

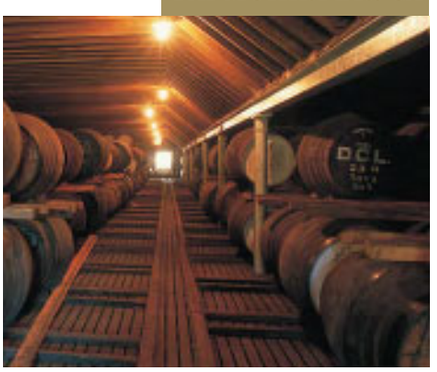


Аберфелди – это деревушка в географическом сердце Шотландии.

Кроме того, Aberfeldy – название винокурни, где производят исключительный односолодовый виски, который является в своем роде «сердцем» купажированных виски Dewar's.

На территории винокурни также находится Dewar's World of Whisky – впечатляющий центр знаний и культуры шотландского виски.

ГАРМОНИЯ ВКУСА



Для того чтобы купаж Dewar's достиг полной гармонии, мягкого идеально сбалансированного вкуса и фруктового букета, его оставляют дополнительно дозревать в течение года в дубовых бочках. Эта уникальная технология, называемая «женитьбой», была придумана еще первым мастером купажа Dewar's Александром Кэмероном и используется по сей день для виски Dewar's 12, Dewar's 18 и Dewar's Signature.

ЛИНЕЙКА

White Label – 3-летний виски с вересковым, немного дымным ароматом, сочным сладковато-пряным вкусом и чистым сухим послевкусием.

Dewar's 12 обладает округлым, чуть сладковатым вкусом с оттенками перца, ванили и орехов, переходящим в длительное послевкусие.

Dewar's 18 – высококлассный купаж 18-летних виски. Обладает богатыми фруктовыми ароматами и оставляет во рту сливочное ощущение.

SIGNATURE

Dewar's Signature обозначает вершину, которую может достичь великий бленд, вобравший в себя все лучшее. Это апогей трудов бывшего мастера Тома Эткина, великого маэстро Дома Dewar's, его шедевр и его наследие. Signature – суперпремиальный купаж, в котором собраны редчайшие сорта виски лучших возрастов. Этот коллекционный скотч производится штучными партиями.

Бренд крупным планом

CHIVAS REGAL

Культ бленда

Братья Чивас одними из первых освоили искусство купажирования, понимая, что только блендинг позволит уравновесить и гармонизировать великие шотландские односолодовые виски. С тех пор Chivas – это синоним престижа и вкуса во всем мире.

БРАТЬЯ ЧИВАС

История Chivas Regal восходит к 1801 году, когда Уильям Эдвард открыл торговлю винами и спиртными напитками в шотландском городе Абердине. В 1838 году к нему присоединился Джеймс Чивас, который после смерти Уильяма Эдварда возглавил предприятие. Вместе со своим братом Джоном он начал купажировать собственный виски. Виски Дома Chivas Brothers стал распространяться во всех частях Британской империи.

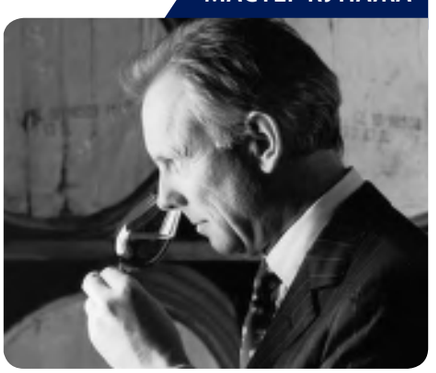
СПЕЙСАЙД

Спейсайд – это географический и культурный центр производства шотландского виски. Благодаря сочетанию климата, воды и рельефа этот регион стал наиболее подходящим местом для размещения винокурен. Односолодовые виски, составляющие основу купажа Chivas, происходят из Спейсайда и отражают сбалансированный и гармоничный характер этой колыбели шотландского виски.

STRATHISLA

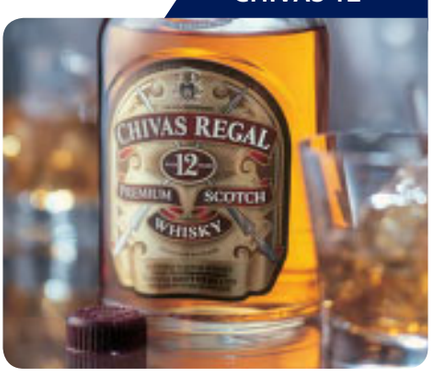
Стратайла, основанная в 1786 году, – самая старая функционирующая вискикурня Шотландии. Эта жемчужина Спейсайда расположена в том месте, где раньше средневековые монахи брали воду для изготовления пива. В Стратайле сумели сохранить традиционный способ производства. Ее односолодовый виски, получаемый в незначительном количестве, почти полностью оказывается в купаже бленда Chivas, где он играет самую значительную роль.

МАСТЕР КУПАЖА



Уже 20 лет мастер купажа Колин Скотт является хранителем вкуса Chivas. Он закладывает на выдержку односолодовые и зерновые виски, которые понадобятся его преемникам в будущем, и демонстрирует свое мастерство купажирования виски Chivas для сегодняшних потребителей.

CHIVAS 12



Chivas Regal 12 y.o., состоящий из 30–40 разных виски, сочетает в ароматическом букете мед, орех, дикие травы и ваниль. Его следует пить в чистом виде, с добавлением воды или со льдом, а также в составе элитных коктейлей. **Chivas Regal 18 y.o.** заключает в своей душе два великих односолодовых виски. Во-первых, это – Стратайла, наделяющий его теплым, долгим, сбалансированным и настойчивым финалом, а во-

CHIVAS 18

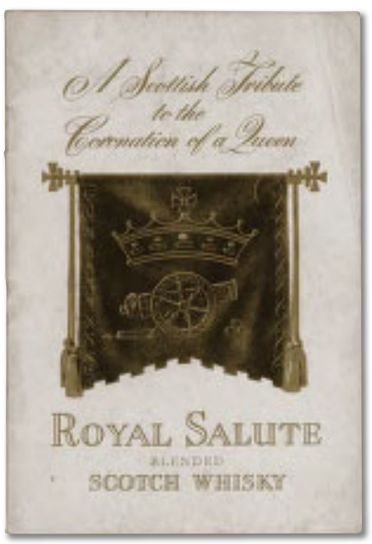
вторых – Лонгморн, репутация которого здесь полностью подтверждается, ибо он передает Chivas 18 y.o. свое вкусовое богатство. Интересно отметить, что оба односолодовых виски этого возраста по отдельности невозможно найти в продаже. И в данном случае мы дегустируем их союз, результат их альянса. Chivas 18 y.o. пьют в чистом виде и со льдом, или в идеале – с небольшим количеством воды.

Бренд крупным планом

ROYAL SALUTE

За гранью роскоши

В Англии существует давняя традиция: устраивая прием, стрелять из всех имеющихся пушек в честь приглашенных. Разряжая свое оружие, хозяева хотят показать, что их намерения в отношении гостей – исключительно сердечные и миролюбивые. Двадцать один пушечный выстрел возвестил о коронации британской королевы, и до сих пор каждый год раздаются залпы в честь дня ее рождения. Такая церемония называется «Королевское приветствие» – Royal Salute.



ЛЮКС

Royal Salute был первым блендом класса luxe, появившимся на мировом рынке. Созданный по случаю коронации Елизаветы II, этот виски превзошел все возможные рекорды в том, что касается выдержки, престижа бутылки и стоимости, продемонстрировав блестящим образом весь опыт Chivas Brothers.

21 Y.O.

Royal Salute 21 y.o. состоит из самых редких виски. Купаж долго хранят в дубовых бочках, чтобы поэтапно добиться совершенной гармонии, придающей Royal Salute целостный и уникальный в своем роде характер.

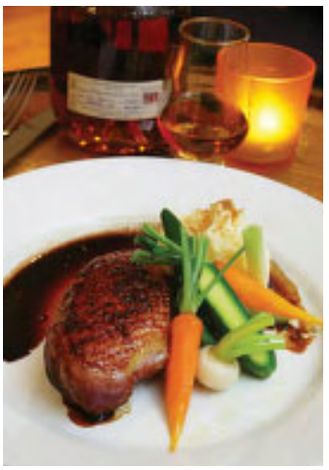
«100 БОЧЕК»

Royal Salute «The Hundred Cask Selection» происходит из запасов Chivas Brothers, которые отличаются очень почтенным возрастом. Разлитый в фарфоровые графины, украшенные золотом, он обладает ароматами сливы, какао и ванили, которые обволакивают его мощную структуру.

50 Y.O.

Royal Salute 50 y.o. еще больше раздвигает границы выдержки и искусства купажирования. Это бленд сверхограниченной серии, состоящей из 255 редких бутылок. Он содержит виски, каждому из которых более 50 лет, и представляет собой Эверест на карте купажированных виски класса премиум. Еще одна вершина элегантности и престижа – его бутылка: знаменитый флакон Royal Salute, созданный под вдохновением от Королевской китайской коллекции и несущий на себе широкий герб из золота в 24 карата.

ЗОЛОТО



Гастрономия и виски

«Мы любим ваше вино, вы полюбите наш виски!» – так гласил во Франции лозунг одной из марок шотландского напитка. Вариант призыва к мирному сосуществованию. Призыв уже услышан, но это было не просто. Потребовалось несколько десятилетий ожесточенной работы, чтобы убедить маленький мирок высокой гастрономии в том, что виски за столом – это не святотатство. Долгое время виски считался годным только для того, чтобы запивать им «хаггис» (бараний рубец с потрохами) на вечерах, организованных Шотландским синдикатом по туризму.

А потом, когда сомелье и шеф-повара пришли к выводу, что сочетания блюд с винами становятся рутиной, и требуется исследовать новые горизонты, на передний план снова вышли крепкие напитки. Одно из почетных мест среди них занял виски.

К счастью, предложение виски к основному блюду никогда не станет чем-то обычным. Если подача на аперитив и к десерту сделалась нормальным явлением, появление виски в середине обеда, посреди стола, всегда носит исключительный характер. Показать всю многогранность виски, продемонстрировать его принадлежность к миру самой высокой гастрономии – это прекрасный случай для шеф-повара доказать свои творческие способности.

Что касается сочетаемости с блюдами, то здесь для виски не существует строго установленных правил. Следует учитывать слишком много факторов. К примеру, односолодовые виски обладают чрезвычайно разнообразными чертами. Каждый сорт – отдельный, одиноко стоящий персонаж со сложным характером, требующий индивидуального подхода. Виски, наподобие высоких гор, скрывают тайные проходы, ведущие к неизведанным островам со спрятанными сокровищами, которые нанесены на очень неточные и неясные карты. Поэтому надо соблюдать осторожность, чтобы не наткнуться на подводный камень.

Так, сомелье и шеф-повар должны усвоить несколько правил, проистекающих из самой природы напитка.

• Элитные бленды легче приручаются. Они сами обязаны своим происхождением нескольким молтам и по своей природе лучше понимают, что означает альянс.

• Огромную роль играют способ производства виски и его выдержка в бочках. С одной стороны, запах торфа и дыма, с другой стороны – бочки из-под хереса или порто, имеют определяющее влияние на характер виски, который придется укротить для достижения гармонии с блюдом. Например, шеф-повар ресторана Le Crocodile в Страсбурге (три звезды Мишлена), владеющий искусством сочетания виски с гастрономией, использует в качестве передаточного звена между виски и основным блюдом ореховое масло, независимо от того, несет ли виски в себе ноты хереса или привкус торфа и дыма.

• В том же идейном русле интересно будет проследовать по пути, проложенному, например, выдержкой в бочках из-под хереса – к голубым сырам, а – из-под порто или бурбона – к шоколаду и сладостям.

Несколько классических сочетаний

Некоторые сочетания, тем не менее, уже выдержали испытание временем и завоевали звание классики.

• Виски и лосось.

• Виски, рыба и дары моря.

• Виски и мясо, предварительно замаринованное в виски.

• Виски и десерты.

• Хлеб – вестник согласия. Он тоже производится из злаков.

Температура подачи виски и вода

Последнее и самое главное при подаче виски к блюдам: температура напитка и использование воды. Одни блюда требуют виски, разведенного на треть водой и охлажденного до 12°C. С другими блюдами виски предпочтителен в чистом виде и комнатной температуры.

Бренд крупным планом

BALLANTINE'S

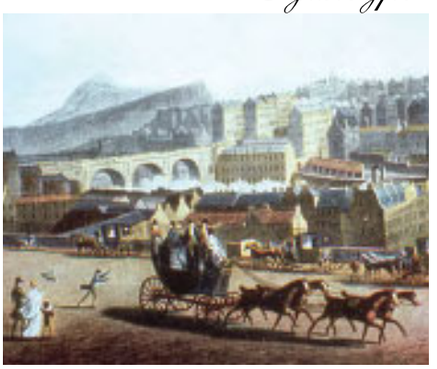
Виски королевского двора

Обязанная Джорджу Баллантайну своим названием и происхождением, марка Ballantine's существует с 1827 года. С тех пор она постоянно совершенствовалась, заняла второе место по объему производства и удостоилась нескольких престижных наград в мире виски.

г-н Баллантайн

В 1827 году Джордж Баллантайн открыл в Эдинбурге бакалейную лавку. В 1865 году вместе со своими сыновьями он занялся торговлей винами и спиртными напитками и стал официальным производителем купажированного виски в 1869 году.

Эдинбург



Виски Баллантайна был синонимом самого высокого качества. Успех напитка среди изысканной клиентуры позволил Джорджу Баллантайну открыть свои бутики в лучших кварталах не только Эдинбурга, но и Глазго, а также экспортировать свой виски по всему миру.

В 1895 году общество Ballantine & Son стало поставщиком Английского двора. А в 1937 году оно удостоилось высшей награды – герба (Grant of Heraldic Arms), что означало окончательное признание Ballantine & Son «благородным обществом шотландского дворянства». С тех пор аристократический герб украшает все бутылки Ballantine's.

Бочки

В Доме Ballantine & Son полагают, что бочки из-под бурбона, которые сообщают виски нотки ванили, кокосового ореха, а также мягкую сливочную текстуру, в наибольшей степени сохраняют характер и подлинность напитка. Поэтому здесь для выдержки виски используют, в первую очередь, именно бочки из-под бурбона, завершая порой старение напитка в бочках из-под хереса.

Finest

Ballantine's Finest – это эмблематичный виски Дома Ballantine's. Он был создан в 1910 году и имеет на этикетке подпись Джорджа Баллантайна, второго сына основателя фирмы. Этот виски используется в барах для приготовления престижных коктейлей, но его можно также дегустировать со льдом или слегка разбавленным водой.

Ballantine's 12 y.o. – бархатистый и мягкий виски с нотками дыма.

Линейка

Ballantine's Pure Malt 12 y.o. Альянс великих молтов порождает богатый и сложный вкус.

Ballantine's 17 y.o. – редкий виски впечатляющей ароматической сложности. Его пьют на дижестив или в сочетании с десертом.

Ballantine's 30 y.o. предназначен для состоятельных людей, которые хотят получить напиток высочайшего класса и готовы воспринять его мощную структуру в конце ужина или в ходе празднования важного события.

Эдинбургский ресторан Amber стал исследовательской лабораторией, где изобретают и дегустируют сочетания виски с гастрономией.

ОДНОСОЛОДОВЫЙ ВИСКИ И БЛЮДА
Примеры сочетаний из известных ресторанов

Террин из утки с апельсинами *(Archiestown Hotel, Шотландия)*	Aberlour A'bunadh
Рожки из копченого лосося с муссом из авокадо, хрустящими овощами и винегретом с травами *(Croft Kitchen Restaurant, Шотландия)*	Bruichladdich 15 y.o.
Желе из устриц и ракушек с морской водой *(Жан-Пьер Вигато, ресторан Apicius, Париж, две звезды Мишлена)*	Glenfiddich Caoran Reserve 12 y.o., разбавленный до 30% vol. и охлажденный до 12°C.
Спинка лосося, запеченная со специями и сухофруктами *(ресторан Ги Савуа, Париж, три звезды Мишлена)*	Scapa 14 y.o.
Конфит из баранины *(ресторан Ги Савуа, Париж, три звезды Мишлена)*	Caol Ila vintage 1990
Куриный эскалоп в сливочно-грибном соусе с печеным картофелем, фаршированным пряностями и сухофруктами, морковное ванильное пюре *(ресторан Ols Kiln, Шотландия)*	Glenmorangie Truffle Oak
Клубнично-лимонная шарлотка *(ресторан Ols Kiln, Шотландия)*	Glen Moray 16 y.o.
Суфле-пралине *(ресторан Amber, Эдинбург)*	Linkwood 12 y.o.
Мороженое с пряником и апельсиновым салатом *(Croft Kitchen Restaurant, Шотландия)*	Bunnahabhain 18 y.o.

Бренд крупным планом

The Glenlivet

Там, где все началось

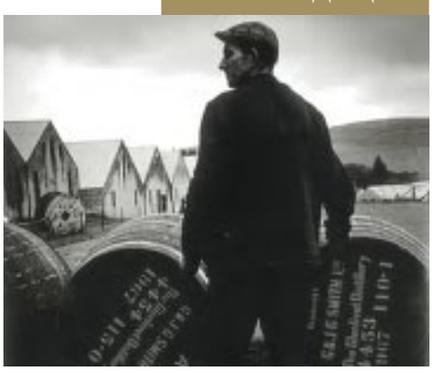
The Glenlivet принадлежит истории шотландского виски. В 1824 году эта винокурня первой получила лицензию на дистилляцию. К тому времени Джордж Смит, основатель фирмы, уже в течение ряда лет производил деликатный виски самой высокой репутации на подпольной винокурне, построенной его отцом в 1774 году.

ВИНОКУРНЯ

Винокурня The Glenlivet размещена в окружении первозданной шотландской природы, в сердце малодоступной зоны Спейсайда, вдали от больших центров производства виски.

Винокурня извлекает выгоду из здешних условий, столь желанных для подпольных дистилляторов прошлого, и использует, в частности, чистую воду, богатую минералами, которая играет фундаментальную роль во вкусе виски.

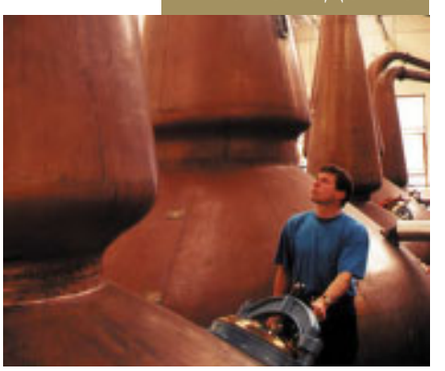
ТРАДИЦИИ



Вода из источника Josie's Well, берущего начало в снегах высокогорного Хайлендса, медленно фильтруется гранитом и сохраняет свежесть, столь важную для охлаждения перегонных аппаратов.

К этим естественным элементам, неизменным со времен Джорджа Смита, The Glenlivet добавляет уважение к традициям.

ПРОИЗВОДСТВО



Сохраняя одних и тех же поставщиков вот уже более 30 лет, дистиллируя алкоголь в длинных и тонких перегонных кубах и выдерживая спирты по меньшей мере в течение 12 лет в дубовых бочках, The Glenlivet обеспечивает своему виски мировое признание и почтительно хранит исторический дух, заданный его основателем.

АРОМАТЫ

Высокие перегонные кубы винокурни The Glenlivet дистиллируют алкоголь, исполненный легкости и утонченности, раскрывающий ароматы тропических фруктов и лакрицы. Эта ароматическая изысканность предрасполагает виски для долгой выдержки.

После 12 лет старения в бочках из-под бурбона **The Glenlivet 12 y.o.** несет в себе ароматы ванили, нотки поджаренного хлеба, пробуждающие деликатное благоухание аниса и ананаса.

ЛИНЕЙКА

The Glenlivet 15 y.o. French Oak Reserve завершает свое созревание в бочках из дуба лимузенских лесов Франции.

The Glenlivet 18 y.o. добавляет к еще более длительной выдержке пребывание в дубовых бочках, в которых прежде старел херес.

ARCHIVE 21 Y.O.

The Glenlivet 21 y.o. Archive – ограниченная серия, вызвавшая энтузиазм знатоков. Это комбинация молтов, состарившихся в бочках из-под бурбона и из-под хереса. Выразительный и изысканный характер этого виски позволяет рекомендовать его как сам по себе, так и для гастрономических сочетаний с выразительными шоколадными десертами.

ОСНОВНЫЕ АРОМАТЫ ВИСКИ

Группы ароматов	*Ароматы*
ЗЛАКОВЫЕ Запахи исходного сырья претерпевают эволюцию в процессе производства виски и в уже готовом напитке часто уступают место другим группам ароматов.	• солодовая гуща • отруби • овсяная каша • вареная кукуруза
КОПЧЕНО-ТОРФЯНЫЕ Соложение ячменя при помощи торфяного дыма лежит в основе этой группы ароматов.	• медицинские запахи (йод, «больничный коридор», креозот...) • дым, пепел, ладан, деготь • копченая рыба, дары моря • земля, гумус • мох, водоросли
ПЛОДОВЫЕ Зарождающиеся в процессе брожения и перегонки, эти ароматы придают многим виски, в частности из Спейсайда, приятный фруктовый характер. Во время выдержки в бочке фруктовые ароматы постепенно приобретают более засахаренное звучание и обрастают нотами сухофруктов.	• цитрусовые • белые фрукты (яблоко, груша, персик...) • красные фрукты • вареные фрукты • засахаренные фрукты, конфитюр • сухофрукты (изюм, курага, чернослив, инжир) • корочки цитрусовых
РАСТИТЕЛЬНЫЕ Растительные и цветочные ароматы наделяют виски душистым характером.	• цветы (фиалка, роза, лаванда...) • свежескошенная трава • сосновая шишка • сеновал • шалфей
ХВОСТЫ ДИСТИЛЛЯТА Добавляя определенную часть «хвостов» к «сердцу» дистиллята, мастер перегонки сообщает будущему виски выразительный характер и сильные ароматы, которые впоследствии раскроются и облагородятся во время выдержки.	• кожа • табачные листья • чай • мед • пчелиный воск
АРОМАТЫ ВЫДЕРЖКИ Появляющиеся в последнюю очередь, но играющие важнейшую роль во вкусе виски, богатые ароматы выдержки развиваются во время пребывания напитка в дубовой бочке, которая сообщает ему свой цвет и вкус.	• древесные (сандал, коробка из-под сигар...) • пряные (черный перец, имбирь, мускат, анис, лакрица...) • жареные (молотый кофе, подгоревший хлеб) • кондитерские (ваниль, карамель, шоколад, сливочное масло, бисквит, пралине, марципан...) • маслянистые (свеча, льняное масло...) • ореховые (лесной орех, грецкий орех, миндаль)

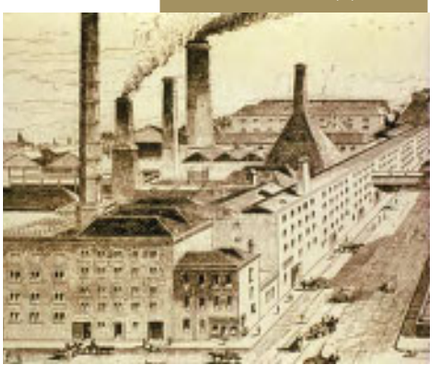
Бренд крупным планом

Jameson

Реванш ирландского виски

Долгое время во всем мире слово «виски» предполагало именно ирландский напиток, ибо он был самым популярным и востребованным. Изготовленный традиционным способом в больших перегонных кубах, он отвечал требованиям подлинного продукта. Но в конце XIX века с появлением непрерывной дистилляции ирландский виски постепенно утратил свою ведущую роль, отвоеванную его извечным конкурентом – шотландским виски. Однако за последние годы ирландский виски переживает истинное обновление. Сегодня он действительно сочетает традиции и передовой дух, ведь ирландский виски производится и путем дистилляции в аламбиках, и посредством непрерывной перегонки, на основе соложеного или несоложеного ячменя, что позволяет ему развивать широкую палитру ароматов и разносторонние черты характера.

Предтеча



В 1780 году Джон Джемесон, знаковый персонаж ирландского виски, основал винокурню в Дублине. В истории он останется человеком, который никогда не шел на уступки в том, что касается качества. Его считают одним из пионеров выдержки спиртов в бочках из-под хереса, что является общепринятой практикой в наши дни.

Мидлтон

Виски Jameson, отвечающий ожиданиям самых требовательных клиентов, получают на впечатляющей винокурне Мидлтона, накопившей опыт трех столетий в вопросах дистилляции.

Козыри

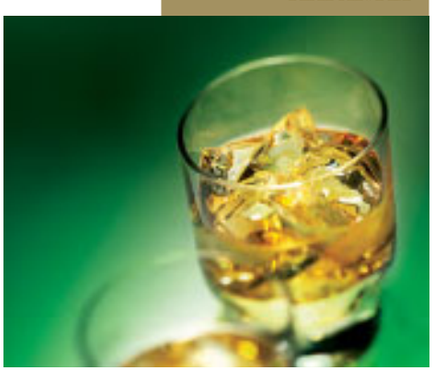
Тройная перегонка в традиционных аппаратах pot stills, использование соложеного и несоложеного ячменя, добавление идеально чистой воды и долгая выдержка в бочках позволяют виски Jameson развивать поразительную динамику в барах и ресторанах планеты.

Линейка

Классический **Jameson** отличается изысканным и округлым вкусом, обусловленным тройной перегонкой.

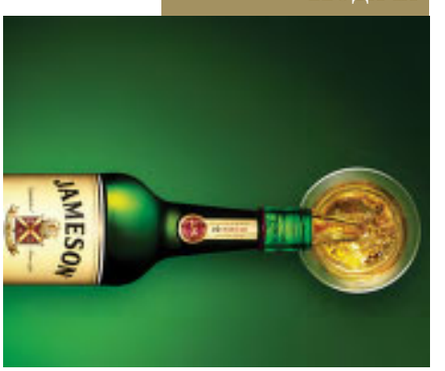
Jameson 12 лет выдержки, проведенных отчасти в бочках, некогда содержавших херес Oloroso, и отчасти – в бочках, ранее содержавших бурбон, обладает сформированной шелковистой структурой.

Характер



Jameson 18 y.o. – свидетельство накопленного опыта. Три разных виски стареют по меньшей мере 18 лет в бочках из-под хереса Oloroso. Затем их купажируют и выдерживают 6 месяцев в бочках из-под бурбона. Так получают богатый, пряный и мягкий виски с нотками кофе, кожи и ванили.

Подача



Мягкий вкус и неформальный дух, присущие Jameson, позволяют пить его всеми возможными способами. Его тонкие ароматы прочувствуются при подаче в чистом виде, со льдом или с водой. А его нежный характер проявится в сочетании с соками или в более сложных коктейлях: освежающих, как модный Esquire, и согревающих, как классический Irish Coffee.

Глава
3.5

Коньяк

Величие терруара

Честно говоря, исходя из схем, любезно предоставленных BNIC*, можно предположить, что перегонные кубы для производства коньяка были срисованы прямиком из эскизного альбома Леонардо да Винчи. Сперва я подумал, что мне по ошибке прислали секретные чертежи машины времени. И оказался прав. Она была настроена прямо на Версаль и переносила непосредственно к королевскому двору. Полированные и сияющие перегонные кубы изобилуют столь же сложными и утонченными изгибами, что и виолончель. Отдельные составные части получили названия, достойные оперы: лебединая шея, купол, серпантин…

В самом деле, для того чтобы понять сущность коньяка, достаточно посмотреть на некоторые его бутылки: возвышенно-аристократические драгоценные футляры. Зачастую их имена ассоциируются с историческими событиями или великими людьми. Кроме того, любой коньяк, по сути своей, воспринимается как королевский напиток.

В то же время аппараты для производства виски, изготовленные из такой же меди, использующие тот же прямой огонь и таким же образом перегоняющие спирт, то есть технически мало отличаясь от коньячных аппаратов, напоминают поделку подпольного дистиллятора, зарабатывающего на жизнь починкой медных изделий.

Да, на первый взгляд различия между коньяком и виски колоссальны, но они смягчаются при ближайшем рассмотрении. При посещении производителей коньяка и виски, как по мановению волшебной палочки, разделяющий их пролив пересыхает, и проявившиеся острова сходятся с берегами. У перегонщика из Шаранты и его собрата из Хайлендса одинаково тяжелые лица, те же мозолистые руки и та же страсть во взгляде.

При этом коньяку есть, чем возгордиться: область

* BNIC (Bureau National Interprofessionnel du Cognac) – Национальное межпрофессиональное бюро производителей коньяка.

ВАЖНЕЙШИЕ ВИДЫ КОНЬЯКА

в зависимости от возраста

- старше 2,5 лет — ★★★ — **VS**
- старше 3,5 лет — ★★★★★ — **Superior**
- старше 4,5 лет — **VSOP** — **Rare** — **Réserve**
- старше 5,5 лет — **Grande Réserve**
- старше 6,5 лет — **Napoléon** — **XO** — **Extra** — **Royal** — **L'Or** — **Vieille Réserve**

в зависимости от происхождения

- виноград полностью выращен на участке Гранд-Шампань — **Grande Champagne**
- виноград полностью выращен на участке Петит-Шампань — **Petite Champagne**
- виноград выращен на участках Гранд-Шампань (не менее 50%) и Петит-Шампань — **Fine Champagne**

в зависимости от других признаков

- **Millesimé (Vintage)** *(определенного года урожая)*

Коньятека отеля
Château de l'Yeuse, Коньяк.

его производства четко ограничена и несопоставимо меньше области производства других знаменитых напитков. Сырье – само благородство: виноград, выращенный исключительно в области Коньяк и продающийся по запредельной цене. Ни одно подобное ограничение не затрагивает производство виски: ячмень может быть ввезен хоть из Египта, хоть с Луны, но в вашем стакане окажется все тот же скотч.

Выдержка коньяка в бочках достигает сроков, которые любой бухгалтер, желающий сохранить свое место, счел бы неприемлемыми: 15, 25, 35 лет – обычные сроки выдержки для коньяка XO. Примерно треть бочек для выдержки коньяка должны быть новыми; для виски возраст бочек не имеет значения. Долгая выдержка умножает потери, приходящиеся на «долю ангела», то есть испарение, которое ежегодно составляет 2%. Кто из вас согласится вложить капитал на 20 лет, зная, что ежегодный убыток составит 2%?

Как увеличить продажи коньяка

Коньяк способен принести ресторану значительную прибыль, к тому же он не требует существенных расходов на хранение и не может испортится. Но первым делом ресторатор должен создать обстановку, способствующую продажам коньяка.

• Бутылки с коньяком следует использовать в качестве элемента декоративного оформления так, чтобы их видели все посетители ресторана.

• Следует позаботиться о картах и меню: коктейли с коньяком, аперитивы, предложения в дегустационных сет-меню для гастрономических сочетаний с блюдами, а также весь ассортимент коньяков в карте десертов и дижестивов.

• В представлении коньяка и прочих крепких напитков неоценимую помощь окажет тележка. Она дает клиенту зрительное представление обо всем ассортименте напитков. В случае необходимости ее можно заменить расположенным на видном месте буфетом, на котором выставлены разнообразные бутылки.

• Сомелье должен превосходно знать свои коньяки и подготовить аргументацию для их продажи. Поскольку цены на коньяк могут колебаться от одного полюса до другого, от 15 до более 400 евро за бокал, сомелье должен менять аргументацию и предложения в зависимости от возможностей и потребностей клиента.

• Для удовлетворения запросов потребителя благородного напитка особое внимание следует уделять качеству обслуживания и бокалам, которые должны быть высшего класса.

Бренд крупным планом

MARTELL

Старейший из ведущих Домов

Основанный в 1715 году, Дом Martell увековечивает традицию великих коньяков. Спирты с участка Бордери, наполненные нежными ароматами, придают всей гамме коньяков Martell утонченность и фруктовые ноты, поднимая ее на новый уровень престижа.

Наследие

Старейший из ведущих коньячных Домов, Martell был основан в 1715 году талантливым и энергичным двадцатилетним Жаном Мартелем, который переехал в город Коньяк с острова Джерси. Уже спустя 6 лет, в 1721 году свыше 200000 литров коньяка было экспортировано в Великобританию, и Дом Martell стал одним из самых успешных предприятий региона Коньяк.

Бордери

Бордери – это самый маленький участок Коньяка. Спирты Бордери играют важную роль в изготовлении коньяков, «округляя» о-де-ви с других терруаров и сообщая купажу свежесть, ноты цитрусовых и ароматы фиалки. Дом Martell – крупнейший владелец земли в Бордери.

«Рай»

«Рай» – это погреб, где хранятся самые старые спирты коньячного Дома. Богатство «рая» гарантирует качество великих коньяков. По причине древности Дома Martell, его «рай» – один из богатейших в Коньяке. Самый старинный спирт, хранящийся в оплетенных бутылях, датируется 1830-м годом.

Дегустация

VS – это коньяк, исполненный свежести и утонченности, который подают в чистом виде, со льдом или в составе коктейлей.

VSOP Médaillon подают на аперитив со льдом, в конце трапезы или в изысканных коктейлях.

Noblige – это особый коньяк с бóльшим участием спиртов из Гранд-Шампани и Бордери и бóльшим использованием новых бочек. Связующее звено всей цепочки способов подачи коньяка, он допускает любое употребление – от гастрономии до виртуозных коктейлей.

XO

При создании **Martell XO** мастер купажа дополнил спирты Гранд-Шампани спиртами с участка Бордери, чтобы придать коньяку свежесть и фруктовые ноты и получить сложную палитру ароматов, простирающуюся от сухофруктов до рансио, не забывая о бархатистой структуре свежего винограда, характерной для коньяков Martell.

Cordon Bleu. В 1912 году Эдуар Мартель захотел создать этот коньяк для знатоков. По своему возрасту это – XO, который в большей степени основан на спиртах с участка Бордери.

Création Grand Extra

Création – это новая интерпретация коньяка категории Extra от Дома Martell. Он сочетает в себе свежие фруктовые ноты спиртов Бордери с ореховыми, пряными оттенками выдержанных спиртов Гранд-Шампани. Такой уникальный купаж, воплощающий в себе творческую составляющую стиля Martell, роскошная упаковка и архитектурный дизайн – все это предназначает Création для взыскательных потребителей, которые интересуются наиболее эксклюзивными напитками.

Способы подачи коньяка

На аперитив

Подача коньяка на аперитив оправдана. Она создает имидж кулинарного искусства. Для ресторана, желающего подчеркнуть свои гастрономические преимущества, я рекомендовал бы включить коньяк в состав фирменного коктейля. Яркий имидж коньяка подчеркивает связь с Францией, терруаром и утонченным вкусом.

Что касается коктейлей, то некоторые рестораторы испытывают сомнения относительно использования коньяка тем же образом, что джин или текила. «Трюфель не становится хуже, от того что из него приготовили соус», – заметил однажды представитель одной прославленной марки, которому поставили в вину популяризацию аперитива из коньяка и тоника. Если вы решили приготовить коктейль на основе коньяка, то не забывайте это высказывание, и если вы хотите предложить клиенту все самое лучшее, то слишком качественных ингредиентов не бывает. А что может быть лучше, чем коньяк?

Коньяк со свежевыжатым апельсиновым соком божественен в своей простоте. Но ресторан высокой кухни может предложить и более виртуозные коктейли. Я бы предпочел добавить шампанское. Подобный коктейль-аперитив понравится как мужчинам, так и женщинам. Мужчины будут снисходительны к женскому началу шампанского, а женщины – к мужскому началу коньяка. Для снижения себестоимости подобного аперитива обычно используют коньяк в объеме 20 мл.

В сочетании с блюдами

Из всех крепких напитков именно коньяк в наибольшей мере заслуживает присутствия на столе. Во-первых, потому что именно так его и пили на заре его исторического существования. При разбавлении водой он становился чем-то вроде белого вина, выдержавшего тяжелые условия морского плавания. Во-вторых, что самое главное, этот благородный напиток, полученный из четко определенных сортов виноградной лозы, обладает палитрой ароматов, делающей доступными величественные гастрономические сочетания.

Множество выдающихся шеф-поваров открыли разнообразные способы подачи коньяка в сопровождении трапезы. Некоторые сочетания сделались классикой и демонстрируют желающим пути, на которых можно добиться наибольшего успеха. В то же время правила подачи коньяка к блюдам более строги, нежели в случае вина. Разумнее готовить специфическое блюдо для каждого конкретного коньяка, которое сомелье предложит в сочетании с бокалом в рамках дегустационного сет-меню.

Кроме того, вполне можно разработать целый ужин с коньяком, начиная с коктейля-аперитива, сопровождаемого закусками, продолжая основным блюдом в сочетании с коньяком VSOP, десертом – с XO и заканчивая коньяком Extra в качестве дижестива, чтобы внести завершающий штрих в неудержимо нарастающую волну ощущений.

С десертом

В наши дни вошло в повседневную практику продвижение подачи коньяка к моменту десерта.

Коньяк отлично сочетается с большей частью десертов, так что лишать клиентов подобного удовольствия было бы просто обидно.

Кроме того, подобное предложение позволит увеличить продажи коньяка, поскольку далеко не все клиенты настроены заказать еще одну бутылку вина в конце ужина. Для тех клиентов, которые не имеют привычки заказывать дижестивы, десерт оказывается последним этапом ужина, когда они еще могут заказать спиртные напитки. То есть в данном случае наблюдательность сомелье и его талант к продажам будут весьма востребованы.

В результате разумно организованное предложение коньяка к десерту поможет добиться дополнительных продаж.

Для этого следует ввести в карту десертов ассортимент коньяков (и других крепких напитков). Можно даже предложить определенные виды десертов прямо в сочетании с конкретными коньяками, указав общую цену.

В качестве дижестива

Коньяк традиционно предлагается в качестве дижестива. Ароматическое богатство великого коньяка возбуждает вкусовые рецепторы после роскошного ужина. В таких случаях коньяк заказывается после десерта одновременно с кофе.

Карта должна содержать ассортимент напитков, подходящих для дижестива. Для большей эффективности рекомендуется придвинуть к столу тележку с крепкими напитками, чтобы клиент сам мог выбрать понравившуюся ему бутылку. Сомелье должен быть готов точно описать напитки, которые привлекут внимание клиента. Более того, не следует торопиться подавать коньяк по 400 у.е. за бокал, пока вы не убедитесь, что клиент полностью осознал цену.

В заботе об уровне обслуживания и прибыли не забывайте предложить ассортимент коктейлей-дижестивов, которые способны повысить рентабельность заведения за счет высокой прибавочной стоимости.

ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

Из самого сердца Коньяка

RÉMY MARTIN
FINE CHAMPAGNE COGNAC

МАСТЕРА ПОГРЕБОВ – ДИЗАЙНЕРЫ ВКУСА

Мастер погребов – это знаковый персонаж в изготовлении коньяка. Он увековечивает стиль Дома, дабы сохранился вкус, к которому привержены его поклонники во всем мире. На этого ключевого персонажа возлагаются самые сложные задачи. Он должен, с одной стороны, бережливо расходовать спирты, тщательно преданные выдержке его предшественниками, а с другой – предусматривать запасы для своих преемников и одновременно заботиться о тысячах бутылок, которые ему надлежит изготавливать ежегодно.

Что касается первой части его работы, то коньяк создается путем купажирования разных спиртов между собой, чтобы сбалансировать ароматы и сохранить постоянный вкус и стиль. Смешивание большого числа о-де-ви представляет собой еще одно преимущество: берется лишь малая часть каждого из них, что позволяет не исчерпать запасы, хранящиеся в знаменитом «раю», состоящем из древних бутылей с очень старыми спиртами, которые представляют собой душу, вкусовое наследие марки.

Но мастер погребов должен также подготовить будущее. Он изготавливает или покупает у производителей невыдержанные спирты. После многочисленных дегустаций молодым о-де-ви выставляются оценки. На основании этих оценок и происхождения (знаменитые крю Коньяка) спирты будут направлены на долгое старение в новой бочке или на более короткую выдержку в «рыжей» бочке (бочке, в которой уже старел коньяк), или же они просто не пройдут отбор. Так, используя разные бочки и сроки выдержки, мастер погребов обеспечивает сохранность стиля Дома в будущем. Лоран Лозано, помощник Яна Филью, выдающегося мастера погребов Дома Hennessy, так резюмирует сложности своей профессии: «Наша работа такова: перед нами невыдержанный спирт, и надо решить, покупать его или нет, а результат будет точно известен лишь через 30 лет. Вот такая особенность…».

Сохранять постоянный стиль на протяжении поколений – это, конечно, достойно высокой оценки. Но разве это не риск? Ведь вкусы клиентов меняются. Коньяк уже не всегда пьют так, как это делали наши предки. А главное – изменилась вся наша вкусовая окружающая среда, устарели прежние критерии. Ожидания публики стали иными. В Соединенных Штатах Америки, где коньяк стал напитком шоу-бизнеса, его вкус будет непременно окрашен современностью. Так же обстоит дело и в Европе, где коньяк потребляют все чаще в коктейлях, оценивая его фруктовые ароматы и мягкость, не отказываясь при этом от той структуры и деликатности, которые столь характерны для коньяка. Не говоря уже о пресловутом требовании все более эксклюзивных продуктов высокой, очень высокой гаммы, предъявляемом все более осведомленной публикой, проявляющей интерес к подлинным продуктам. Короче говоря, рынок должен учитывать не одну тенденцию, а множество новых способов потребления коньяка. Однако представители некоторых Домов хмурятся при упоминании об эволюции… Лучше говорить о новых коньяках – настолько изменение существующих уже много лет рецептов может оказаться неверно истолкованным. В доме Hennessy Лоран Лозано объясняет: «Мы никогда не изменим купаж своих нынешних коньяков. Мы должны хранить верность тому вкусу, который позволил нам достичь успеха и известности. Например, знаменитый XO остался тем же, каким он был создан в 1947 году. С того времени не было изменений, ощутимых на вкус». Мастер погребов продолжает: «Напротив, когда мы хотим изменить вкус своего коньяка в ответ на новый запрос, мы создаем новый коньяк, чтобы не ввести в заблуждение потребителя. Лучшим примером этого является, без сомнения, недавно созданный Fine de Cognac. Этот элегантный напиток, ориентированный на Западную Европу, недавно встал в один ряд с VSOP Privilège, который предназначен для таких рынков, как Россия и США. Но при подсчете срока выдержки Fine de Cognac речь идет о VSOP. Fine de Cognac – более живой, более женственный и менее древесный, с точечным цитрусовым привкусом. Лоран Лозано объясняет: «Мы омолодили образ VSOP, создав новую марку, но не трогали Privilège – более древесный, более мощный, более концентрированный и настойчивый».

В Доме Otard (следовало бы, скорее, сказать – в замке Коньяк, который возвышается над Шарантой) придерживаются несколько иных доводов. «Мы не пытаемся адаптировать вкус наших коньяков. Мы не видим в этом никакой пользы, ибо наши спирты обладают большой тонкостью, а именно на это ориентируется сегодня рынок», – объясняет Мишель Казавеккья, мастер погребов Дома Otard. Дегустация Otard XO подтверждает этот довод. При сочетании тонов ванили, сухофруктов и привкуса кожи баланс ароматов переходит в тонкость, а долгий финал с легкостью напоминает о кондитерских нотах. Но означает ли это, что гамма застыла? «Вовсе нет! Сегодня потребитель становится знатоком. Он хочет пробовать больше коньяков, что способствует расширению нашей гаммы. Поэтому мы работаем над некоторыми специфическими коньяками: например, мы выпустили ограниченную серию из 1000 бутылок винтажного коньяка XO 1975 года». Этот коньяк – выражение одного урожая, память о (великом) годе – должен отвечать ожиданиям рынка роскоши, который быстро развивается во всех странах. Речь идет о напитке с легким запахом кожи при господстве аромата рансио, сухофруктов и сигарной коробки, который проявляет классический характер и исключительную элегантность.

В Доме Rémy Martin эволюция малозаметная, но постоянная, чтобы не сбить с толку знатоков, но и не разочаровать. В конечном счете, многое изменилось в этом августейшем Доме. Сначала здесь стали пропагандировать новые способы потребления, предложив подавать коньяк вместе с блюдами. В этой сфере Rémy Martin сыграл роль пионера, а его образцовые коньяки как нельзя лучше подошли к гастрономии.

Затем, и это главное, здесь усовершенствовали гамму и практически во все коньяки добавили больше старых спиртов. В этой области Дом Rémy Martin имеет преимущество благодаря своим эксклюзивным запасам Фин-Шампани – запасам самым значительным во всем Коньяке. Так, сегодня VSOP состоит из спиртов 4–14 лет выдержки вместо прежних спиртов, имевших возраст от 4 до 12 лет.

То же самое происходит с XO Excellence, который содержит спирты, достигающие 37 лет выдержки. Он развивает более нежные и бархатные ароматы и обогащается вкусом инжира, жасмина, сдобной булочки на нежном фоне засахаренного апельсина. Гранд-Шампань сообщает ему впечатляющую длительность во рту.

Наконец, если говорить о потрясениях, можно просто напомнить о Louis XIII Black Pearl, представляющем собой содержимое одного из последних коньячных бочонков из семейных запасов. Существуют всего лишь 786 экземпляров этого коньяка, который представлен в знаменитом графине из хрусталя Баккара, пересмотренном и модернизированном, и доминирует все превосходные степени в том, что касается выдержки, престижа и цены!

В заключение этого обзора отметим, что самая важная эволюция имела место в Доме Martell. Когда в конце 2001 года Дом поменял акционеров, здесь появился новый мастер погребов Брюно Лемуан, восходящая звезда виноградников Бордо. Бывший мастер погребов замка Lascombes, вино которого под его руководством стало, по мнению многих критиков, самым впечатляющим в Медоке, решил, что его миссия заключается в том, чтобы придать марке Martell новый размах. Он принялся за дело с девизом: «Коньяк – это, прежде всего, напиток, изготовленный из вина и, следовательно, винограда». Так появился Martell Noblige, коньяк, исполненный неги, воскрешающий в памяти сочную виноградную ягоду, согретую солнцем. Ему предшествовал новый XO Suprême, изготовленный на основе спиртов из Гранд-Шампани, с обволакивающими нотами свежего винограда, ароматами «русской кожи» и пряностей, а за ним последовал Martell Création Grand Extra, который Брюно Лемуан представил как «усовершенствование ассамбляжа XO». «Каждый спирт в нем обладает чем-то большим, купаж содержит больше Гранд-Шампани, причем более почтенного возраста». Этот коньяк проявляет нежный и свежий финал в стиле, знаменующем работу Брюно Лемуана, который устроил настоящий переворот в линейке старейшего коньячного Дома. Сегодня его сменил на посту Фредерик Ардуэн, бывший энолог знаменитого Шато Латур...

УЖИН С КОНЬЯКОМ

Начало конструктивному поиску сочетаний блюд с коньяком было положено такими заведениями, как ресторан La Ribaudière, расположенный на берегу Шаранты, и отель-ресторан Château de l'Yeuse в Коньяке. С тех пор зародилось настоящее кулинарное движение, которое подтверждает, что коньяк может оказаться уместен на всех этапах ужина в рамках специально разработанного для него меню. Представляем обзор сочетаний коньяка и блюд вместе с Лораном Ферроном, который учился делу сомелье у знаменитого британского шеф-повара Гэри Родса, затем стал главным сомелье Château de l'Yeuse, а в настоящее время он – владелец ресторана.

С точки зрения Лорана Феррона, сочетания блюд с винами имеют исключительное значение. В случае с коньяком требования становятся еще более жесткими.

«Встречаются клиенты, которые хотели бы все запивать коньяком. И некоторые сочетания, вроде предложенных компанией R my Martin, включающие подачу коньяка при разной температуре к специально подобранным блюдам, имеют настоящее прогрессивное значение, открывая новые пути для поисков. Подобные сочетания настолько хороши, что я с удовольствием рекомендую их своим друзьям, чтобы продемонстрировать им все богатство профессии сомелье».

Мы приводим здесь предложения Лорана Феррона и его комментарии, сделанные им в ходе специально организованного ужина в Domaine du Breuil, в Коньяке.

Закуска из фуа гра

Первое сочетание включает подачу Rémy Martin VSOP при температуре от –18 до –10°C. Результат вызывает интерес. «К фуа гра требуется нечто бархатистое, сиропообразное. Благодаря низкой температуре коньяк приобретает подобный характер.»

Рыба

Удивительно, но коньяк, напиток терруара, демонстрирует один из лучших результатов в сочетании с рыбой. Особенно хороша барабулька в сочетании с коньяком VSOP или XO, который в данном случае подается не ледяным, а лишь охлажденным до 6-7°C. «В дополнение к рыбе с более выраженным вкусом можно отдать предпочтение коньяку, содержащему немного спиртов с прибрежных участков, сообщающих ему йодистый привкус.»

«НЕКОТОРЫЕ СОЧЕТАНИЯ..., ВКЛЮЧАЮЩИЕ ПОДАЧУ КОНЬЯКА ПРИ РАЗНОЙ ТЕМПЕРАТУРЕ К СПЕЦИАЛЬНО ПОДОБРАННЫМ БЛЮДАМ, ... НАСТОЛЬКО ХОРОШИ, ЧТО Я С УДОВОЛЬСТВИЕМ РЕКОМЕНДУЮ ИХ СВОИМ ДРУЗЬЯМ, ЧТОБЫ ПРОДЕМОНСТРИРОВАТЬ ИМ ВСЕ БОГАТСТВО ПРОФЕССИИ СОМЕЛЬЕ»

ЛОРАН ФЕРРОН,
СОМЕЛЬЕ И РЕСТОРАТОР, КОНЬЯК

Для того чтобы способствовать продажам коньяка, продемонстрировать свое умение, разнообразить выбор и, в конечном итоге, привлечь клиентуру, можно попробовать ввести коньяк в состав соуса или собственно блюда, к которому следует предлагать бокал коньяка XO.

Коньяк & Fooding

Молодые коньяки (категория VSOP)	• сыр рокфор • лосось • суши • азиатская кухня • жареное мясо • кейк с фруктами «конфи»
Выдержанные коньяки (категория XO)	• блюда под соусом • шоколад • ореховый десерт

Мясо
Сочетание коньяка с мясными блюдами под соусом – почти классика. Для того чтобы сблизить ароматы, шеф-повар, выпаривая соус, добавляет в него коньяк.
В подобном случае сочетание тушеной свиной щековины и коньяка XO близко к совершенству. «Карамельные ноты блюда (возникшие при долгом тушении), нежное мясо с ароматом коньяка сплавляются с самим коньяком, вызывая новый всплеск ощущений, и возрождают ноты гриля и жареные оттенки самого высокого качества».

Сыры
«Что касается сыров, то, как правило, подходят прессованные сыры – никаких камамберов! Такие зрелые сыры, как Том или старый Мимолет, имеют привкус выдержанного вина, присутствующий и в старых коньяках. Сочетание возникает естественным путем.
Я открыл новые ощущения с голубыми сырами, сочетание с которыми казалось немыслимым еще несколько лет назад, а сейчас стало обычным делом».

Десерт
Наконец, каждому – по заслугам, фондан из черного шоколада раскрывается коньяком Extra, охлажденным до 7°C. Несмотря на сложность, качество сочетания не вызывает сомнений. «Для того чтобы противостоять могучим и напористым ароматам шоколада требуется вся мощь и концентрация коньяка Extra».

new spirits glass | снифтер | коктейльный бокал | хайбол

БОКАЛЫ ДЛЯ КОНЬЯКА

Бокалы должны соответствовать не только коньяку, но и моменту его подачи. Для аперитивного коктейля с коньяком остановитесь на бокале для соответствующего смешанного напитка. При подаче со льдом избегайте тумблеров из-за их брутального вида. Для гастрономических сочетаний следует отдать предпочтение бокалам, напоминающим по форме винные, чтобы соблюсти определенную визуальную гармонию и позволить тем из гостей, кто предпочел коньяк, не слишком выделяться на фоне публики, пьющей вино. Бокал «new spirits glass» отличается подходящей формой и вполне может привлечь ваше внимание. И, наконец, что касается десерта или дижестива, я остаюсь верен классическому снифтеру. Именно этот пузатый бокал особенно приспособлен для близкого контакта с напитком, когда его держат, согревая в ладони.

Коньяк ассоциируется не только с престижем. Он несет на себе печать терруара, а также связан с гастрономическим искусством. Поэтому коньяк импонирует ресторану любого типа. Слева – коллекция коньяков в ресторане Coq d'Or в Коньяке, справа – дижестивная тележка отеля «Ритц», Париж.

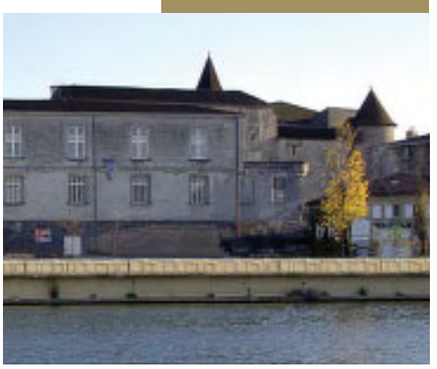
Бренд крупным планом

Отард

Рожденный в замке Коньяк

Дом Otard – детище барона Жана-Батиста Отарда – занимает историческое и знаковое место в Коньяке уже более 200 лет и производит коньяки, отличающиеся элегантностью и утонченностью.

ЗАМОК



Замок Коньяк принадлежит французской истории. Он был построен в 950 году и занимает привилегированное место, возвышаясь над рекой Шарантой. Здесь в 1494 году родился Франциск Валуа, будущий Франциск I, король Франции.

ЛИЧНОСТИ

Род Отард известен с 849 года и восходит к викингу Оттару. Людовик XIV пожаловал дворянский титул барона одному из его потомков, Янсу Оттару. Правнук Янса, Жан-Батист Отард, выкупил старинный замок Коньяк и в 1795 году основал здесь коньячный Дом.

ВЫДЕРЖКА

Благодаря стенам трехметровой толщины и непосредственной близости реки, погреба замка располагают исключительными условиями для выдержки коньяка. Хранящиеся здесь спирты обретают изысканность и существенную длительность во рту – характерные черты, присущие всей гамме коньяков Otard.

ФЛАКОН

Особая форма бутылок Дома Otard была создана в 1968 году.

Когда коньяк вращают в бокале, чтобы лучше выделить его ароматы, на стенках остается тонкая пленка, от которой отделяются капли. Говорят, что коньяк «плачет». Эти слезы обусловили форму бутылок Otard, сообщив им элегантность, филигранность и современность.

ЛИНЕЙКА

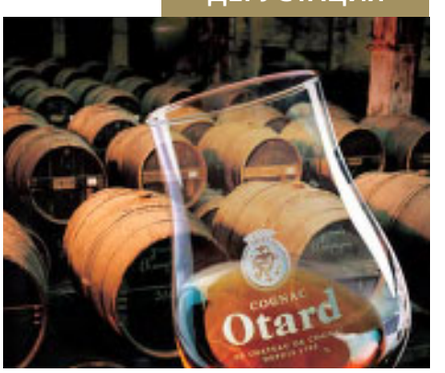
Otard VS – это коньяк с фруктовыми нотами, воскрешающий цветок винограда, предназначенный для коктейлей и лонг-дринков.

Otard VSOP, состоящий из спиртов Гранд- и Петит-Шампани, – сбалансированный и выразительный напиток. Его пьют в чистом виде или со льдом, а также в составе престижных коктейлей.

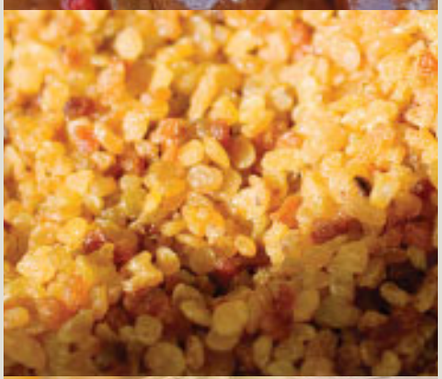
Otard XO Gold – альянс разных участков Коньяка в их наилучшей экспрессии при господстве Гранд-Шампани. Его округлый характер раскрывает ноты лесных орехов и кожи. Он ценится по достоинству в спокойной обстановке по окончании трапезы в сочетании с кофе и с сигарой.

Otard 1795 Extra состоит в большинстве своем из спиртов Гранд-Шампани, терпеливо выдержанных в «рае» Дома Otard. Он дарует богатый букет с нотами сухофруктов, апельсиновых корочек и сигарной коробки. Он подчеркнет своей мощью и гармонией исключительные события.

ДЕГУСТАЦИЯ



ОСНОВНЫЕ АРОМАТЫ КОНЬЯКА



Группы ароматов	*Ароматы*
ФРУКТОВЫЕ Ароматы свежих фруктов, присущие молодым о-де -ви, претерпевают эволюцию в процессе выдержки в дубовой бочке, развивая конфитюрные оттенки, и постепенно уступают место нотам сухофруктов и экзотических плодов.	• виноград • абрикос • груша • инжир • мандарин • корочки цитрусовых • засахаренные фрукты, конфитюр • тропические плоды (маракуйя, кокос, личи)
ЦВЕТОЧНО-РАСТИТЕЛЬНЫЕ Цветочные ароматы встречаются как у молодых, так и у старых коньяков.	• фиалка • роза • липовый цвет • цветок апельсина • жасмин • ирис • нарцисс • засушенные цветы • сухие табачные листья...
ПРЯНЫЕ Пряные ароматы обогащаются во время выдержки коньяка в бочке и придают напитку дополнительную изысканность.	• черный перец • корица • имбирь • кэри • анис • мускатный орех • шафран • лакрица...
ДРЕВЕСНЫЕ Переданные дубовой бочкой древесные ароматы коньяка должны оставаться приятными, сдержанными и элегантными.	• сандаловое дерево • коробка из-под сигар • смолистые (бальзамические) ноты
КОНДИТЕРСКИЕ Эти лакомые ароматы выдержки дают возможность коньяку сопровождать многочисленные десерты.	• ваниль • шоколад • какао • карамель • сливочное масло • пряник (pain d'épice) • мед • пралине...
ОРЕХИ И СУХОФРУКТЫ Пребывание в дубовой бочке налагает на коньяк отпечаток высокоценимых ароматов сухих плодов.	• лесной и грецкий орех • миндаль • изюм • чернослив • курага
ВИННЫЕ После 10–15 лет выдержки в бочке коньячный спирт приобретает сложные винные ноты. В этот период закладываются основы аромата «рансио», который некоторые производители определяют как сочетание оттенков порто, жасмина, нарцисса, а также грецкого и лесного орехов. При дальнейшей выдержке рансио становится все более выразительным.	• порто • херес • мадера
ГОРЕЛЫЕ Ароматы, свойственные старым коньякам.	• молотый кофе • поджаренный хлеб
АНИМАЛЬНЫЕ Эти ароматы присущи коньякам, долго выдержанным в бочках.	• кожа • пчелиный воск

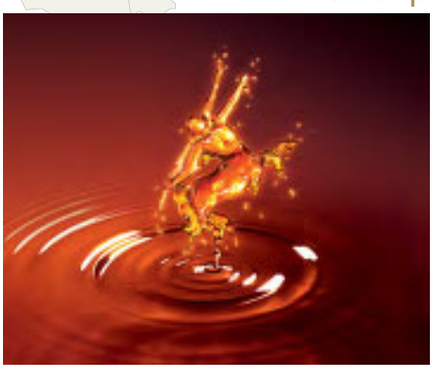
Бренд крупным планом

Rémy Martin

Сердце Коньяка

Основанный в 1724 году, Дом Rémy Martin использует спирты, происходящие исключительно из сердца Коньяка – с престижных участков Гранд- и Петит-Шампань, и создает роскошные коньяки с гармоничным букетом и продолжительным послевкусием.

Кентавр

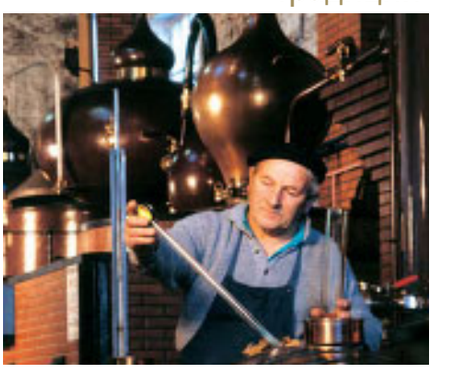


Знаменитый Кентавр, украшающий бутылки коньяка Rémy Martin, является эмблемой марки с 1874 года. В греческой мифологии Кентавр Хирон – сын неба и земли. Он пользовался уважением за свою мудрость, силу и справедливость.

Фин Шампань

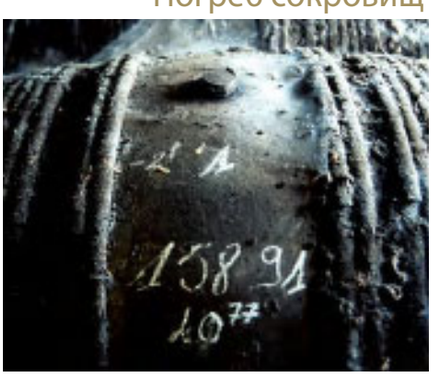
Дом Rémy Martin создает коньяки, относящиеся к категории Fine Champagne. Их производят только из винограда, выращенного на известковых землях участков Гранд- и Петит-Шампань, причем виноград из Гранд-Шампани составляет не менее 50% от общего объема.

Традиции



Вот уже почти 300 лет Дом Rémy Martin хранит приверженность традициям. Дистиллируя вино на осадке, используя маленькие перегонные кубы, отбирая лучшие спирты и выдерживая их в бочках из лимузенского дуба, он способствует взлету престижа коньяка во всем мире.

Погреб сокровищ



Спирты из Гранд- и Петит-Шампани обладают высоким потенциалом к выдержке. Дом Rémy Martin выдерживает свои коньяки дольше, чем того требует законодательство, и, владея 240000 бочками драгоценных о-де-ви, располагает самым значительным в мире запасом спиртов Fine Champagne, что гарантирует постоянство вкуса его коньяков для будущих поколений.

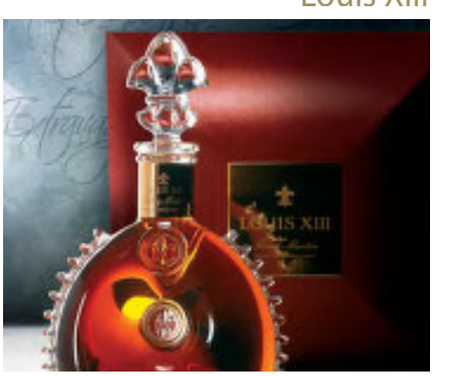
Линейка

Rémy Martin VSOP – это уравновешенный союз зрелости и силы. Его пьют в чистом виде, со льдом или в виртуозных коктейлях.

XO Excellence (85% Гранд-Шампани) обладает богатством и бархатистостью. Он предназначен для завершения знатного ужина в сочетании с кофе или сигарой.

Rémy Martin Extra (90% Гранд-Шампани) отличается мощью и изысканностью благодаря спиртам, выдержанным от 20 до 50 лет.

Louis XIII



Louis XIII изготавливают исключительно из спиртов Гранд-Шампани, причем некоторые из них достигают столетнего возраста. Огненно-красное платье с отблесками акажу, ароматическое богатство (порто, сигарная коробка, шафран, мускатный орех), концентрация и феноменальная длительность послевкусия превращают Louis XIII в коньяк-легенду.

Глава
3.6

ТЕКИЛА

Моментальное путешествие

«В нашем заведении, благодаря интерьеру, меню, напиткам и еде, мы предлагаем виртуальное путешествие. Направление – Центральная и Южная Америка. Наши клиенты хотят сменить обстановку, совершить вояж, но вернуться домой. Мы предлагаем им аргентинское мясо, сигары, музыку, то есть все то, что может вызвать ощущение путешествия. Разумеется, первоочередное внимание уделяется коктейлям. Все это – составляющие нашего успеха. А среди напитков основную динамику задает текила».

Франсис Шампань, директор клуба Barrio Latino, Париж

В рестораны и бары ходят для того, чтобы развлечься, пообщаться, но, кроме того, удовлетворить страсть к путешествиям. Всем нам хочется экзотики, но далеко не все могут себе позволить взять личный самолет в пятницу вечером. И вот, в качестве предложения на этот недавно возникший спрос, текила и обрела все свое нынешнее значение. Действительно, лучше текилы ничто не может способствовать перемене обстановки.

Тем не менее, всего несколько лет назад, когда прошла мода на коктейль Маргарита, вытесненный неистребимым Мохито, казалось, что дни текилы сочтены.

Однако в судьбу текилы вмешались два обстоятельства – экспансия ресторанов испанского и латиноамериканского направления, а также невероятный успех тапас. В «Диснейлендах для взрослых», в которые превратились сегодня некоторые крупные развлекательные комплексы, например, парижский Barrio Latino, текила играет ту же роль, что и большая петля на американских горках. Напиток, совмещающий в себе эмоциональный максимум: самый подлинный, самый волнующий и, наконец, самый экзотический.

Итак, текила снова пошла в гору. Только речь уже не идет о безликих стандартах 70-х годов. Если коктейль Маргарита снова и сильнее, чем когда-либо, пользуется успехом (правда, в значительно более крепких вариантах), то похоже, что «Роллинг Стоунз» и Текила Санрайз здорово устарели.

В нынешние времена все чаще заказывают текилу класса премиум, полученную на основе голубой агавы и разлитую в импозантные бутылки, которые становятся достойным элементом оформления и надежным компаньоном в «путешествии».

Бокалы для текилы

Специальных бокалов для текилы не существует. В чистом виде текилу подают в стопках. Иногда, для воссоздания аутентичной обстановки, используют грубые стаканчики, имитирующие старинную посуду. Для смешанных напитков с текилой применяют бокалы, рекомендованные для каждого конкретного коктейля.

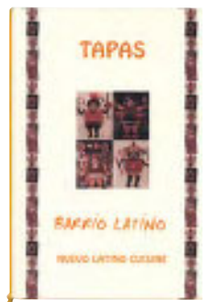
РАЗНОВИДНОСТИ ТЕКИЛЫ

бесцветная, невыдержанная текила	*невыдержанная текила, может быть ароматизирована и подкрашена карамелью*	*текила, выдержанная не менее 2 месяцев в бочках*	*текила, выдержанная не менее 1 года в бочках*	*текила, полностью сделанная из спирта агавы*
Blanco ***(Бланко)***	**Joven** ***(Ховен)***	**Reposado** ***(Репозадо)***	**Anejo** ***(Анехо)***	**100% Blue Agave**

УСПЕШНЫЕ СОЧЕТАНИЯ ТЕКИЛЫ И ТАПАС

Тот, кто знает общепринятый способ пить текилу (с солью и лимоном), разумеется, осознает, что этот напиток должен естественным образом сочетаться с холодными или горячими, иногда жирными, но всегда солеными и пряными тапас. Тем не менее, благодаря своему разнообразию, текила способна звучать в различных регистрах и сочетаться с множеством блюд.

Чаще всего текила подается в составе коктейлей. Для создания сочетания гастрономической направленности можно попробовать менять состав коктейлей в зависимости от предложенных тапас. Для заведений типа парижского «Баррио Латино» поиск сочетаний спиртных напитков с тапас чрезвычайно важен. Основу успеха составляет предложение коктейлей, адаптированных к меню: каждый удачный коктейль влечет за собой заказ тапас, и наоборот, за каждым заказом тапас следует заказ коктейля. Приводим советы Седрика, работающего в этом заведении.



«БРУТАЛЬНОЕ УДОВОЛЬСТВИЕ»

• В сочетании с горячими солеными тапас я чаще всего подаю коктейли типа Маргарита. Клиенты их любят за то, что в них особенно чувствуется вкус текилы. Некоторые тапас обладают чрезвычайно мощным вкусом, и, чтобы противостоять ему, требуется нечто сверхвыразительное, почти брутальное.

• В зависимости от типа тапас, я обычно выбираю для коктейля текилу Olmeca Blanco или Olmeca Gold. Прежде чем внести коктейль в меню в ассоциации с тапас, я пробую сочетание сам. Установить связь текилы со вкусом более или менее экзотических тапас, таких как гамбасы с ананасом, куриные мини-шашлычки с лемонграссом, кальмары во фритюре или равиоли с креветками, помогают фруктовые соки и пряности: лайм, ананас, имбирь...

• К блюдам, для которых особенно трудно подобрать сочетание, я могу рекомендовать и чистую текилу. Например, маринованные анчоусы не сочетаются практически ни с чем, кроме текилы Olmeca Blanco. А с этой белой, чистой, прохладной текилой взаимодействие восхитительное.

Для достижения наилучшего результата надо пробовать различные комбинации с текилой, как с чистой, так и в составе коктейлей, имея в виду, что изначально текила сочетается с соленым и пряным.

ОГНЕННЫЕ СОЧЕТАНИЯ

Ко многим видам тапас можно подать текилу Olmeca Añejo Extra Aged в чистом виде. Возможны сочетания всех типов. Например, Olmeca Gold прекрасно подходит для гуакамоле или бурритос, которые включают сметану, перец чили и другие пряности. В составе коктейлей эти сорта текилы могут подаваться к очень пряным, почти огненно-жгучим тапас, которые характерны для мексиканской кухни.

Седрик, Barrio Latino

«УКРОЩЕНИЕ СТРОПТИВОЙ»

К сладким тапас – одному из козырей «Баррио Латино», я предлагаю текилу в составе лонг дринков. В подобных случаях, с моей точки зрения, наилучшим вариантом будут «молочные коктейли для взрослых», включающие текилу Blanco или Gold, с добавлением сливок, кокосовой стружки, фруктовых соков или пюре, шербетов и даже варенья, как это принято в Лондоне. Требуется сделать текилу цивилизованнее, слаще, не лишая ее при этом характера.

Коктейль «Эль Пистачо» *(El Pistachio)*

- *20 мл текилы Olmeca Gold*
- *20 мл текилы Olmeca Blanco*
- *40 мл свежих сливок*
- *20 мл ликера Amaretto*
- *2 столовые ложки свежемолотых фисташек*
- *щепотка тростникового сахара.*

Фисташки измельчают в миксере в течение 15 секунд, затем добавляют сливки, амаретто, текилу, лед, сахар и взбивают еще 10 секунд. На бокале делают сахарно-фисташковую кромку, и наливают в него коктейль. Подавать с набором сладких десертных тапас.

Коктейль El Pistachio и сладкие тапас в Barrio Latino, Париж

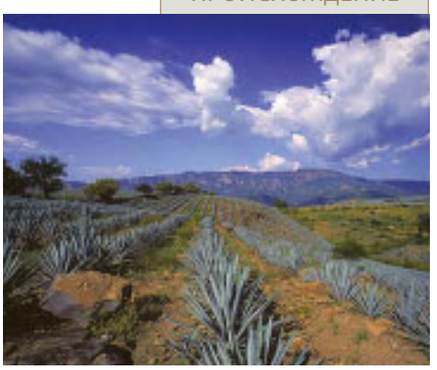
Бренд крупным планом

OLMECA

НАСЛЕДИЕ ДРЕВНЕЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ

Текила Olmeca пришла из истории ольмекского народа, предшественника цивилизации ацтеков. Ольмеки пили сладкий сок агавы. Именно этот сок после брожения и дистилляции превращается в текилу – национальный напиток Мексики.

ПРОИСХОЖДЕНИЕ



Подобно шампанскому или коньяку, текила может быть получена лишь из агавы, собранной на территории с установленными границами. К ней относится возвышенность Халиско в центре Мексики, известная своей красной почвой и идеальным климатом для выращивания агавы. Здесь, в Арандас-Халиско, расположена винокурня, где производят текилу Olmeca.

АГАВА

Для производства текилы Olmeca используется самая востребованная разновидность голубой агавы – Agave Tequilana сорта Blue Weber. Растению требуется 7–8 лет, чтобы под палящими лучами солнца достичь зрелости.

Химадоры, сборщики урожая, отсекают с агавы колкие листья, а сердцевины растений увозятся на винокурню.

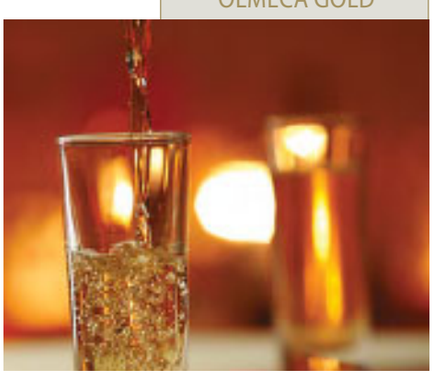
ПРОИЗВОДСТВО

Сердцевины агавы подвергают тепловой обработке в печи в течение 36 часов, чтобы крахмал превратился в сахар. Затем их давят, отделяя сок и сироп от волокон. В полученное сусло добавляют дрожжи, и в результате брожения сахар трансформируется в алкоголь. Согласно традиционному методу, спирт дистиллируют дважды в медных перегонных кубах.

OLMECA BLANCO

Текилу Olmeca Blanco разливают в бутылки, не подвергая выдержке. Эта кристальная, девственная текила обладает аутентичным и свежим вкусом агавы. Ее используют для приготовления коктейлей, среди которых всемирно известные Маргарита и Текила Санрайз.

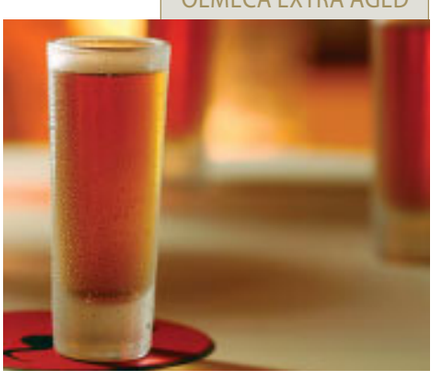
OLMECA GOLD



Olmeca Gold приобретает золотисто-янтарный оттенок благодаря смешиванию выдержанной и невыдержанной текилы.

Ее пьют в чистом виде с ломтиком лайма и солью, которые иногда рекомендуется заменить на ломтик апельсина и корицу.

OLMECA EXTRA AGED



Olmeca Añejo Extra Aged – эксклюзивная текила, отражающая весь накопленный опыт Дома Olmeca и его уважение традиций в изготовлении текилы высокого класса. Она создана для знатоков, выдержана в течение 3 лет, и ее рекомендуется подавать в чистом виде, охлажденной или со льдом.

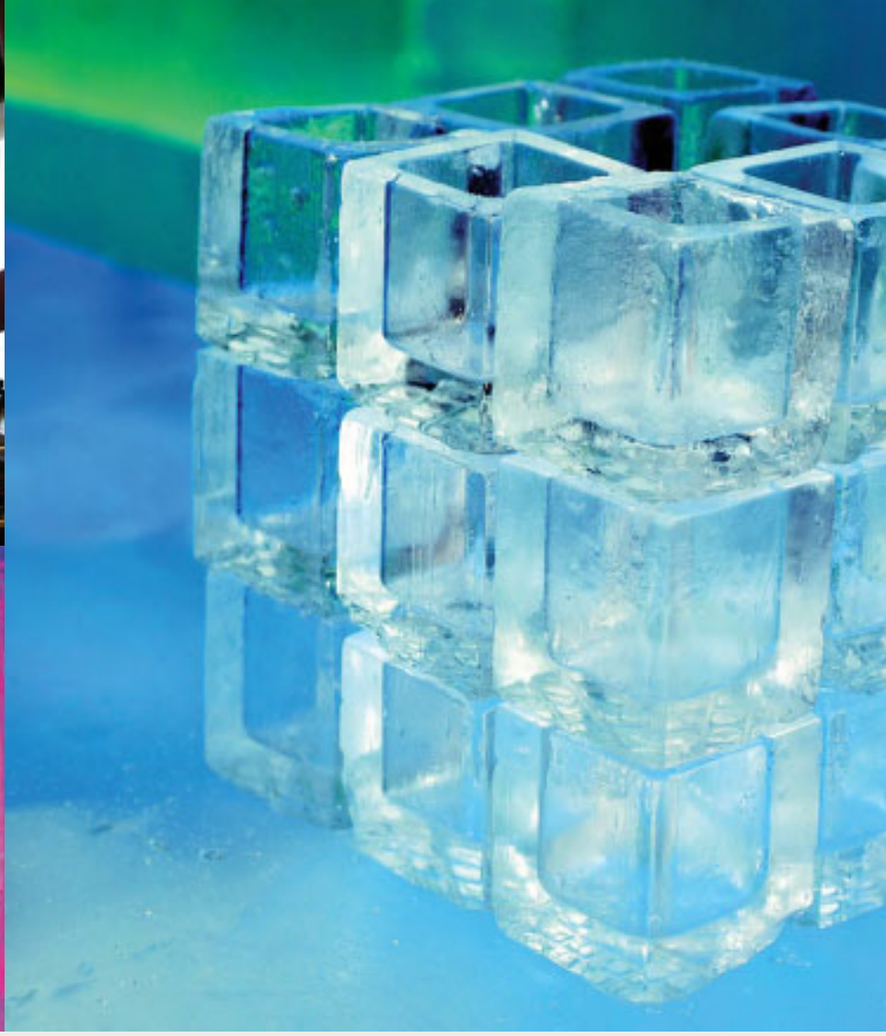
Глава
3.7

ВОДКА

Вектор имиджа и прибыли

Найдется немного напитков, познавших столь ослепительный взлет в течение последних десятилетий. Профессионалы (и их клиенты) стали свидетелями появления «из ничего» десяток марок водки. Одни производители сумели создать действительную добавленную стоимость и вывели на рынок водку кристальной чистоты и несомненного качества. Другие довольствовались подражанием и с помощью неясных маркетинговых ходов лишь сбили с толку покупателей. Со своей стороны, известные классические марки развернулись в направлении высшей линейки и расширили предложение с помощью различных ароматизированных вариантов.

В результате нынешний рынок переполнен сотнями водочных этикеток. При выборе водки, достойной чести украсить собой карту напитков и столы, ресторатор должен соблюдать особую предосторожность. Дело в том, что из всех напитков водка, несомненно, оказывает наибольшее влияние на имидж заведения. И здесь речь идет о его репутации.



–5°C

Бар The Ice Kube, расположившийся в отеле «Кюб», оказался первым заведением подобного рода в Париже. В этой продвинутой версии водочного бара, посвященной водке Grey Goose, посетителям выдают верхнюю одежду марки Quicksilver, чтобы легче перенести температуру ниже нуля. Ледяные рюмки, скульптуры и сам бар искрятся отблесками света, отраженного этой кристальной вселенной, где представляешь себя на Северном полюсе в убежище Супермена.
В течение получаса за 38 евро можно пить Grey Goose в неограниченном количестве, как в обычном варианте, так и в ароматизированных версиях: La Poire (грушевую), L'Orange (апельсиновую), Le Citron (лимонную).

Слишком жаркая погода – это больше не предлог, чтобы отказаться от водки, поскольку Vodka Room улаживает температурную проблему. В этой холодной комнате – одновременно храме моды и дизайна – остается рассчитывать только на водку, чтобы согреть тело и душу.
«Водочные комнаты», айс-бары и другие низкотемпературные проекты выполняют еще одну важную роль: они служат превосходным лекарством от страха перед глобальным потеплением.

Этот водочный бар находится в гонконгском ресторане «Балалайка». Его принцип уже давно стал классикой жанра. Холодильная комната готова к приему утомленных тропической жарой гостей, которым при входе выдают шубы и меховые шапки. Комната соединена с заведением небольшим окошком, через которое подают напитки.

–20°C

Ледяная водка великолепно раскрывается в сочетании с жирными и бархатистыми текстурами рыбы и некоторых даров моря. Кроме того, она является одной из лучших спутниц черной икры. Подобные качества, без сомнения, помещают ее в категорию «высокой роскоши». Об этом свидетельствует запечатленная выше устрица с черной зернистой икрой в сопровождении нескольких сортов водки, предложенная шеф-поваром Эриком Куазелем из парижского Дома «Прюнье».

Подача водки в ресторане

В России еще больше, чем где бы то ни было, вам не простят небрежную подачу водки. Ей изначально должно быть уделено соответствующее внимание, а многогранность этого напитка позволяет все способы сервировки и употребления. В карте водка будет представлена в самых разнообразных ипостасях.

Комплимент / аперитив

• В русском гастрономическом ресторане высокого уровня водку можно подать в начале вечера в качестве комплимента, но дамы должны иметь возможность заменить ее бокалом шампанского.

• Водку можно предложить на аперитив. В самом деле, в зимние вечера перед ужином востребован ее «ударный» и «согревающий» эффект.

В этих случаях ее подают в чистом виде и в сопровождении закусок. Разумеется, ее можно предлагать в составе коктейлей.

Подача в ходе трапезы

В России назначение водки заключается в сопровождении трапезы. И убедить клиента в целесообразности подачи водки к определенным блюдам не составит труда. Подбор блюд и оригинальных сочетаний всецело зависит от креативных способностей персонала.

Тем не менее, приводим некоторые рекомендации, которые могут пригодиться вам в работе.

Настойки (Infusions)

Ставшие в последнее время столь актуальными, фирменные настойки – это один из способов демонстрации творческого потенциала ресторана и подчеркивание его привязанности к традиционным ценностям, поскольку до революции настойки выражали самый дух русской водки.

Внимание! Настойки не следует путать с предлагаемыми производителями ароматизированными водками. Для приготовления настоек пригодны как натуральные, так и ароматизированные сорта водки.

Приготовление настойки обретает новое измерение, когда она создается специально для сочетания с блюдом шеф-повара. Затем такая настойка может быть предложена сомелье в составе сет-меню с высокой добавленной стоимостью. Разумеется, здесь потребуются коллективные усилия, поскольку в таких случаях необходимо сотрудничество между сомелье, шеф-поваром и шеф-барменом.

Естественно, в карте необходимо указать марку

Бренд крупным планом

Водка «Алтай»

Горная чистота и сибирский характер

Создаваемая у подножья знаменитых гор, водка «Алтай» находится под покровительством одного из последних девственных регионов планеты и уходит корнями в сибирскую культуру.

Календарь

Отдавая должное суверенной природе, каждая этикетка водки «Алтай» воспроизводит древний алтайский календарь. Шесть талисманов символизируют ценности, почитаемые предками: луна, солнце, звезды, олень, кедр и сокол. Они олицетворяют мистические силы природы, независимость народа и мужество сибирских воинов.

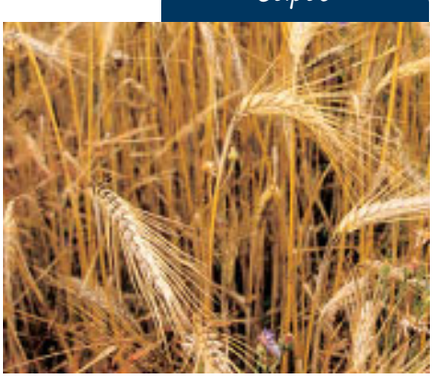
Истоки

Иткульский спиртзавод, на котором сегодня производится «Алтай», был основан Константином Платоновым, ученым из Санкт-Петербурга. После долгих поисков он обнаружил в окрестностях алтайского села Соколово самые подходящие условия для изготовления водки.

Спиртзавод

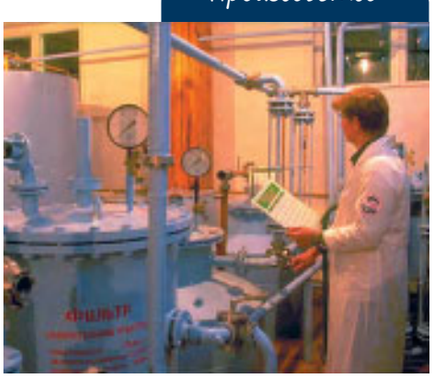
В этом нетронутом на протяжении тысячелетий крае были и лес, чтобы топить перегонные аппараты, и зерно в избытке, и чистая вода, известная с незапамятных времен своими лечебными свойствами. Иткульский спиртзавод начал производить водку в 1868 году. И сегодня «Алтай» продолжает увековечивать традицию сибирской водки несравненной чистоты.

Сырье



Водку «Алтай» производят из пшеницы и ржи различных видов, адаптированных к сибирским условиям и произрастающих в радиусе 12 километров от спиртзавода. Из-за суровой зимы зерна обладают высокой концентрацией крахмала и ароматических элементов, которые сохраняются благодаря тройной перегонке.

Производство



Спирт фильтруют через древесный уголь и разбавляют мягкой, абсолютно чистой и живой водой.

Уважение к традициям на каждом этапе изготовления водки «Алтай» и ее высокие гастрономические достоинства позволяют рекомендовать ее ко всем блюдам праздничного застолья.

Употребление

Кроме того, подлинный и щедрый нрав водки «Алтай», безусловно, превращает ее в незаменимый компонент коктейлей. Она также хорошо подходит для изготовления настоек-infusions, которые станут необходимой ароматической основой новых творений барменов.

водки, использованную для подобной настойки, чтобы не снизить «инфьюжн» до уровня «самодельной водки».

Использование в кулинарии

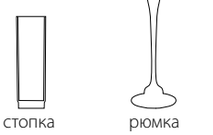
С использованием водки либо в составе соуса, либо маринада можно приготовить множество блюд. Спирт действует, как растворитель, помогая ароматическим элементам проникнуть вглубь мяса, дичи и даже рыбы. Понятно, что к маринованному в водке блюду сомелье будет удобно подать водку соответствующего сорта или предложить ее в составе сетменю.

Подача к десерту

Водка, в особенности ароматизированная, может превосходно сочетаться с некоторыми десертами. В других случаях водка сама является составной частью десерта (например, мороженое некоторых видов), тогда к нему просто необходимо предложить водку соответствующего сорта.

ПОДАЧА ВОДКИ ОТЛИЧАЕТСЯ БИБЛЕЙСКОЙ ПРОСТОТОЙ. ДЛЯ ТОГО ЧТОБЫ ПРИДАТЬ СТОЛУ ПРАЗДНИЧНЫЙ ВИД, ДОСТАТОЧНО БУТЫЛКИ, ОБЫЧНО МАКСИМАЛЬНО ОХЛАЖДЕННОЙ, И НАБОРА РЮМОК. НО ИХ ВЫБОР ИМЕЕТ ОСОБОЕ ЗНАЧЕНИЕ И ЗАВИСИТ ОТ СТИЛЯ И АТМОСФЕРЫ РЕСТОРАНА.

В ЧЕМ ПОДАВАТЬ ВОДКУ?



• **В начале трапезы с закусками.** Для подобной подачи водки используют традиционные стопки. Поскольку водку пьют одним глотком, она не успевает согреться от тепла руки, и, соответственно, отпадает нужда в рюмках на ножке.

• **Vodka Flights.** Водочные флайты – это неплохой способ подачи водки к закускам (и для сопровождения ужина). Четыре стопки, наполненные водкой разных сортов, устанавливают в колотый лед и в таком виде подают клиентам. Использование стопок, а не рюмок, обусловлено необходимостью их тесного контакта со льдом, чтобы водка не согревалась.

• **Sophisticated Service.** Можно остановиться на более изысканной форме обслуживания, когда чистая водка подается с небольшими тостами с черной икрой. В данном случае предпочтительны рюмки на ножке, стильные и вытянутые, тонкие и высокие, чтобы подчеркнуть «высокий уровень» подобной сервировки, которая одинаково подойдет как для современных дизайнерских ресторанов, так и для классических заведений высокой кухни.

• **В качестве аперитива.** Как правило, клиент проявляет интерес к коктейлю-аперитиву на основе водки, чтобы воспользоваться ее «ударным» действием. Для того чтобы сохранить аутентичный, живительный характер водки, ее следует предлагать в составе очень сухих коктейлей типа Мартини в сочетании с небольшими тостами. Соответствуя идее роскоши, такие коктейли должны подаваться в очень стильных бокалах и содержать сахар в ограниченном количестве.

• **В ходе трапезы.** Выбор остается прежним: стопки, рюмки и дизайнерские бокалы. Выбирать следует между традициями и современностью, исходя из общего стиля ресторана и подаваемых блюд.

• **В качестве дижестива.** Коктейли-дижестивы на основе водки подают в бокалах, соответствующих каждому конкретному коктейлю.

Бренд крупным планом

GREY GOOSE

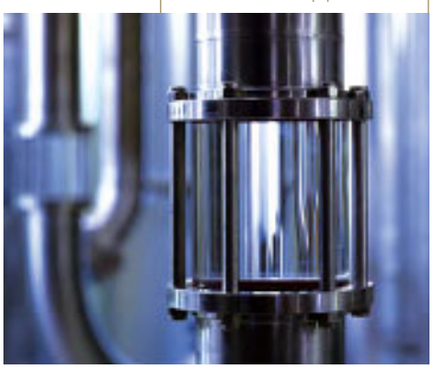
ВОДКА ВЫСОКОГО ПОЛЕТА

Водка Grey Goose была создана американцем по имени Сидни Франк. Своим названием она обязана диким гусям, которые летают над Нью-Йорком и символизируют встречу двух миров – сложного мира высококлассной, элегантной и утонченной водки и мира великодушной дикой природы.

ПРОИСХОЖДЕНИЕ

Местом производства своей водки Сидни Франк избрал Францию, посчитав, что она является страной роскоши и самым удачным символом искусства жизни на всей планете. Поэтому водку Grey Goose стали изготавливать в Коньяке, одном из мировых центров почитания традиций и умений в области перегонки и купажирования.

ПРОИЗВОДСТВО



Водку Grey Goose получают из пшеницы, выращенной на равнинах области Бос, которая является житницей Франции. Спирт проходит пятиступенчатую дистилляцию. Затем, чтобы довести его крепость до 40% vol, в него добавляют кристально чистую воду из источника, берущего начало в Центральном горном массиве, в сердце Франции. Протекая сотни километров, вода фильтруется через известковые скалы и поступает на винокурню в Коньяк безупречно чистой, и ее не подвергают никакой обработке.

КАЧЕСТВО

Каждый этап производства контролирует «Мэтр де Ше» (мастер погребов) Франсуа Тибо. Данная позиция обязательна для коньяка, но абсолютно уникальна для производства водки. Неслучайно качество Grey Goose отмечено высшими наградами и признанием многих уважаемых профессиональных изданий.

МЯГКИЙ ВКУС

Водка Grey Goose обладает удивительной ароматической мягкостью с легким привкусом масла и сливок, который усиливается при низкой температуре.

ЛИНЕЙКА

Водка Grey Goose существует также в различных ароматизированных вариантах, которым апельсин, груша и лимон сообщают свои тонкие и нежные ноты.

Со времени своего появления на свет Grey Goose придает роскошь коктейлям, отличающимся гениальной простотой и элегантностью.

КРЕАТИВНОСТЬ

Ее характер раскрывается в креативных рецептах, которые сочетают Grey Goose с базиликом, с сиропом маракуйи, с дыней, имбирем – короче говоря, с самыми изысканными ингредиентами, полный перечень которых зависит от воображения миксологиста-создателя коктейля.

Глава
3.8

РОМ

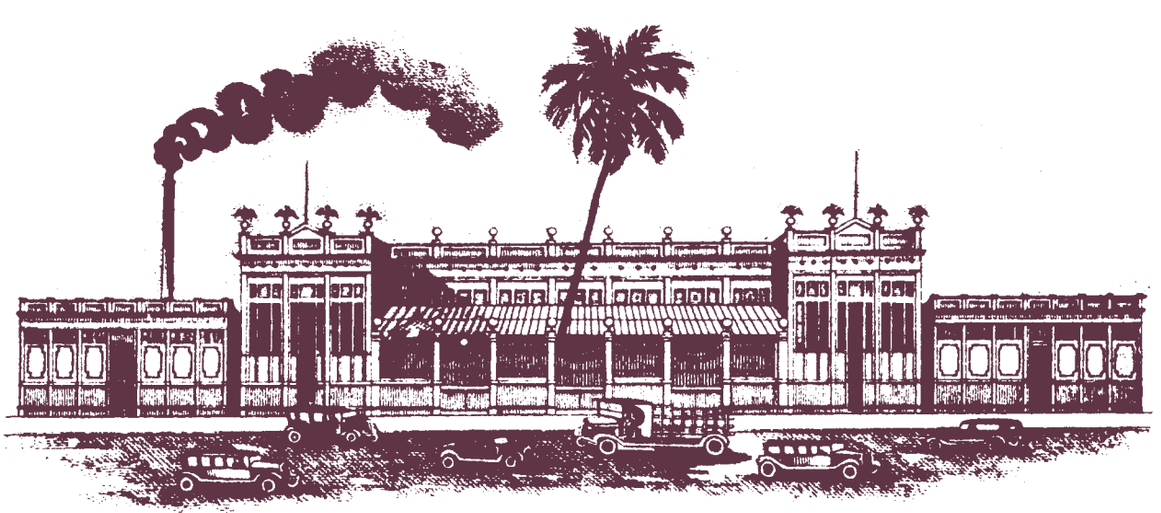
По ком звонит бокал

У рома есть своя история. История, которая пахнет порохом. Ром был любимым напитком адмирала Нельсона. Считается, что он черпал в нем свою отвагу. В Королевском флоте ром называли кровью Нельсона. Адмирал лишился руки и глаза, но оставшихся ему вполне хватало, чтобы разглядеть этикетку и поднять бокал. Он был смертельно ранен при Трафальгаре, одержав свою последнюю победу. Воскликнув: «Рому!», он блестяще обобщил свою жизнь. Говорят, что для доставки в Англию его тело законсервировали в бочке с ромом. Оставалась ли она полной, когда корабль пристал к берегу?

Позже попутным ветром истории ром занесло к берегам острова Эспаньолы, то есть Кубы. Именно там он приобрел те черты, которые сделали его столь популярным.

Легкий, шелковистый и душистый, изысканный и элегантный, новый ром был рожден для составления божественных смешанных напитков. Во время Золотой эры коктейлей Куба превратилась для тысяч американцев с иссушенными «сухим законом» глотками в «Потерянный Рай»*. Знаменитости всего мира звенели бокалами в кубинских барах – храмах барменского искусства. И такие коктейли, как Дайкири, Мохито и Куба Либре навсегда вошли в историю.

* «По ком звонит колокол» и «Потерянный Рай» - названия произведений Эрнеста Хемингуэя.



Способы подачи

Обратимся к практической стороне рома и посмотрим, в каких вариантах он найдет применение в ресторане.

Коктейли

При создании коктейлей предпочтение отдается легким сортам рома и освежающим смешанным напиткам типа Мохито. Этот коктейль продолжает пользоваться неизменным успехом, но в настоящее время появилось множество его вариантов, позволяющих безустанно получать новые ощущения от Мохито. Легкий ром, свежесть лайма и мяты делают этот коктейль превосходным аперитивом.

Десерты

Ром входит в состав множества кондитерских изделий и прочих десертов. Поэтому предложение рома во время десерта может позволить клиенту воспользоваться заведомо удачным сочетанием. В этом случае, разумеется, рекомендуется выдержанный ром.

Дижестивы

Темные и мощные сорта выдержанного рома завоюют любовь тех, кто желает продлить ужин. Такие сорта рома займут место рядом с высокими коньяками и односолодовыми виски и найдут множество верных поклонников, очарованных их несравненной ароматической палитрой.

Сочетание с сигарами

Что касается сочетания клубов дыма с парами алкоголя, то здесь ром, без сомнения, – один из лучших вариантов.

Гастрономические коктейли с ромом

Получив классическое французское гостиничное образование, Антони вначале совершенствовал свое мастерство по смешиванию коктейлей в Англии. Затем последовал не оставшийся незамеченным период работы в клубе Karé(ment) в Монако. Сейчас Антони – шеф-бармен ресторана La Reserve в Ницце, где он трудится бок о бок с выдающимся шеф-поваром Жуни Торманеном, обучавшимся сначала у Алена Дюкасса, а затем – у Феррана Адриа в одном из лучших ресторанов мира – «Эль Булли».

Сказать только, что Антони культивирует поиск вкусов и сочетаний, – значит, ничего не сказать. Он без устали трудится над той «изюминкой», которой обязаны отличаться коктейли, подаваемые в ресторанах высокой кухни. Компоненты должны быть безукоризненного качества. Используемые фрукты и пряности тщательно подбираются. Наконец, рецепты обязаны соответствовать гастрономическим требованиям. В частности, напитки должны иметь идеальный баланс крепости и сладости.

Из двух авторских рецептов Антони, приведенных ниже, Vanilla Daiquiri подается к тапас и куриным шашлычкам, маринованным в соке лайма, а «Французский Мохито» особенно хорошо сочетается с вьетнамскими немами, учитывая, разумеется тот факт, что немы едят, обернув их листьями мяты.

Антони, шеф-бармен в La Reserve, Ницца

Ванилла Дайкири
(Vanilla Daiquiri)

Данный рецепт требует от бармена больших трудов, но результат достигает высокого гастрономического уровня. Следует вначале настоять бутылку рома Bacardi 8 на стручках ванили. Для этого требуется пять разрезанных пополам стручков ванили на бутылку рома объемом 0,7 литра. Затем напиток настаивается при комнатной температуре в течение, как минимум, недели.

- 4 cl настоянного на ванили рома Bacardi 8
- 0,5 cl ванильного ликера
- 1 cl сауэр микса. *Внимание! Будьте осторожны с сауэр миксом, который может существенно повлиять на качество коктейля. Чтобы обеспечить необходимый вкус, Антони предлагает самостоятельно доработать премикс, добавив по мере необходимости свежий лимонный сок, воду и/или сахар.*
- 1 cl сахарного сиропа Monin
- 3 cl сока лайма

Взбить ингредиенты в шейкере, наполненном льдом. Отфильтровать в коктейльный бокал.

Французский Мохито
(French Mojito)

- 8-10 листьев мяты
- сок половины лайма
- 2 cl сахарного сиропа Monin
- 2 cl кальвадоса VSOP
- 2 cl рома Bacardi Superior
- 2 cl содовой воды.

Раздавить пестиком в бокале хайбол листья мяты, добавив сахарный сироп и сок лайма. Добавить колотый лед. Налить кальвадос и ром. Несколько раз перемешать барной ложкой и, наконец, долить содовой воды.

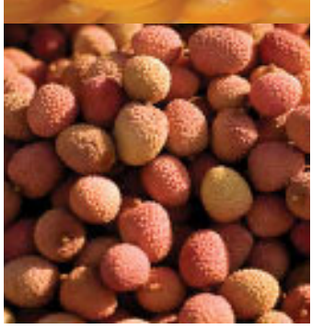
ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ
IMPORTED
BACARDI
SUPERIOR
made to mix

ОСНОВНЫЕ АРОМАТЫ РОМА

ОСТРОВА и СТРАНЫ-ПРОИЗВОДИТЕЛИ РОМА

Сельскохозяйственные сорта рома: Мартиника, Гаити, Гвиана, Гваделупа, остров Реюньон, Мадагаскар.

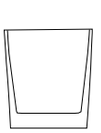
Прочие сорта рома: Пуэрто-Рико, Флорида, Куба, Мексика, Гайана, Суринам, Доминиканская республика, Венесуэла, Тринидад и Тобаго, Ямайка, Виргинские острова, Багамы, Санта Лючия, Гренада.



Группы ароматов	*Ароматы*
ФРУКТОВЫЕ	• сок сахарного тростника • белые фрукты (абрикос, яблоко...) • апельсин • лайм • мандарин • корочки цитрусовых • конфитюр из цитрусовых плодов • тропические фрукты (личи, гоява, банан)
ЦВЕТОЧНО-РАСТИТЕЛЬНЫЕ	• лакрица • цветок апельсина • сухие табачные листья...
ПРЯНЫЕ	• черный перец • корица • гвоздика • редкие специи • имбирь • мускатный орех
ДРЕВЕСНЫЕ	• дубовая древесина • коробка из-под сигар
КОНДИТЕРСКИЕ	• ваниль • шоколад • крем-брюле • карамель • сливочное масло
ОРЕХИ И СУХОФРУКТЫ	• орех • миндаль • чернослив • курага
ГОРЕЛЫЕ	• молотый кофе • поджаренный хлеб
АНИМАЛЬНЫЕ	• кожа

коктейльный бокал

хайбол



тумблер

new spirits glass

single malt glass

снифтер

БОКАЛЫ ДЛЯ РОМА

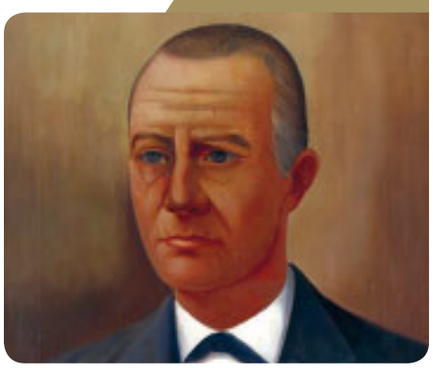
Коктейль-аперитив подают в соответствующем бокале: Мохито – в хайболе, Дайкири – в martini glass. Специального бокала для рома, подаваемого в чистом виде, не существует. Воспользуйтесь бокалом new spirits glass или тумблером, а для сопровождения кондитерских изделий, – барочным бокалом для односолодового виски. Некоторые дегустаторы протестуют против использования снифтера, считая, что его форма способствует перемешиванию паров спирта, что препятствует качественной дегустации. Но то что, несомненно, верно в свежей атмосфере дегустационного зала в 11 часов утра, становится далеко не столь очевидным в 11 часов вечера, под конец плотного ужина при свечах. С моей точки зрения, для установления интимного контакта с любимым напитком снифтер – лучший бокал, хотя, это, конечно же, вопрос привычки. В любом случае выбор зависит от вас, в зависимости от стиля, которому вы желаете следовать в своем ресторане. Если ресторан воссоздает уютную атмосферу горного шале и претендует на соответствие традиционному имиджу, снифтер незаменим. Если же вы работаете в выхолощенных декорациях, то можете остановить свой выбор на более современном и вытянутом бокале.

Бренд крупным планом

BACARDI. Империя Рома

В 1862 году дон Факундо Бакарди основал компанию Bacardi в городе Сантьяго де Куба и приступил к изготовлению легкого рома, который познал всемирный успех.

ИСТОРИЯ



В первой половине XIX века дон Факундо, выходец из Испании, занимался торговлей винами и спиртными напитками на Кубе. Будучи проницательным дегустатором, он понимал, что ром того времени обладал грубоватым характером, и решил опробовать новые методы брожения, дистилляции, отчистки спиртов и купажирования, чтобы произвести более изысканный напиток. Полученный результат оправдал ожидания, и в 1862 году дон Факундо вложил свои средства в небольшую винокурню.

ЛЕТУЧАЯ МЫШЬ

На стропилах крыши завода жила колония фруктовых летучих мышей. На Кубе летучие мыши – это знамение счастья, и дон Факундо решил сделать их эмблемой своей марки рома. Во время американского сухого закона (1919–1933) Куба стала одним из мировых центров коктейлей. Рост популярности таких всемирно известных коктейлей на основе нового типа рома, как Куба Либре, Дайкири и Мохито, совпал с успехом компании Bacardi, которая вышла на первое место в мире.

МАСТЕРСТВО

Изготовление рома Bacardi опирается на несколько секретов производства. Важнейший из них связан с используемыми для брожения патоки дрожжами, которые дают ром с неподражаемой шелковистой текстурой. Дон Факундо первым, среди производителей рома, стал использовать угольную фильтрацию спиртов. А владение мастерством дистилляции и выдержки позволяет всей гамме Bacardi выделяться своим безупречным постоянным качеством, богатством и сложностью.

ЛИНЕЙКА

В баре, в смешанных напитках и коктейлях или в конце ужина, с десертом и на дижестив – вся линейка Bacardi дает возможность прочувствовать мастерство создания рома.

Bacardi Superior посвящен коктейлям. Он также входит в состав лонг-дринка вместе с колой и лаймом. Взяв за основу ром Bacardi и выгодно используя его высокие ароматические достоинства, можно быстро готовить микс по этому рецепту, что высоко ценится на дискотеках.

КОКТЕЙЛИ

Миксологисты, создающие новые коктейли, учитывают тот факт, что все виды рома Bacardi прекрасно сочетаются со свежими фруктами и благодаря легкости своей текстуры сохраняют ароматическое равновесие смешанных напитков.

МОЩЬ АРОМАТОВ

Для дижестивов и десертов предпочтительнее выбрать ром, претерпевший выдержку, с интенсивными и глубокими ароматами, как, например, **Bacardi 8,** который старел в течение восьми лет в дубовых бочках. Его ароматическое богатство (слива, мускатный орех, ваниль, абрикос) и длительность послевкусия создадут изысканный альянс с сигарой.

ПОДАЧА ЛИКЕРОВ И ДИЖЕСТИВОВ

Традиционно сервировка дижестива приурочена к подаче кофе. Тем не менее, в последнее время во многих ресторанах она переместилась к моменту десерта, поскольку сегодня все чаще десертная карта включает крепкие напитки и ликеры. Одни клиенты ограничатся десертом, другие, составив им компанию, – дижестивом, а кое-кто может соблазниться и тем, и другим.

На самом деле крепкие напитки создают чудесные гастрономические сочетания с десертами. Кроме того, они более эффективно, чем вино, пробуждают задремавшее нёбо и оживляют обстановку за столом.

Как и в случаях с вином, выбранный крепкий напиток или ликер подается в специальном бокале перед сервировкой десерта. Порция напитка варьируется от 20 до 40 мл.

Темные о-де-ви (коньяки, виски, арманьяки, выдержанные сорта рома) подают при комнатной температуре, в то время как белые спиртные напитки охлаждают 10–15°C. Исключение составляют водка и аквавит, которые можно подать ледяными.

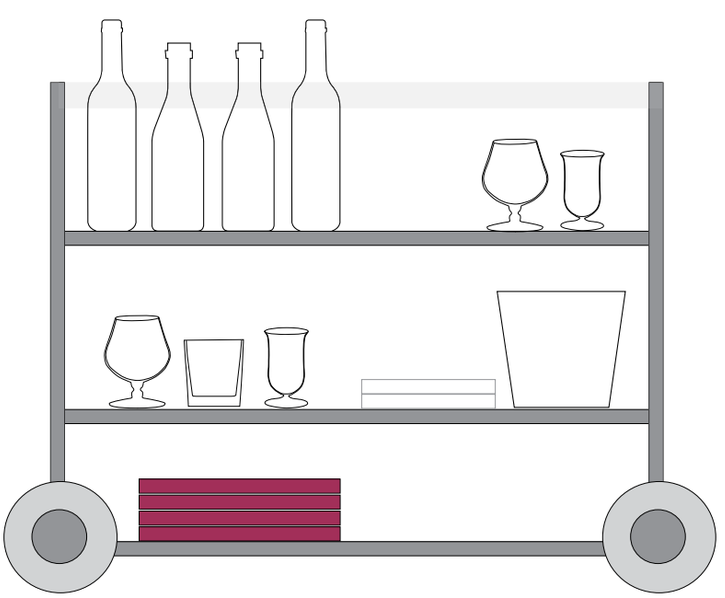
В роли дижестива также выступают послеобеденные («after dinner») коктейли. За исключением самых простых смешанных напитков (которые могут быть приготовлены с сервировочной тележки), они готовятся барменом в баре, затем переносятся на сервировочный столик и, наконец, в руках (а не на подносе) их подают к столу клиента.

В ресторанах высокой кухни подача дижестивов с тележки считается наиболее правильной.

Подача сигар. Подача сигар находится в исключительном ведении сомелье и производится в конце трапезы. Ее совмещают с предложением темных крепких напитков и коктейлей.

Оснащение дижестивной тележки

- ассортимент спиртных напитков и ликеров
- подходящие бокалы
- дозатор
- ведерко со льдом
- щипцы для льда
- салфетки
- карты напитков
- коробка с сигарами, спички, гильотинка (факультативно)



Бренд крупным планом

АрАрАт

Воплощение традиций и современности

На протяжении 120 лет коньяки Арарат сопровождают историю России, украшая столы высокопоставленных особ: от Императорского двора и дипломатических приемов до современных светских мероприятий и культурных проектов.

История

История армянского коньяка восходит к 1887 году, когда купец первой гильдии Нерсесс Таирян основал в Ереване винокурню по классической коньячной модели. По сей день на Ереванском Коньячном Заводе производят коньяки Арарат, опираясь на армянские традиции виноделия, мастерство дистилляции и современные стандарты качества.

Природные условия

Араратская долина, давшая приют местным сортам винограда, образована склонами потухших вулканов. Ее высота над уровнем моря (700 м), солнечный климат (300 безоблачных дней в году) и разнообразие почв наделяют виноград концентрацией, а также богатством ароматов и вкусовых оттенков.

Производство

Для получения коньяков Арарат используется двойная перегонка, позволяющая сохранить ароматы винограда и получить спирты, насыщенные фруктовыми нотами. Коньяки выдерживают в бочках из армянского дуба, древесина которого придает им ароматы ванили, орехов и шоколада.

Звездная линия

Линия звездных коньяков объединяет молодые коньяки гаммы Арарат.

Выдержанный три года **Арарат** ★★★ обладает свежими нотами лесных орехов и по традиции подается в чистом виде во время трапезы. **Арарат** ★★★★★, старевший в течение пяти лет, проявляет ароматы ванили с древесными оттенками.

Марочная линия

Коньяки Арарат, выдержанные от 6 до 10 лет, входят в Марочную линию. **Ани** раскрывает легкие цветочные и ванильные тона, будучи поданным на аперитив со льдом или в составе коктейля. **Отборный,** существующий с 1902 года, отличается яркими нотами порто и долгим послевкусием. **Ахтамар** послужит изящным дижестивом, издающим шоколадные и цитрусовые ноты.

Роскошная линия

Роскошная линия включает самые престижные коньяки. **Праздничный** – коньяк 15-летней выдержки, развивающий богатые ароматы сухофруктов и восточных специй, предназначен для дижестива и сопровождения десерта. Двадцатилетний **Наири** демонстрирует гармоничный букет из грецких орехов, кедровых нот, чернослива и зрелой груши, что предопределяет его для роскошного дижестива и сочетания с сигарой.

КАК ПРАВИЛО, ДИЖЕСТИВ ЗНАМЕНУЕТ СОБОЙ ПОСЛЕДНЕЕ ЗНАЧИТЕЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ СОМЕЛЬЕ В ХОДЕ ТРАПЕЗЫ. ЭТОТ МОМЕНТ ОСТАВЛЯЕТ ОКОНЧАТЕЛЬНОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ ОТНОСИТЕЛЬНО ЕГО КОМПЕТЕНТНОСТИ. ПОЭТОМУ СЕРВИРОВКА ДИЖЕСТИВА ИМЕЕТ СУЩЕСТВЕННОЕ ЗНАЧЕНИЕ И НЕ ТЕРПИТ НИКАКИХ ПОСЛАБЛЕНИЙ.

Бренд крупным планом

Grand Marnier®

Великое имя для великого ликера

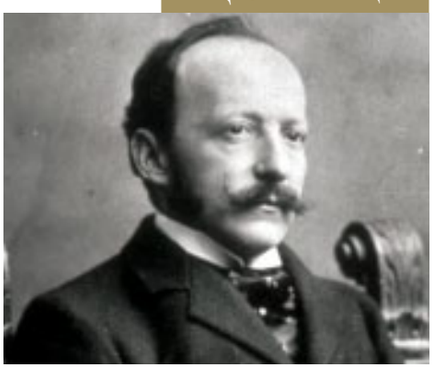
Рожденный в 1880 году во Франции близ Версаля, ликер Grand Marnier® является результатом исключительного сочетания выдержанных коньяков и эссенций горького апельсина с Карибских островов.

Ж. Б. Лапостоль

В 1827 году Жан-Батист Лапостоль основал неподалеку от Версаля винокурню для производства фруктовых ликеров. Его дочь вышла замуж за Луи-Александра Марнье, и этот брачный союз положил начало семье Марнье-Лапостоль.

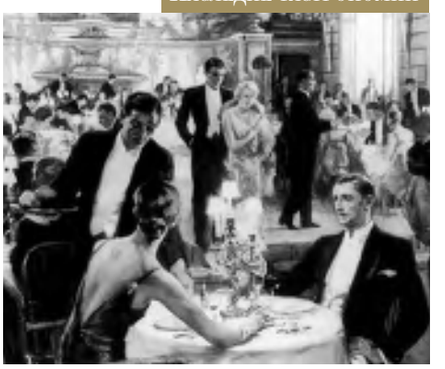
В 1880 году у зятя основателя Дома, Луи-Александра Марнье, появилась идея соединить мощь и сложность коньяка с тропическим искушением карибских апельсинов. Так возник знаменитый ликер, который вплоть до наших дней примиряет классику с экзотикой.

Цезарь Ритц



Луи-Александр Марнье играл активную роль в развитии французской гастрономии. Будучи давним другом Цезаря Ритца, он помог ему основать знаменитый отель Ritz на Вандомской площади. А Цезарь Ритц, попробовав знаменитый ликер, дал ему название, окрестив его Grand Marnier® («Великий Марнье»).

Наследие гастрономии



С тех пор бутылка Grand Marnier® с ее причудливыми изгибами напоминает о перегонных кубах коньяка и принадлежит к наследию французской гастрономии. Ликер подтвердил свое высокое качество, когда Эскофье включил его в свои многочисленные рецепты, которые сегодня продолжают использоваться почти повсеместно в мире.

Назначение

Наделенный таким славным и богатым прошлым, ликер Grand Marnier® является дижестивом, соединяющим престиж и удовольствие коньяка с апельсиновым соблазном. Он прекрасно подходит для сопровождения некоторых десертов, а его утонченный характер обогащает прикосновением изысканности и роскоши лучшие коктейли.

Кордон Руж

Grand Marnier® Cordon Rouge – оригинальный ликер, чья секретная рецептура остаётся неизменной с момента его создания в 1880 году. Ликер выдерживают в дубовых бочках, где он приобретает округлость и сложность. Grand Marnier® Cordon Rouge стал символом изысканности более чем в 150 странах мира.

Ликер **Louis Alexandre** был изготовлен в честь изобретателя Grand Marnier®. В отличие от других ликеров Дома, в нем меньше сахара и больше благородных коньяков.

Кюве «150-летие»

Кюве «100-летие» (Cuvée du Centenaire) создано в 1927 году по случаю столетнего юбилея Дома. Коньяки, входящие в его состав, происходят из виноградников Гранд- и Петит-Шампань.

Кюве «150-летие» (Cuvée du Cent Cinquantenaire) создано по случаю 150-летнего юбилея Дома Grand Marnier®. В нем сочетаются лучшие коньяки из Гранд-Шампани с эссенциями горьких апельсинов. Этот роскошный и изысканный дижестив можно также заказать и на десерт вместе с шоколадным тортом или с тирамису.

Глава
3.9

Сочетание вин и блюд

прощайте, традиции!

«В сочетании блюд с винами наступил конец традиций», – заявляет Филипп Фор-Брак. Удивляться нечему: в конце XX века на наши столы хлынула волна новых вкусов, и сегодня наши тарелки наполнены глобализацией.

Продукты и пряности со всех концов света встречаются со всеми винами мира, вступая в эфемерные, постоянно меняющиеся союзы. Более того, что бы ни говорили виноделы, сами вина претерпели существенные изменения. Если честно, то можно ли сравнивать современный Шато Ласкомб с прежним вином из Марго? Различие во фруктовости и плотности несопоставимо.

Новые вина требуют новых сочетаний

Новые уайн-мейкеры предлагают взрывоподобные вина, изготовленные из ягод, собранных при полной зрелости, с ароматами, обостренными преферментацией при низкой температуре, с ласкающей нёбо структурой, полученной благодаря микропузырьковому насыщению сусла кислородом, и это, не говоря уже о глобальном потеплении, которое коренным образом изменило характер вин (в среднем в Европе сроки сбора винограда в течение 5 последних лет сдвинулись на 2 недели вперед).

Наконец, изменились и вкусовые пристрастия потребителей, поскольку мы живем в эпоху небывалого разнообразия пищевых продуктов.

В таких условиях соблюдаемые поколениями сомелье правила сочетаний блюд и вин лопнули, как мыльный пузырь. Подумать только, еще десять лет назад подать красное вино к фуа гра казалось просто немыслимым!

Тем не менее, закат традиций не означает наступления анархии. Теперь альянс строится путем дедукции и дегустации вокруг тарелки и бокала. Прежде чем оказаться в меню ресторана, все сочетания должны систематически апробироваться.

Другой знаковый факт: для работы над сочетаниями шеф-повару приходится все теснее взаимодействовать с сомелье. При этом отсутствие сегодня четко определенных правил требует, чтобы оба они обладали тонким вкусом, для выработки которого необходимо основательное базовое образование. И лишь потом они смогут проявить полет фантазии, увлекая клиентов к новым горизонтам.

INSALATA
VINO
BIANCO
PASTA

ВАЖНЕЙШИЕ ПРАВИЛА СОЧЕТАНИЙ. ПЕРЕСМОТРЕННЫЕ И ИСПРАВЛЕННЫЕ

ДОГМЫ

АНТИДОГМЫ

ПРЕСНОМУ БЛЮДУ – НЕВЫРАЗИТЕЛЬНОЕ ВИНО

К пресноватому или содержащему не более двух основных вкусов блюду не следует подавать слишком экспрессивное и сложное вино. Правильнее будет предложить вино простое, легкое и легко пьющееся, чтобы вино и блюдо остались в одной тональности.

В действительности пресное или незамысловатое блюдо не сможет противостоять никакому вину. Почему бы в таком случае не отдать предпочтение вкусу вина и подать яркое вино, которое на фоне пресного блюда сможет проявить себя и доставить максимум удовольствия?

К ИЗЫСКАННОМУ БЛЮДУ – ЭЛЕГАНТНОЕ ВИНО; К РУСТИКАЛЬНОМУ БЛЮДУ – НЕДОРОГОЕ ВИНО.

К изысканному блюду больше подойдет высокое изысканное вино, в то время как простое деревенское блюдо зачастую с успехом сочетается с местным вином (Vin de Pays).

Это правило действует только в одностороннем порядке. К блюду молекулярной гастрономии следует подать утонченное вино. Но ничто не мешает подать высокое вино к рустикальному кушанью из кухни терруара. Вино – это тоже продукт земли, отражающий традиции местных жителей. Таким образом, выбор зависит от платежеспособности и пожелания клиента.

К СЫРУ ПОДАЕТСЯ ТОЛЬКО КРАСНОЕ ВИНО

В течение всего XX века к сыру рекомендовалось почти исключительно красное вино. В наши дни молодые сомелье заявляют, что к сыру подобает предлагать лишь белое вино. Несомненно, белые вина могут божественно сочетаться с сыром. Примером среди многих альянсов служит желтое вино Юры и выдержанный сыр Конте. Но что касается красных вин, то если исключить слишком ванильные и танинные напитки, то можно добиться крайне интересных результатов. Некоторые очень старые красные вина, избавленные возрастом от танинов, входят в чудесный резонанс с выдержанными сырами.

ИЕРАРХИЯ

Необходимо следовать правилу повышения класса вина и самое лучшее вино подавать к основному блюду.

Что есть самое высокое вино? Данное правило справедливо лишь в случае подачи вин одного происхождения, среди которых существует истинная иерархия. В подобном случае, действительно, гвоздем программы окажется старинное вино знаменитого года урожая, разлитое из почтенной бутылки к основному блюду. Затем логично перейти от высокого вина к сладкому или к выдающемуся крепкому напитку.

Но какая польза от всех этих правил, если сотрапезники решат заказать лучшее и наиболее подходящее вино к каждому блюду? Не так ли происходит чаще всего? Можно прекрасным образом начать с не слишком сладкого десертного вина, продолжить высоким сухим ароматным белым, затем перейти к мощному, сложному и зрелому красному, а закончить коньяком XO. Единственное истинное правило – избегать «сравнительных дегустаций», выбирая очень сильно отличающиеся друг от друга напитки.

ПОРЯДОК ПОДАЧИ ВИН

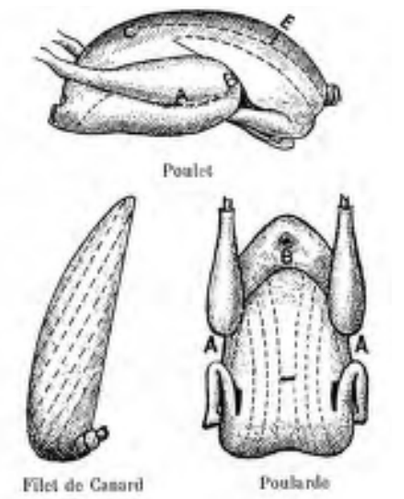
Белое вино подают раньше красного, сухое вино – раньше ликерного, молодое вино – прежде выдержанного.

Это столь же устаревшее правило, как и предыдущее, но оно продолжает соблюдаться многими сомелье. С моей точки зрения, оно мало отвечает современным реалиям и относится, скорее, к области культурных традиций (за исключением той его части, которая касается возраста вина). Проведенная в Бордо дегустация вслепую показала, что люди, не видя вина, путают его цвет. Тем не менее, известен факт, что в качестве аперитива сухое белое вино сильнее тонизирует, и посетители, как правило, предпочитают начинать с вина именно такого типа.

Однако некоторые закуски (например, на основе фуа гра) удачно сочетаются со сладкими винами. А вино ни в коем случае не должно мешать самовыражению шеф-повара. Поэтому закуски следует подавать с наиболее подходящим вином, чтобы потом перейти к вину другого типа. Однако не рекомендуется сразу идти в наступление на трапезу с самым старым вином, после которого, кстати, как и в предыдущем примере, потребуется сменить спектр ароматов, для чего будут уместны и ликерные вина, и высокие крепкие напитки.

БЕЛОЕ ВИНО ПРИХОДИТ НА ПОМОЩЬ СОМЕЛЬЕ

Сомелье должен всегда помнить, что в случае затруднений белое вино выручит его с большей эффективностью, чем красное. На самом деле в случае белого вина риск столкновения, полной дисгармонии вкусов значительно ниже. Высокое белое вино сможет сыграть свою игру даже с красным мясом. Больше сложностей вызовут белые вина с выраженными древесными тонами.

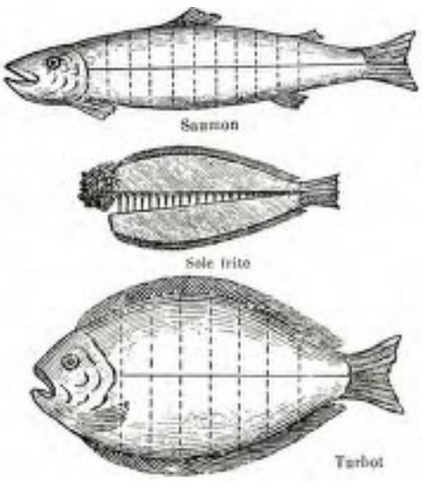


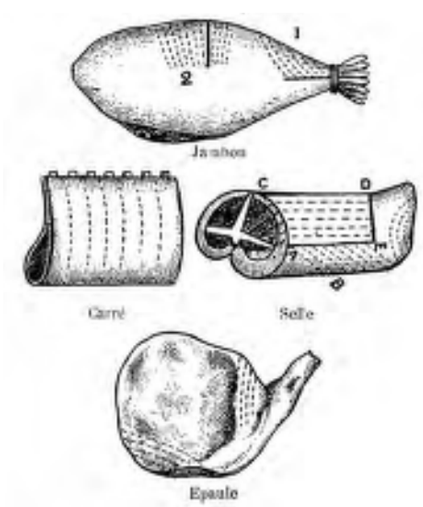
Место гастрономических сочетаний в деятельности ресторана

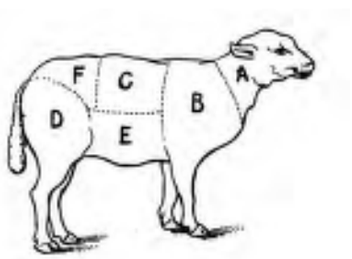
Сочетания блюд и вин должны занимать центральное место в деятельности ресторана. Именно этот союз возвышает труд шеф-повара. Отказаться от сочетаний – значит отказаться от значительной части удовольствия, которое способна доставить гастрономия. Это значит жить в одномерном пространстве. Это форма кулинарного аутизма. Страшная, но, к сожалению, распространенная болезнь. Потому что, несмотря на все свое значение, сочетание блюд и вин, тем не менее, остается золушкой в мире гастрономии.

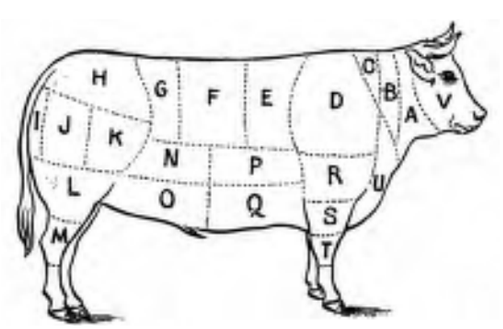
В чем же причина недостаточного внимания к данной области деятельности? В том, что она считается сложной. Полагают, что это сфера волшебников вкуса, посвященных в тайные правила сочетаний, недосягаемые для простых смертных.

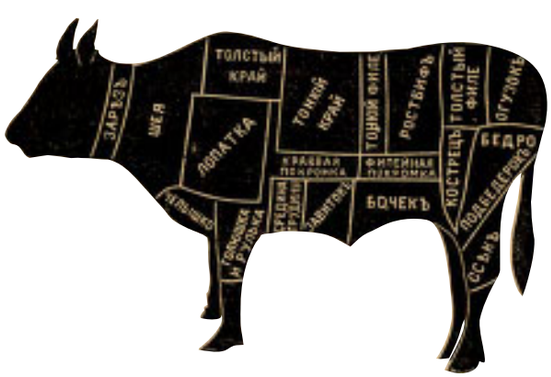
Все это более чем нелепо. Сочетание вин и блюд – логичная и понятная дисциплина, доступная каждому. Это творческий, игровой поиск удовольствия, ведущий к познанию универсальной истины, которым все мы можем заниматься. И для создания гармоничных союзов совсем необязательно быть светилом в области вин и гастрономии, поскольку, когда альянс удается, то он абсолютно ясен, блестящ и виден всем, словно маяк посреди океана.

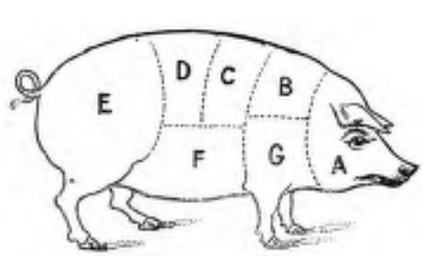












БЛЮДА – ВРАГИ КРАСНЫХ ВИН

Следует отдавать себе отчет в том, что возможность определенных сочетаний ставят под вопрос не ароматы вина, а его танины. Танины красных вин диссонируют с нежностью рыбы. Устрицы, другие ракообразные и блюда, содержащие кислоту или горечь, также неприемлемы для красных вин. Наконец, как и в случае с белыми винами, древесные и ванильные оттенки, как бы приятны они ни были на вкус, могут создать сложности в сочетаниях. Будьте осторожны!

«СОГЛАСИЕ БЛЮД И ВИН – ЭТО НЕ ТОЧНАЯ НАУКА. БЫВАЮТ МОМЕНТЫ, КОГДА НУЖНО ВСЕ ПУСТИТЬ НА САМОТЕК, ДАЖЕ ЕСЛИ ВНУТРЕННЕ ОЩУЩАЕШЬ НЕГОДОВАНИЕ; КЛИЕНТ – ЭТО КОРОЛЬ!»

КАТРИН АРНО-ВЮЛЕН,
СОМЕЛЬЕ ОТЕЛЯ «БРИСТОЛЬ», ПАРИЖ

Постоянный труд

Будьте внимательны – стабильных гастрономических альянсов не существует. Как говорит «патриарх» сочетаний Ален Сандеранс, они меняются, потому что эволюционируют, стареют вина, да и пищевые продукты не остаются неизменными. Следует регулярно, с ложкой в одной руке и с бокалом в другой, подправлять сочетания, которые считались устоявшимися, но, по сути, уже ушли в прошлое.

Роль карты вин

Очевидно, что для облегчения поиска сочетаний блюд с винами, первой задачей сомелье или ресторатора является внесение в карту вин, наилучшим образом подходящих к кухне шеф-повара. Данное правило ни в коем случае не должно становиться ограничением. И «винам для удовольствия», которые посетители оценят сами по себе, следует также отвести в карте достойное место.

В качестве примера приводим простую подборку из порядка 20 вин, предложенную известным сомелье Оливье Пусье (лучший сомелье мира 2000 года). Подобный ассортимент пригоден, чтобы удовлетворить большинство требований клиентов.

- Одно шампанское.
- Два белых вина для аперитива, хорошо утоляющих жажду.
- Три промежуточных белых вина, основывающихся на свежести и минеральности.
- Три богатых белых вина для благородной рыбы и белого мяса.
- Одно сладкое белое вино для голубых сыров и десертов.
- Три легких, питких, малотанинных красных вина. Это будут «компромиссные вина» (для гостей, заказавших разные блюда) или вина для легкой кухни и белого мяса.
- Три промежуточных красных вина для мясных блюд под соусом.
- Три мощных, танинных, выдержанных красных вина для дичи и выразительных блюд.

Масштабы данной подборки могут быть увеличены до 100 или 200 вин, с учетом того, что чем больше вин вы закладываете в погреб, тем значительнее становится доля вин с высоким потенциалом выдержки и тем предпочтительнее красные вина.

Летом указанный ассортимент следует дополнить розовыми винами.

Сочетания блюд и вин как стратегия ресторана

Вино для удовольствия

Обычные рестораны. «Вино должно доставлять удовольствие само по себе». Эта стратегия (или ее последствия) применяется во многих ресторанах. Как правило, в таких заведениях нет сомелье. Клиент выбирает то вино, которое ему нравится, или которое посоветует ему официант, не особо вдаваясь в подробности возможных сочетаний. То есть в таких ресторанах не ведется никакая работа по поиску гастрономических взаимодействий. Это сервис, сведенный до минимума.

В подобных ресторанах можно добиться большого прогресса, предлагая сет-меню, проводя промоушн-акции с рекомендациями по винам и обучив персонал предлагать вина определенных типов к блюдам определенных категорий.

Гастрономические рестораны. «Вино для удовольствия» также представляет собой стратегию, применяемую в некоторых ресторанах высокой кухни, где клиент может воспользоваться советами сомелье. В подобном случае подход несколько отличается от предыдущего. Принимается решение сознательно не работать над сочетаниями. Задача сомелье сводится к рекомендации вина, которое гарантированно доставит удовольствие само по себе новизной ощущений. Сомелье не будет искать идеального сочетания или даже компромисса. Его вмешательство ограничится случаями особо серьезной дисгармонии, способной испортить всю трапезу.

Подобный метод применяется в ресторане Spoon, с учетом того факта, что к блюдам кухни фьюжн трудно подобрать идеальную пару. В таком случае клиент наслаждается блюдом и вином по отдельности.

Преимущество подобного подхода заключается в том, что он позволяет сомелье выбирать вина лишь в соответствии с интересом, который они вызывают при дегустации, – вина, типичные для своего происхождения (приглашение в путешествие) и сорта винограда (приобщение к познанию характера). При таком методе предпочтение отдается винам не «гастрономическим», а «дегустаторским», которые произведут впечатление на клиентуру.

Недостаток этого метода состоит, главным образом, в том, что его применение дает, с одной стороны, вина с ярко выраженным характером, а с другой – утонченную кухню. Подобная ситуация может способствовать жестким лобовым столкновениям, которые нанесут ощутимый ущерб общему восприятию трапезы. Следовательно, такой подход заключает в себе определенный риск.

Совершенно парадоксальным образом сам факт отсутствия целенаправленного поиска специфических сочетаний требует чрезвычайно опытного сомелье, который постарается избежать явной несовместимости, балансируя между нейтральными сочетаниями и определенной гармонией.

ТРЮФЕЛИ И ВИНО

Трюфель – символ гастрономической изысканности – чрезвычайно востребован с древнейших времен. Этот подземный гриб чаще всего развивается на глубине от 5 до 50 см у корней дубов, тополей, лещины и других деревьев. Для поиска трюфелей используют собак, а в некоторых случаях, по старинной традиции, – свиней.

Существует несколько разновидностей трюфелей. В наибольшей мере ценятся белый трюфель Альбы, встречающийся в итальянском Пьемонте, и черный трюфель, произрастающий в южных областях Италии, Франции и Испании.

По поводу сочетания трюфелей с вином бытуют, как минимум, два мнения. Оливье Пусье, лучший сомелье мира 2000 года, лаконично обрисовывает ситуацию: к белому трюфелю – белое вино (требуется что-то минеральное, нервное и пронзительное); к черному трюфелю – красное вино, поскольку он обладает более выраженными ароматами гумуса и грибов. С другой стороны, Бруно Клеман – владелец известного провансальского ресторана Chez Bruno и признанный мэтр трюфелей во Франции – подчеркивает тот факт, что трюфель в большинстве случаев не употребляется отдельно, а входит в состав блюда. Поэтому тип вина подбирается, в первую очередь, в зависимости от блюда. Так, к рыбе или птице подается белое вино, к мясным блюдам – красное, а к закускам или дарам моря (например, морские гребешки с трюфелями) – шампанское.

Что касается белых вин, то для оказания почестей трюфелям следует предложить высокие имена: Мерсо, Монраше, белое Эрмитаж… К более жирным рыбным блюдам подойдет молодое Сансер или Шабли. Если речь заходит о фуа гра с трюфелями, то общепризнанным кандидатом здесь является Шато д'Икем. Белый трюфель допускает величественные сочетания с шампанскими лучших лет урожая и, по возможности, с кюве Blanc de Blancs.

Что касается красных, то здесь пригодны только выдержанные вина со сглаженными танинами и ароматами подлеска и гумуса. Следует избегать вин с привкусом ванили и со слишком древесными тонами, которые могут свести к нулю любую попытку сочетания. И наоборот, старые Помроль, умудренные Сент-Эстеф и успокоившиеся Пойяк могут сотворить чудо. Точно так же, как и высокие вина Котде-Нюи или Шатонеф-дю-Пап. К белым трюфелям Альбы можно подать Бароло, если только блюдо способно противостоять подобному вину.

Бармен Колин Филд предлагает нам трюфели в виде напитка – коньячную настойку на трюфелях. После многочисленных экспериментов с арманьяком, не показавших необходимых результатов, он сумел создать коньячную настойку на трюфелях, настояв 700 мл коньяка на 70 граммах измельченных трюфелей в течение трех недель. Полученный нектар, продающийся по цене 50 евро за 40 мл, сделался последним криком моды в «Ритце». Продегустировав его, сомелье Филипп Фор-Брак заявил, что «мы столкнулись с величайшим открытием, сопоставимым по значимости с изобретением Кира».

Поиск трюфелей.
Французская гравюра, 1868 год.

Сезон трюфелей в бутике-ресторане La Maison de la Truffe, площадь Мадлен, Париж.

Стратегия наилучшего компромисса

Девяносто процентов всех трудов сомелье составляет поиск наиболее приемлемого компромисса между винами и блюдами. Существуют два типа компромиссов, которые делают задачу тем более сложной, если учесть, что в распоряжении сомелье имеется не более пяти минут, чтобы очертить круг потребностей своих клиентов.

Первый компромисс состоит в поиске общего знаменателя между личными предпочтениями клиента и их соответствием заказанному блюду.

Экстремальный случай – клиент, употребляющий только красное вино и заказавший дары моря. Но временами подобный компромисс отыскать нетрудно. Пример мы видим в «Серебряной Башне»: он относится к знаменитой утке с кровью. «Утка – чудесное существо», – говорит сомелье Давид Риджуэй. – «Она приемлет множество вин. Бургундские, ронские Кот-Роти, Бордо (правый берег – для дам, левый – для господ). Выбор осуществляется в зависимости от предпочтений клиента и не многое изменяет в сочетании, которое всегда остается превосходным». Но следует отметить, что не все блюда столь универсальны.

Другой компромисс создает больше сложностей. Речь идет о поиске сочетаний в случае, когда несколько сотрапезников заказали разные блюда. В результате подбор вина превращается в неразрешимую головоломку. В подобных случаях одно компромиссное вино, устраивающее (более или менее) всех присутствующих, было бы наилучшим решением. С другой стороны, это нелегкая задача, решать которую сомелье чаще всего приходится в одиночку.

В подобной ситуации есть два выхода из положения.

1. Сомелье находит компромиссное вино, которое может подойти всем, не вызывая негативных взаимодействий, например, достаточно богатое белое вино, которое одинаково хорошо сочетается с рыбой и мясом некоторых видов, или, наоборот, малотанинное и свежее красное, которое подойдет и к мясу, и к некоторым видам рыбы. И уж затем среди подобных вин он подбирает то конкретное вино, которое в наибольшей степени соответствует личным вкусам клиентов.

2. Если разница в блюдах столь велика, что подобное обобщение невозможно, сомелье предупреждает клиентов и отделяет одного (только одного) гостя, блюдо которого создает больше всего проблем. Он предлагает ему вино по бокалу, а затем возвращается к остальным с наиболее подходящим предложением.

Поиск идеального сочетания

Поиск идеального сочетания – совершенно самостоятельный труд, столь же важный, как и создание рецепта блюда. Кстати, сочетание обязательно разрабатывается в сотрудничестве с шеф-поваром, чтобы вино столь же соответствовало блюду, как и блюдо – вину. Многие сомелье находят такой подход более удобным, чем самую изощренную стратегию компромисса. Со своей стороны, шеф-повар и владелец ресторана Ален Сандеранс полагает, что он позволяет ему лучше контролировать работу сомелье. В самом деле, проще заранее обдумать определенные удачные сочетания, чем изобрести экспромтом за несколько минут компромисс, который совсем не обязательно приведет к ожидаемому результату.

Подобный поиск зачастую вынуждает работать с подачей вина по бокалам.

Поиск близких к идеалу сочетаний с вином, подаваемым бокалами, в наше время распространяется по всему земному шару, благодаря простоте применения. Изначально метод был задуман для ресторанов с гастрономическими амбициями, но, в конце концов, обрел применение в ресторанах всех типов, и даже в тапас-барах. С учетом количества вин, присутствующих на рынке, создание идеального сочетания сделалось не столь уж сложной задачей, а результат всегда оказывается более чем достойным. И, наконец, такой метод позволяет значительно увеличить продажи вина.

Принцип подобного сочетания несложен. Он заключается в подборе к каждому блюду бокала вина, сочетаемость с которым близится к идеалу. Чаще всего предлагаемое вино указывается прямо в меню. Такое вино, разумеется, должно обладать выраженным характером, быть типичным для своего происхождения и сорта винограда. Для подобных экзерсиций отлично подходят и сладкие, и ликерные, и крепленые вина, такие как порто, а также крепкие спиртные напитки, такие как коньяки и виски.

Неоспоримый мировой лидер в том, что касается сочетаний вин и блюд, Ален Сандеранс уточняет: «В наши дни в мире существуют исключительные молодые, но уже готовые к потреблению вина, великолепно сочетающиеся с произведениями высокой гастрономии». И действительно, более чем когда бы то ни было бордоские вина нового типа, а также сочные и фруктовые вина Нового Света способствуют возникновению новаторских сочетаний. Но существует и обратная сторона медали: эти выразительные вина не терпят ни единой фальшивой ноты. Поэтому в других случаях, как отмечает Ален Сандеранс, «более скромное вино, не самого выдающегося года урожая, сумеет заставить оценить себя и сделаться необходимым. Не стоит забывать о винах большей выдержки, менее ярких, но более сложных. Не следует забывать, что сложность вина – его

Ги Савуа – шеф-повар, награжденный тремя звездами Мишлена.

основной козырь в сочетании с блюдом».

Параметры сочетания блюд с винами

Блюда и вина, как правило, сочетаются по одному или нескольким параметрам.

• **В ароматическом отношении.** Как правило, подобное сочетание легче всего предстает в воображении. Например, ароматы красных плодов соуса с ягодами имеют шанс составить удачное сочетание с нотами черники и черной смородины красного вина.

• **В соотношении равновесия кислотность/сладость.** Например, выпаренный с вином соус подчеркнет кислоту белого вина. Поэтому зачастую к подобным блюдам требуется белое вино невысокой кислотности. Другой пример касается сладости: вино с остаточным сахаром гармонично сочетается с кисло-сладкой азиатской кухней.

• **По объему и плотности во рту.** Блюдо из плотного мяса требует танинного вина, и напротив, к конфитному мясу потребуется более мягкое вино. Мясные волокна блюда сопоставимы с винными танинами.

• **Температура.** Поскольку температура прямо влияет на восприятие вина, ее роль в сочетании очевидна. В случае крепких напитков эта роль еще заметнее.

Типы взаимодействия между вином и блюдом

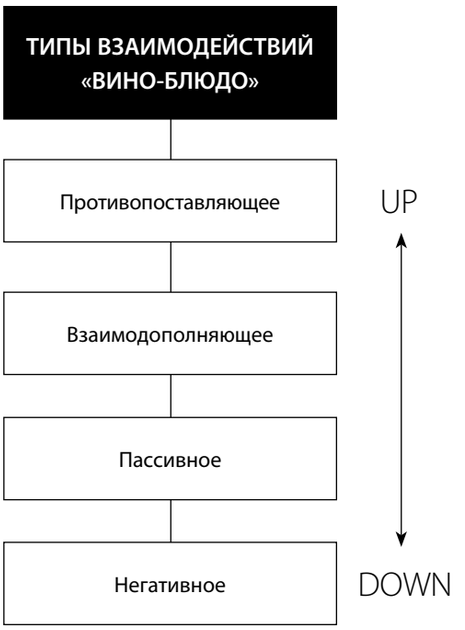
• **Негативное сочетание.** Вино наносит ущерб качествам блюда или блюдо подчеркивает неприятные качества вина (например, металлический привкус красного вина в сочетании с уксусной заправкой для салатов). Сомелье обязан любой ценой избегать подобных сочетаний.

• **Пассивное сочетание.** Собственно говоря, это отсутствие сочетания, но без фальшивой ноты. Ощущения от блюда и вина не создают гармонии, но и не мешают друг другу. Пассивное сочетание не вдохновляет, но оно – меньшее из зол. Если нескольким сотрапезникам подают одно и то же вино, то одно или два пассивных сочетания на стол из четырех-шести гостей – не худший результат.

• **Дополняющее сочетание.** Союз основан на резонансе между блюдом и вином. Создать подобное сочетание проще всего, и оно позволяет без особого риска добиться впечатляющих результатов. Пример: йодистые ноты устриц и вина Мюскаде сюр Ли.

• **Сочетание по противопоставлению.** Как правило, именно в таких случаях возникает идеальное сочетание. Противостоя друг другу, вино и блюдо обретают равновесие. Танины молодого и мощного красного вина тают при соприкосновении с душистой жировой прослойкой беллотского окорока, создавая совершенно новое равновесие, далеко превосходящее простое сложение двух ощущений. Закуска, включающая кислые фрукты, сплавится с высоким белым ликерным вином.

Следует отметить, что сочетание по противопоставлению не исключает сочетания по дополнению. Возможно дополнение по ароматам и противопоставление по структуре, сладости или кислотности, что позволяет еще больше повысить общий уровень гастрономического союза.



КРАШ-ТЕСТ ВИНА И ЕДЫ

Бытует мнение, что некоторые блюда совсем не поддаются винам. Приводим несколько примеров выхода из положения, в тех случаях, когда это возможно.

Заправка с уксусом

Заправка для салатов с уксусом – единственный компонент, с которым невозможно корректное сочетание с вином. Будучи чрезвычайно распространенной, она пресекает на корню многие альянсы. В конечном счете, салат в качестве закуски, как это часто практикуется в Европе, – прекрасная мера для снижения потребления вина, которая, несомненно, придется по душе сторонникам сухого закона. В действительности тотальному запрету подлежат лишь красные вина, и, если возникнет необходимость рекомендовать вино, то оно должно быть белым, предельно легким и тонким, с хорошим уровнем кислотности. Например, выйти из положения, не слишком ударив в грязь лицом, позволит бургундское Алиготе Бузрон.

Свежие овощи

Сразу исключим случай, когда заправка овощей содержит уксус. Если речь идет о небольшом ассортименте свежих овощей, приправленных не слишком кислым соусом, к ним можно подать белое, свежее и кислотное вино.

Яйцо

Белок яйца легко входит в сочетания, но, с вкусовой точки зрения, не слишком интересен. Проблемы возникают с желтком. В качестве универсального выхода к яйцам можно предложить розовое вино. Но для достижения более точного соответствия вино выбирают в зависимости от способа приготовления яиц.

Яйцо с черной икрой требует белого шампанского. К яйцам, фаршированным трюфелями, подойдут высокие белые вина, например, Монраше или Мерсо. Яйца в соусе меретт (традиционный бургундский соус, включающий бургундское красное вино) требуют достаточно мягкого красного вина Бургундии.

Чеснок

Чеснок, прошедший термическую обработку, способен входить в сочетания с множеством вин, как красных, так и белых, в зависимости от способа приготовления и основной составляющей блюда. Катастрофа для вина – свежий чеснок. В то же время практика показывает, что и из этой ситуации есть выход: гренки с чесноком в рыбной похлебке достаточно прилично сочетаются с белым провансальским вином Кассис. Можно воспользоваться другими несколько более ароматными винами Сардинии из сорта Верментино, а также розовыми винами или, почему бы и нет, греческими винами типа «ретцина», но осовремененными (у которых привкус смолы изящнее). Если чеснок ощущается более резко, некоторые сомелье рекомендуют более мощные вина, очень живые и несколько сладковатые, такие как, например, луарское Кар де Шом.

Спаржа

Блюда со спаржей принято считать превосходными «виноубийцами». А ведь можно подумать, что кухня элитных ресторанов состоит только лишь из одной спаржи! На самом деле спаржа достаточно прилично сочетается с белыми, легкими и кислотными винами.

Зеленая фасоль

Вот блюдо, которое никто не упоминает, но которое при этом – одно из самых вредоносных в отношении сочетания с вином. Ничто так не разрушит вино, как фасоль. При своей безобидной внешности зеленая, хрустящая фасоль – настоящий враг вина. Легкое белое вино могло бы несколько смягчить столкновение, но, поскольку фасоль часто входит в состав гарнира к красному мясу, и, более того, в нее добавляют чеснок, любое сочетание становится невозможным. В конечном счете, лучше удалить фасоль из меню и приберечь ее для себя за полезные для здоровья свойства.

MARTINI
1863
MARTINI & ROSSI
MARTINI
TORINO
Asti
SPUMANTI
MARTINI
MARTINI
Asti
D. O. C. G.

Бренд крупным планом

МАРТИНИ АСТИ

В эпицентре торжества

Появляющееся на свет в престижной провинции Асти, в итальянском Пьемонте, Martini Asti обладает изысканным вкусом и праздничным характером, что позволяет оценить его, как на аперитив, так и на десерт, в атмосфере дневного торжества или светской вечеринки.

ОСНОВАТЕЛЬ

Прежде чем стать создателем вермута, которому предстояло завоевать весь мир, Алессандро Мартини был производителем вин в округе итальянского города Турина. И когда около 1870 года он изготовил игристое вино Spumante, которое впоследствии стало называться Martini Asti, он возвратился к истокам своего первого призвания виноградаря и винодела.

ВИНОГРАДНИК

Martini Asti получают в провинции Асти, на северо-западе Италии, в четко очерченной зоне, которая удостоилась престижного наименования DOCG – самого высокого в итальянской иерархии.

МУСКАТ

Martini Asti принадлежит к категории Spumante, то есть игристых вин очень древнего происхождения. В IX веке до нашей эры Гомер упоминает о них в Илиаде.
Для создания Martini Asti используют виноград сорта Мускат Белый, природная сладость которого обеспечивает сладость вину.

ПРОИЗВОДСТВО

Martini Asti изготавливают в соответствии со строгими правилами производства, что позволяет получить игристое вино высокого качества. Чтобы сохранить восхитительный и хрупкий вкус Муската, Martini Asti изготавливают особым методом. Второе брожение в бутылке не применяется, поскольку оно было бы фатальным для деликатных ароматов винограда. Поэтому Martini Asti приобретает свои утонченные и нежные пузырьки во время первого брожения.

ПОДАЧА

Элегантное игристое вино с интенсивными ароматами тропических фруктов, раскрывающее вкус персика и абрикоса и сочетающее мягкость со свежестью цитрусовой цедры, Martini Asti можно подать на аперитив, а благодаря его нежной сладости – и на десерт. Оно прекрасно сочетается с тортами, фруктовыми салатами и мороженым.
Оптимальная температура подачи Martini Asti составляет 5–7°C.

УПОТРЕБЛЕНИЕ

Martini Asti – это желанная компонента для многочисленных коктейлей. Среди них Martini Spritz – классический коктейль в Италии:
- положить в бокал несколько кусков льда
- налить 1/3 Martini Rosso или Martini Bianco
- добавить 2/3 Martini Asti
- украсить четвертинкой апельсина.

РЫБНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ

Когда в 1872 году Альфред Прюнье открыл в Париже свой первый ресторан, Россия стала играть ключевую роль в его жизни, и, как следствие, в судьбе последующих поколений семейства Прюнье. Одной из первых посетительниц ресторана стала княгиня Долгорукая, у которой когда-то служила гувернанткой супруга Альфреда Прюнье. Княгиня явилась со всей своей свитой, и некоторое время спустя говорили, что представителя Императорского двора можно было встретить в ресторане с той же вероятностью, что и в Санкт-Петербурге. Чтобы удовлетворить запросы сиятельных клиентов, Альфред Прюнье специализировался на черной икре из России. После его смерти семейную традицию продолжил сын Эмиль, который даже сумел добиться мировой монополии на вывоз икры из России.

Эмиль Прюнье, прорицатель и практичный предприниматель, быстро осознал все трудности, возникающие при поставках столь редкого продукта. А узнав, что в устье Жиронды, неподалеку от Бордо, водятся осетры, он сразу же задумался о продаже французского черного золота.

В 1924 году Эмиль открыл роскошный ресторан в стиле Ар деко на авеню Виктора Гюго, который с тех пор стал легендарным и продолжает предлагать элитарной клиентуре из Франции и со всего света морские сокровища во всех формах и проявлениях.

Продукты

Сегодня в Доме Prunier правит кухней шеф-повар Эрик Куазель, творящий чудеса утонченной гастрономии. Но наибольшее внимание продолжает уделяться продуктам, прошедшим наименьшую обработку. К черной икре добавились два других специалитета, превративших ресторан Prunier в уникальное заведение.

При очистке от песка пролива, отделяющего остров-скалу Мон-Сен-Мишель от берегов Нормандии, были обнаружены широко расставленные подпорки старинной устричной фермы. Как выяснилось позднее, среди ее клиентов значился царь Николай II. Старинное хозяйство было возрождено, и Дом Прюнье включил в свое меню выращенные в открытом море «царские устрицы» с йодистым и концентрированным вкусом.

В центре внимания Дома пребывает также лососевый балык. Разумеется, в России всем известна рыба, закопченная подобным способом. Прюнье, подчеркивая свои отличия, готовит лососину на основе рецепта, полученного от сына коптильщика Императорского двора. Копчение требует глубокого знания дела, сочетания дров разных древесных пород, которые вместе с солью сообщают лососине все ее свойства. Дом Прюнье использует каменную соль, что дает нежную, тающую во рту рыбу без «резиновой корки» – словом, настоящий изыск.

Изысканный сервис и черная икра, классика и современная организация пространства вокруг барной стойки – таковы козыри Дома Prunier, которые нашли отражение на обложке меню (вверху).

Первый ресторан Prunier на улице Дюфо в Париже (вверху слева) предлагал черную икру и стал излюбленным местом русских аристократов.

Лососевый балык и белое вино с древесными ароматами (слева) – удачный гастрономический аккорд.

Сопутствующие напитки

Для сопровождения блюд, заслуживающих в силу своего статуса особого отношения, винная карта Прюнье включает вина, шампанские и водки. Главным козырем в поисках наиболее разумных сочетаний является, несомненно, деятельность шеф-повара Эрика Куазеля, получившего образование в школе Сандеранса. Приведем несколько советов директора ресторана Жан-Пьера Эсмилера, который одновременно является и сомелье.

Устрицы. Устрицы требуют живого и свежего вина, а достижению высшей гармонии поможет легкая йодистая согласованность. Можно рекомендовать белые вина из сорта Шенен Блан, например, анжуйское Шато де Фель, или же, в классической манере, вино из сорта Совиньон. Но, если вы ищете более законченное сочетание, следует принять во внимание особенности устрицы. Если речь идет о мелких устрицах Фин де Клер, которые проводят определенное время в пресной воде, то их нежность хорошо подчеркнет вино на основе Шардоне. И наоборот, чем жирнее и насыщеннее вкусом устрица, тем более живым должно быть вино.
Из шампанских предпочтителен Блан де блан.

Лосось. Копченая лососина обладает нежной структурой и тонким, деликатным ароматом. Поскольку шеф-повар Эрик Куазель режет ее крупными кусками, во рту оказывается много «материала», который следует облегчить соответствующим вином. Благодаря копчению, лососевый балык отлично гармонирует с древесными белыми винами. Следует всегда проводить предварительную дегустацию, поскольку легкие различия в степени копчения, текстуре лососины или живости и древесности вина способны сместить хрупкое равновесие.

Черная икра. Икра обладает чрезвычайно сложным вкусом с оттенками лесного ореха, которые априори гармонируют с белыми винами, умудренными и усложненными возрастом. Но, кроме того, вино должно иметь достаточную кислотность. Пару самой утонченной икре могут составить выдержанные белые бургундские вина. Но если икра более жирная, с более выраженным вкусом, то больше шансов добиться идеального сочетания с помощью старого шампанского с совсем мелкими пузырьками и доминирующим сортом Шардоне.

Само собой разумеется, что ко всем трем продуктам прекрасно подходит водка, даже если здесь и нельзя говорить о настоящем гастрономическом сочетании.

ЧЕРНАЯ ИКРА – КОНЕЦ ЭПОХИ

В наше время черная икра – предмет моды и роскоши. Разумеется, она была таковой, если и не всегда, то – с давних пор. Но, по-видимому, в последнее время начали задумываться о ее ограниченных запасах и об ущербе, который человеческий аппетит наносит природе. Напомним, что в России вступил в силу запрет на добычу «дикой» черной икры. Первым следствием указанных мер стал рост цен, которые в наши дни достигли апогея.
В издании «Французский путешественник» («Le Voyageur François»), вобравшем путевые заметки французов, путешествовавших по России, можно найти датируемое 1747 годом одно из первых точных описаний процесса приготовления икры, которую на территории России потребляли, по меньшей мере, с XV века. «Черная икра, которая свозится из всех краев, и которую обитатели Севера едят с огромным удовольствием, делается из икры осетров; ее мажут на хлеб, как масло, и внешне она напоминает зеленое гамбургское мыло. Московиты ее потребляют в больших количествах. Вот как готовят этот род сыра: как только осетра поймали, его икру моют белым вином. Затем ее немного подсушивают на солнце. Потом помещают вместе с солью в сосуд, пронизанный небольшими отверстиями, и давят руками. Затем ее раскладывают по бочкам. Лучшая икра производится на Волге близ Астрахани, откуда ее отправляют в Испанию, Португалию и в Италию. Это рагу, в состав которого входит также лук, уксус, масло и перец, в момент подачи возбуждает аппетит. Но чтобы оценить его, к нему надо привыкнуть».
Сходные описания изложены и в основополагающем труде французской гастрономии «Королевский повар» («Le Cuisinier du Roi»). В изданиях, опубликованных после 1800 года, сказано: «Черная икра нравится только русским, итальянцам и лицам, путешествовавшим в тех краях. Ее едят на тартинках поджаренного хлеба с рубленым луком и посыпают перцем».
Наконец, французский очевидец господин Муане, путешествуя по Волге в 1864 году, уже предвидел массовое истребление осетров и побуждал к раздумьям о возможности их искусственного разведения. Вот что он написал в журнале «Вокруг Света» («Le Tour du Monde»): «В течение часа рыбаки поймали около сотни осетров, один из которых достигал столь колоссальных размеров, что для него оказалось недостаточно одной лодки. Его подняли в просторную комнату, и, разбив ему голову, вспороли брюхо. Бойня продолжалась около четверти часа. А затем началось приготовление икры».

La Volga : Pêche de l'esturgeon. — Dessin de Mayné.

УЖИН С ШАМПАНСКИМ

Обед или ужин с шампанским – всегда особенный момент. Сотрапезники получают доступ к нематериальной стороне гастрономии, которая обращена к разуму в той же мере, что и к желудку. Кроме того, можно быть уверенным, что скучно не будет. Таковы побочные эффекты шампанского: одно лишь его присутствие может гарантировать доброе согласие и хорошее настроение за столом. Далее представлены вертикальные гастрономические сочетания с шампанским Дома Mumm, созданные знаменитым сомелье Филиппом Фор-Браком для специального ужина в его парижском ресторане Bistrot du Sommelier.

Mumm de Cramant – *Амюз буш*

Всякий ужин следовало бы начинать шампанским. Прочищая горло, оно лечит душу. Сколько утонченности в этом адажио поднимающихся пузырьков, в этом романсе, зарождающемся между шампанским и сотрапезниками! Закуски – всего лишь предлог. Легкое, нежное, богатое, слегка сливочное Mumm de Cramant объединяет в себе все превосходные степени, концентрируя их в тонкости. Над столом витает ощущение счастья.

Филипп Фор-Брак после дегустации сам установил порядок подачи шампанских. Его нельзя назвать традиционным, но именно здесь проявляется мастерство сомелье. После Mumm de Cramant «Кордон Руж» позволяет сменить тональность и партитуру.

Mumm Cordon Rouge & Mumm Grand Cru – *Лазанья с фуа гра и репой конфи, эмульсия из утки*

Сухое, фруктовое, сочетающее тонкость и убедительность шампанское Mumm Cordon Rouge обладает живостью, необходимой для сопровождения изысканного блюда, некоторая маслянистость которого могла бы повредить винам, страдающим недостатком структуры. Из данной ситуации «Красная лента» выходит с честью.

Со своей стороны, Mumm Grand Cru придает альянсу элегантность, тонкость и проявляет четко вылепленный характер высокого вина. При изящных пузырьках и нежном букете шампанское обнаруживает во рту мощь и интенсивные ароматы, которые тонко переплетаются с теплой фуа гра. А бодрящие пузырьки оживляют маслянистую структуру блюда.

Mumm 1999 – *Дуэт сибаса и телятины под соусом из шампанского и ракообразных с зимним гарниром*

Возраст – лучший друг шампанского, которое умеет побеждать в схватке со временем. 99 год – не столь отдаленный, но за этот срок Mumm 1999 сгладило свой характер, укрепив индивидуальность. С блюдом, созданным специально для него, гармония очевидна. Подобным блюдам не подходит более молодое вино. Залогом успеха служит сложность Mumm 1999, закрепленная несколькими годами, проведенными в бутылке.

Mumm Rosé – *Розовый миндальный макарон, легкий крем с ванилью Бурбон и личи, малиновый шербет*

Ужин завершается композицией, достойной как в отношении цвета, так и в плане вкуса. Ингредиенты десерта один за другим находят отклик в розовом Mumm, образуя превосходное сочетание.

В 1876 году представителя торгового Дома Mumm в Париже посетила блестящая идея. «Наградите ваши бутылки Орденом почетного легиона», – предложил он Жоржу Эрману фон Мумму, – «и предоставьте их лучшим клиентам». Этот всплеск юмора, гениальный «маркетинговый» ход воплотился в обвивающую горлышко красную шелковую ленту, удерживаемую овальной этикеткой с надписью «Cordon Rouge». Красная лента напоминает Большую ленту Ордена почетного легиона, которую носят Президенты Французской республики. Несколько позже непрактичную шелковую ленту сменила широкая красная диагональная полоса на этикетке.

От погреба до кухни: поиск идеального сочетания

Когда вино включено в карту и предназначено для сочетания с определенным блюдом, высококлассные шеф-повара дорабатывают его рецепт, чтобы окончательно подстроить блюдо под вино, ведь изменить вкус вина не представляется возможным.

Чем более точным окажется выбор сомелье, тем меньше потребуется вмешательства шеф-повара, но совсем без него обойтись не удастся. Необходимо проконтролировать кислотность соуса, поэкспериментировать с пряностями и если потребуется, приглушить ароматы, чтобы не забивать вино. Таким образом, как правило, все упирается в приправы.

Приводим несколько вариантов доработки блюд, которые предлагает Ален Сандеранс в своей книге «Вино и стол» («Le Vin et la Table»).

«Возьмем, к примеру, бланкет из телятины. Он будет плохо сочетаться с ароматным красным вином, особенно древесным. К нему больше подойдет белое бургундское. Соус этого блюда (желток яйца, сливки и лимон) делает возможным подобное сочетание. Если же вы желаете красного вина, замените лимон уксусом из старого вина. Для того чтобы подать эльзасское Пино Гри, добавьте немного лука и паприки. Для Рислинга сохраните лук, но приправьте блюдо тмином. Со щепоткой тмина, но без лука, подойдут Кондриё или белое Шатонеф-дю-Пап.

Проведите два нижеследующих эксперимента: возьмите рыбу, зажарьте ее и разделите на две части. Полейте первую оливковым маслом, посыпьте фенхелем, рублеными оливками и ароматическими травами. Вы добьетесь превосходной гармонии с белым Шатонеф-дю-Пап. Сходство текстур подчеркивается общими ароматическими нотами.

Вторую часть рыбы залейте соусом из сметаны с грибами. Нос сам поведет вас в направлении Шабли или другого бургундского. Перестройте гастрономические пары, и, мне кажется, вы заскрипите зубами…

И, наконец, вы полагаете, что гарниры не играют никакой роли? На самом деле они способны сломить ощущения от вина. Лучший пример – это фасоль. Зеленая и хрустящая, она усиливает танины. И это не единственный пример: пюре искажает вино, грибы не сочетаются с молодыми винами. Что же до соусов вообще, они имеют обыкновение преувеличивать древесные и ванильные оттенки вина, смещая его равновесие».

КОКТЕЙЛИ И FOODING*
КОМБИНАЦИЯ ВКУСОВ

Коктейли могут сопровождать блюда с тем же правом, что и прочие напитки, поскольку они имеют общую суть: и коктейли, и блюда – это, в первую очередь, уникальный рецепт, а также умение воплотить его в жизнь. Поэтому коктейли в сочетании с гастрономией требуют более тесного сотрудничества бармена и шеф-повара.

Аперитивы

Наиболее естественной представляется ассоциация коктейля с «твердым» аперитивом. Огромный выбор пряных, маринованных тапас с выразительным вкусом легко вступает в союз с коктейлями. Приводим несколько правил, определяющих наилучший подход к сочетаниям между коктейлями и закусками.

• Следует ограничить содержание сахара в коктейле. В настоящее время остается лишь сожалеть о том, что коктейли становятся все слаще. Для удачного альянса с тапас очень важно снизить сладость напитка.

• Коктейль не должен быть густым. Смешанные напитки, нефильтрованные или приготовленные в блендере, непригодны для сочетаний с тапас. Есть два блюда одновременно невозможно. Подобные коктейли лучше оставить на десерт.

• Чем более соленой, пряной или зажаренной будет закуска, тем более крепким, кислотным и выразительным во вкусе должен быть коктейль.

Коктейль Singapore Sling и суши,
Buddha Bar, Париж.

* Слово Fooding – производное от food и feeling – получило пропуск в свет благодаря Эманюэлю Рубену, главному редактору французского журнала L'Optimum. Оно означает менее формальное отношение к гастрономии.

Бренд крупным планом

COINTREAU

150 ЛЕТ АВАНГАРДИЗМА

Винокурня Cointreau была основана в 1849 году. А в 1876 году сын основателя Эдуар Куантро изобрел свой знаменитый ликер. С тех пор он стал непременным атрибутом баров и ресторанов планеты.

ПРОШЛОЕ

Используя затейливую смесь сладких и горьких корочек апельсинов, выращенных в тропических странах, Эдуар Куантро создал ликер более крепкий в алкоголе и содержащий меньше сахара, чем напитки его конкурентов. Он представил свой напиток в небольшой бутылке с закругленными углами и тем самым заложил основу всемирного успеха Cointreau, который никогда не оспаривался.

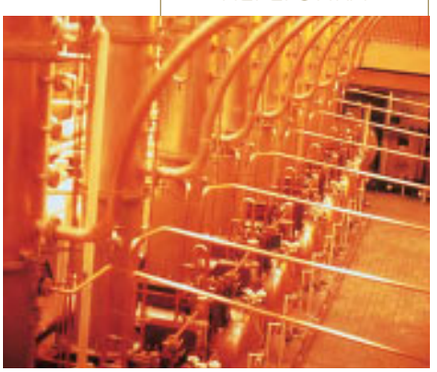
НАСТОЯЩЕЕ

С тех пор Cointreau стал символом креативности и праздника для тысяч барменов. Опираясь на высокие гастрономические добродетели ликера, они придают шарм и виртуозность своим новым творениям. Но, прежде чем оказаться в коктейлях, Cointreau должен претерпеть долгий процесс производства.

СЕКРЕТНЫЙ РЕЦЕПТ

Изготовление Cointreau – это тайна, тщательно хранимая и передаваемая из поколения в поколение. Основной ингредиент – корочки различных сладких и горьких апельсинов с Карибских островов, из Бразилии и Испании, которые собирают в тот самый момент, когда их цедра накапливает больше всего ценных эфирных масел.

ПЕРЕГОНКА



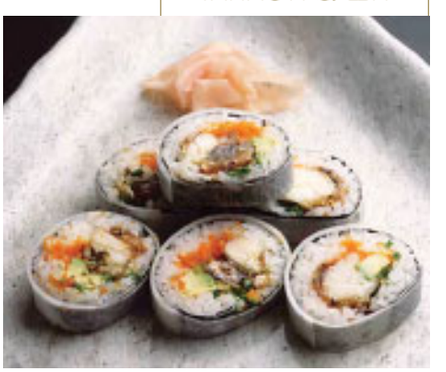
Затем корочки дистиллируют в пропорциях, которые варьируются в зависимости от урожая, чтобы сохранить в ликере равновесие сладости и горечи. Дистилляция осуществляется в медных перегонных кубах.

При соприкосновении с водой или льдом кристальный ликер мутнеет: это признак того, что напиток содержит эфирные масла, составляющие основу его вкуса.

КОКТЕЙЛИ

Лучше всего огромный потенциал Cointreau проявляется в коктейлях. Cointreau принадлежит истории смешанных напитков, находясь у истоков многочисленных классических коктейлей, и остается в авангарде, образуя композицию современных престижных творений барменов. Новейшим из них является Cointreaupolitan, блестящая эволюция знаменитого Космополитена.

ТАПАС И СУШИ



Вкусовые достоинства Cointreau позволяют осуществлять настоящие гастрономические альянсы. Так, коктейли с Cointreau – это излюбленные спутники тапас, суши и иных изысканных закусок.

КОКТЕЙЛИ ДЛЯ СУШИ И ДИМ-САМОВ

Азиятини *(Asiatini)*

- 4 cl водки
- 2 cl ликера Grand Marnier
- 4 ломтика свежего имбиря
- 2 четвертинки лайма

Протереть бортик коктейльного бокала апельсиновой коркой. Растолочь в нижней части шейкера имбирь и лайм. Наполнить шейкер льдом, добавить водку и Grand Marnier. Энергично взбить коктейль в течение 12 секунд и отфильтровать в подготовленный бокал. Отфильтровывая коктейль, следует дополнительно процедить его через ситечко (double strain).

Водка отлично сочетается с другими ингредиентами коктейля, она пропитывается имбирем и затем переплетается с ароматами Grand Marnier. Это коктейль высокой гастрономии, удачно подходящий к азиатской кухне. Он был придуман шеф-барменом парижского Buddha Bar Станисласом Жуэном.

Шоган *(Shogun)*

- 3 cl джина Bombay Sapphire
- 2 cl саке
- 4 cl овощного сока (например, V8)
- несколько капель лимонного сока
- дэш острой японской пасты васаби

Ингредиенты тщательно взбить в шейкере, наполненном льдом. Отфильтровать в охлажденный коктейльный бокал. Украсить долькой лайма.

Саке и соус васаби призывают суши и придают характер этому пряному мартини с подобающим названием от лондонского миксолога Джейми Уолкера.

КОКТЕЙЛИ ДЛЯ АМЮЗ БУШ

«1715»

- 2 cl коньяка Martell VSOP Médaillon
- 3 cl сока белого винограда
- охлажденное шампанское
- чайная ложка сахара
- веточка мяты

Слегка размять мятные листья с сахаром на дне хайбола. Добавить коньяк и виноградный сок. Положить несколько кусков льда. Налить шампанское.

Коктейль придуман прославленным барменом «Ритца» Колином Филдом в честь старейшего коньячного Дома Martell, основанного в 1715 году.

Куантрополитен (*Cointreaupolitan*)

- 5 cl ликера Cointreau
- 3 cl клюквенного сока
- 2 cl лимонного сока

Ингредиенты взбивают в шейкере, наполненном льдом, и отфильтровывают в коктейльный бокал.

Куантрополитен – это эволюция Космополитена, коктейля культового сериала «Секс в большом городе». Куантрополитен стал известным благодаря Каннскому фестивалю, где бармены добавляли в него золотые пайетки. Чуть кисленький и свежий, этот коктейль сочетается с гастрономическими закусками и изысканными тапас. Он может также сопровождать некоторые десерты, например лимонный торт.

Кроме того, при поиске сочетаний, как и в случае с винами, следует опираться на географическое и культурное происхождение основного напитка, входящего в состав коктейля.

Так, к примеру, коктейли на основе текилы предпочтительны к закускам мексиканской кухни и к другим особо пряным блюдам.

Коктейли на основе коньяка лучше подавать к утонченным закускам амюз буш, таким как фуа гра, паштеты, ростбиф, сыровяленая ветчина (беллота), либо содержащим жирные сыры (рокфор и т.п.), а также к дарам моря: креветкам, лангустинам, морским гребешкам и т.д.

Коктейли на основе виски рекомендуется использовать с закусками, имеющими привкус дыма, – лососиной и другой копченой рыбой.

Коктейли с водкой, как и составляющий их напиток, наиболее гибки. Они с равным успехом сочетаются как с копченой рыбой, так и с маринадами, а также с широким ассортиментом тапас. В подобной ситуации следует, в первую очередь, учитывать прочие компоненты коктейля. Еще один неизведанный путь – фирменные настойки. Водка на базилике или имбирная настойка производят неожиданный эффект в сочетании с креветками-гриль и блюдами азиатской, в частности, вьетнамской кухни.

Ром предпочитает фруктовые и лимонные ароматы, а также пряности наподобие перца и ванили. Кроме того, он превосходно сочетается с тапас южноамериканской кухни.

Коктейли на основе джина, благодаря своей сложности, делают возможными самые разнообразные сочетания. Они превосходно подходят как к суши, так и к тапас, с которыми их ароматическое богатство способно творить чудеса. Они также импонируют ароматам сельдерея и копченостей.

Коктейли и десерты

Существует давняя традиция сочетания алкогольных напитков с десертами. В течение долгих лет они были неразлучны. Историческая справедливость должна подвигнуть миксологистов на создание коктейлей, наиболее точно соответствующих рецептам повара-кондитера. Что до клиента ресторана, то он будет счастлив обнаружить в карте десертов готовые дегустационные сеты из десерта и специально созданного под него коктейля.

Можно воспользоваться и уже существующими рецептами коктейлей, слегка модифицировав их для большего соответствия определенному десерту.

Несколько примеров сочетаний

Ром, коньяк или арманьяк иногда входят в рецепт десерта. В подобном случае нетрудно добиться идеального сочетания с коктейлем, приготовленным на

BOMBAY
SAPPHIRE
Distilled
LONDON
DRY GIN
IMPORTED

основе соответствующего напитка.

Для создания коктейлей, сочетающихся с десертами, особо рекомендуются ликеры. Они могут вступить в волшебный союз с шербетами, как сами по себе, так и в смеси с другими напитками, например, водкой или киршем.

Основой для поиска сочетаний могут служить рецепты, разработанные выдающимися кондитерами. Вспомним шоколадные конфеты, наполненные ликером Cointreau, коньяком или виски, пользующиеся огромным успехом. Можно вдохновиться этим примером, чтобы создать сочетания того же порядка между коктейлями, содержащими эти напитки, и шоколадными десертами. Другой пример: шоколадные плитки «after eight» с мятной начинкой. Они доказывают, что при определенных условиях коктейль с запахом мяты может создать роскошное сочетание с шоколадным десертом.

Согласованный поиск ингредиентов и установление взаимодействия между вкусами и ароматами, чрезвычайно сложны. Работа в этом направлении еще только начинается, но может привести к сказочным результатам.

Сладкие окончания

The Best of Chocolate
шоколадный мусс, брауни, профитроли, шербет

Яблочный пирог
с ванильным мороженым

Салат из свежих фруктов

Шербет
пралине, клубника, ваниль

Хрустящая сигара с
гаванским табаком, муслин с коньяком

Ассорти из сыров
французских и итальянских, с грецкими орехами и медом

СОМЕЛЬЕ РЕКОМЕНДУЕТ К ДЕСЕРТУ И НА ДИЖЕСТИВ:

ДЕСЕРТНЫЕ КОКТЕЙЛИ

- Александер *(коньяк, крем де какао, сливки)*
- Белый русский *(водка, ликер Kahlua, сливки)*

СЛАДКИЕ ВИНА
бокал / бутылка (375 ml)

- Beerenauslese Cuvée, Kracher Burgenland 2002, Австрия
- Inniskillin Gold Oak-aged Vidal Ice Wine 2002, Канада
- Château Suduiraut, Sauternes 1999, Бордо
- Tokay Asju, Oremus 1999, Венгрия (бутылка 500 ml)
- Gewurztraminer «Sélection de Grains Nobles» Hugel 1998, Эльзас
- Muscat de Beaumes de Venise Domaine des Bernardins 2000, Долина Роны

ИГРИСТЫЕ ВИНА

- Martini Asti

ШАМПАНСКОЕ

- Mumm demi-sec
- Piper-Heidsieck Cuvée Sublime demi-sec

ПОРТО И ХЕРЕС

- Graham's Six Grapes Reserve
- Taylor's Special Ruby
- Gonzaless Byass Elegante Crème Sherry

ЛИКЕРЫ

- Cointreau
- Grand Marnier
- Kahlua
- Bailey's

КОНЬЯКИ

- Rémy Martin VSOP Fine Champagne
- Otard XO
- Martell Cordon Bleu
- Rémy Martin XO Excellence
- Martell Cohiba
- Otard 1795

БРЕНДИ

- Metaxa Private Reserve
- Арарат Наири

ВИСКИ

Айла
- Bowmore The Darkest Sherry Finish

Хайлендс
- Aberfeldy 12 Y.O.

Спейсайд
- Macallan 12 Y.O. Fine Oak
- The Glenlivet 15 Y.O. French Oak Reserve

Бленды класса «люкс»
- Chivas 18 Y.O.
- Royal Salute
- Dewar's Signature

РОМ

- Bacardi 8

О-ДЕ-ВИ

- Père Magloire Fine Calvados
- Poire Williams, Schladerer

КОФЕ

- Эспрессо
- Decaffeinato (без кофеина)
- Кофе латте
- Каппучино

ЧАЙ

- Цейлонский
- Earl Grey
- Жасминовый
- Мятный

СИГАРЫ

Превосходные гаваны и сигары Davidoff ручной крутки.
Обращайтесь к сомелье за сигарным ящиком.

Пример карты «Сладкие окончания» был создан под вдохновением от меню шанхайского ресторана T8, который был признан одним из 50 лучших ресторанов планеты в туристическом журнале Condé Nast Traveller.

Файв-о-клок с коктейлем

Лондонский отель Intercontinental Park Lane, осмелившись подавать коктейли в почти священный час послеобеденного чая, доказал, что даже в консервативной Англии, в ее, казалось бы, крепко укоренившихся привычках, пробита изрядная брешь. «Мы хотели осовременить чайное время», – объясняет менеджер бара Стюарт Розенблатт. – «Как всем известно, в британской традиции существует настоящий ритуал – в 17 часов обязательная чашка чая со сладостями. Мы решили привнести в эту традицию нечто современное, из нашей эпохи».

Консервативная клиентура действительно должна испытать некоторый шок. Но на самом деле предлагаемые здесь коктейли Мартини сохранили прямую связь с чаем, который является одним из их основных компонентов. Используются разнообразные его сорта: от классического Эрл Грей (правда, специального отбора Tea Palace) до эксклюзивных чаев, таких как африканский Солстайс (African Solstice Tea). Крепость «чайных коктейлей» ограничена. Чай придает им бодрящий характер и позволяет с одинаковым успехом сочетаться как со сладостями, так и с закусками «амюз буш» из копченой лососины, устрицами и прочими деликатесами.

В новом, декадентском, ритуале найдется, чем заманить даже самого отъявленного ретрограда.

Послеобеденный Мартини *(The Afternoon Martini)*

- 6 cl африканского чая «Солстайс»
- 5 cl джина
- дэш лимонного сока
- дэш сахарного сиропа
- две свежие ягоды клубники
- дэш яичного белка

Взбить ингредиенты в шейкере, заполненном льдом, отфильтровать в коктейльный бокал. Добавить маленькую щепотку толченого мускатного ореха.

Зеленый Мартини *(Green Martini)*

- 6 cl чая Spearmint Green Tea
- 5 cl джина
- дэш лимонного сока
- дэш ванильного сахарного сиропа

Взбить ингредиенты в шейкере, заполненном льдом, отфильтровать в коктейльный бокал. Украсить листом мяты.

Эрл *(The Earl)*

- 6 cl чая Earl Grey
- 5 cl джина
- дэш лимонного сока
- дэш кордиала из бузины Elderflower Cordial
- капля Табаско
- дэш сахарного сиропа

Взбить ингредиенты в шейкере, заполненном льдом, отфильтровать в коктейльный бокал.

Десерт — сладкий момент

Даже лучшая музыка, в конечном счете, утомляет. Обязательно наступает момент, когда хочется чего-то нового. Новых вкусов, новых столовых приборов, перемены напитков и бокалов. Не следует забывать, что за столом, как, впрочем, и везде, перемены обостряют чувства. Они становятся искрой, разжигающей костер радости, а иногда даже счастья. В таком случае перейдем к десерту.

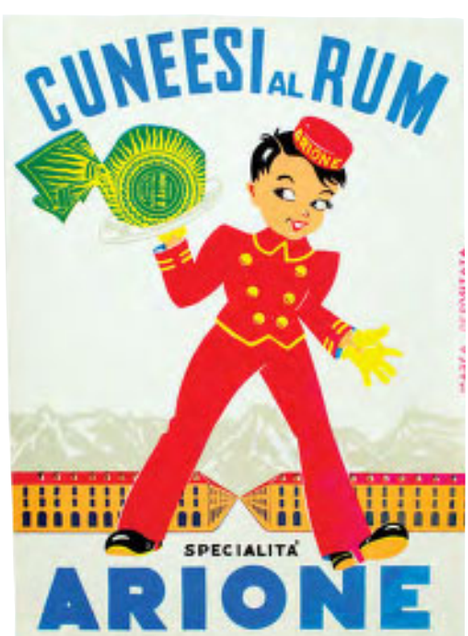
Тем более, что в трапезе десерт знаменует новое начало. Не зря же он представлен новой картой, новым меню. Но будьте внимательны! Радость сесть за стол в начале ужина часто бывает связана с благодарностью голодного организма. Такое счастье легко достижимо. Пустой желудок – не строгий судья. С десертом дело обстоит совсем по-другому. Это момент праздника, чистого наслаждения. Он обращен не к желудку, а к душе.

Что касается напитков, то советы сомелье должны быть взвешенными. Выбору десерта всегда уделяется меньше внимания, чем в начале трапезы. Поэтому следует предоставить

клиенту простую и лаконичную карту, включающую одновременно десерты и сопровождающие их напитки (см. пример на стр. 256). Последние следует выбирать из банюльсов, порто, ликерных вин Бордо и других областей, мускатов, ледяных вин, полусухих шампанских и прочих игристых... словом, тех вин, которые вы сочтете наиболее подходящими для вашего ресторана.

К ним вы добавите выдержанные о-де-ви: коньяки, старый ром, виски, арманьяки, – преимущество которых – еще более радикальная смена вкуса, и которые позволяют добиться поистине волшебных сочетаний. Не следует забывать и о ликерах, а также о некоторых коктейлях, которым совсем незачем дожидаться дижестива.

И, несмотря на все эти прелести, все сладостные сочетания между напитками и десертами, старайтесь не перегибать палку с продажей – не ставьте на стол лишнюю бутылку. Ее не смогут допить, но испортить впечатление она сумеет.



Глава
3.10

Сигары

Дымящая вершина на карте показной роскоши, сигара приносит наслаждение в соответствующей обстановке и подходящей компании. Так, прежде чем войти в токийский бар Connaisseur – место, посвященное сигарам, спиртным напиткам и коктейлям, – посетителей обязывают выключить мобильный телефон. Своего рода уведомление о том, что заказ сигары – это, прежде всего, покупка безмятежности и времени.

«Сигара» – слово испанское, и можно предположить, что оно произошло от zigar, заимствованного из языка майя. Авторы времен Христофора Колумба оставили нам описания индейцев, куривших скрученные листья табака, которые те «постоянно подносили ко рту и поджигали их с помощью головешки, не выпуская ее из рук».

Пристрастившись к курению сигар в своих колониях, испанцы завезли их в Старый Свет, но в течение нескольких столетий они были известны исключительно в Испании. В других странах Европы сигары начали распространяться только в конце XVIII века и обрели «дворянскую грамоту» благодаря интеллектуалам и служителям пера того времени, среди которых был Стендаль. Курение сигар стало элитарным занятием, и, учитывая цены на некоторые витолы, оно превратилось в отличительный признак определенного слоя населения.

ИЗГОТОВЛЕНИЕ СИГАР: ИСКУССТВО И ЛОВКОСТЬ РУК

Производство сигары – процесс долгий, требующий от торседора – так называют на Кубе скрутчика сигар – огромного опыта, невероятной точности и почти дьявольской ловкости рук.

Однако все начинается со сбора урожая, который проходит в несколько этапов: отдельно, один за другим, собирают листья с нижней и верхней частей растения, а потом отправляют их на ферментацию и сушку. Это решающий процесс, от которого зависят ароматы будущей сигары, – листья выдерживают в особых гигрометрических условиях от 6 месяцев до 2 лет. Затем из них удаляют крупные прожилки и сортируют не только в зависимости от их расположения на табачном растении, но и по размеру и цвету. Только после этого приступают к производству сигар в прямом смысле этого слова.

Собственно производство включает три операции. Сначала делают «куколку», то есть начинку сигары, которая называется «трипа». Она, в свою очередь, состоит, как правило, из трех скрученных табачных листьев. Каждый из них выполняет свою функцию. «Воладо» – лист, позволяющий сигаре ровно гореть, собирают с нижней части табачного растения. Он дает слабый аромат. «Секо» – лист, взятый из средней части растения, как правило, отличается уравновешенностью ароматов. А за ароматическое богатство сигары отвечает, главным образом, «лигеро» – лист с верхушечной части растения, набравший под жарким солнцем силу и крепость.

После скручивания начинки сигары наступает черед следующей операции. Чтобы «куколка» не развернулась, ее скрепляют связующим листом «капоте». Затем почти готовую сигару заворачивают в покровный лист – «капу», который и придает ей окончательный вид. Этот особый лист ценят за его внешнюю привлекательность, аромат и способность ровно гореть, давая хороший пепел.

Некоторые сигары более низкого качества содержат резаный табак, остающийся после основного производства.

По своей сути сигары являются такими же блендами, как виски, коньяк или вина Бордо. В них входят разные по качеству и аромату листья, наделяющие сигару общим букетом, в который каждый из них привносит собственный оттенок.

Машинное или ручное производство

До сих пор ходят легенды о кубинках, крутивших табак на своих упругих бедрах, что якобы придавало сигарам особый привкус. Как бы там ни было, но это говорит о том, что настоящая сигара должна быть непременно сделана вручную.

Согласно технологическим особенностям производства, выделяют следующие категории сигар.

Totalmente a mano, или исключительно ручной работы. Это сигары высшего качества, целиком и полностью сделанные торседором. Ручная работа позволяет использовать целые табачные листы и скручивать очень длинные сигары.

Hecho a mano. Не верьте этой самой распространенной надписи на сигарах. Казалось бы, она подразумевает ручную скрутку, что на самом деле далеко от этого. Начинка сигары собирается машиной, согласно желаемым размерам, длине и толщине, а торседор только закрепляет связующий и покровный листы.

Maquina – дословно, «сделано машиной». Машинный способ чаще всего используется для изготовления сигар из остатков производства других сигар категорий totalmente a mano и hecho a mano.

Созданная Гюставом Эйфелем и причисленная к историческим монументам Парижа, величественная лестница клуба Barrio Latino соединяет разные этажи и разные вкусовые миры. Здесь заказывают на ужин тапас, курят сигары и пьют коктейли под звуки кубинской музыки.

Чем различаются сигары

Сигары различаются тремя элементами, придающими им характер и индивидуальные особенности.

1. Происхождение

Место происхождения сигары имеет огромное значение. Во-первых, из-за климата, который играет основную роль в созревании табачных листьев, а следовательно – в ароматической составляющей сигар. Во-вторых, из-за существования во всех странах-производителях своих традиций изготовления сигар и использования для этих целей тех или иных разновидностей табака.

2. Форма

Ваэ Жерар, специалист по сигарам мирового уровня и управляющий знаменитым сигарным магазином Gerard Père et Fils в Женеве, поясняет: «Чем больше диаметр сигары, тем медленнее дым проходит через сигару, и наоборот. Температура горения толстой сигары ниже, молекулы аромата сложнее, а дым мягче». Поэтому многообразие сигарных форм объясняется их влиянием на образование ароматов. Это уникальная характеристика в дегустационном мире, как будто вкус вина мог бы радикальным образом меняться в зависимости от бокала.

3. Цвет

Бытует мнение, что чем темнее сигара, тем она крепче. Это не совсем правильно. Цвет сигары определяется верхним покровным листом, который называется «капа», а он дает не более 5% ароматического букета. Цвет самого листа зависит от его расположения на табачном растении. Чем выше расположены листья, тем больше они получают солнца, тем они темнее и крепче. Покровный лист дает общее представление о качестве сигары, причем не только благодаря своему цвету, но и благодаря внешнему виду, а также своей пластичности. В отличие от шикарных платьев, которые носят не только красивые дамы, самые изысканные бутылки служат вместилищем лучших коньяков, а лучшие покровные листы оборачивают сигары наиболее высокого класса.

Существует бесконечное множество цветовых нюансов сигар. Цвет покровного листа может быть следующим:

- **Double Claro:** очень светлый, с легкими зеленоватыми оттенками, которые указывают на то, что урожай был собран до достижения им полной зрелости.
- **Amarillo или Claro:** цвета кофе с молоком.
- **Natural:** светло-коричневый.
- **Colorado Claro:** средне-коричневый.
- **Colorado:** темно-коричневый с красными оттенками.
- **Colorado maduro:** темно-коричневый.
- **Maduro:** темно-темно-коричневый.
- **Oscuro:** коричнево-черный.

Формат сигар

Некоторые виды сигары стали классикой. Данные им когда-то имена образно указывали на их форму, длину или толщину. Эти названия имели успех, были заимствованы многими производителями, и сегодня они придают особую выразительность языку сигар.

Cigarillo, Panatella, Gordito, Figurado, Corona, Especial, Robusto, Lonsdale, Torpedo, Toro, Churchill или Double

Этикетка с сигарной коробки, Куба, 1930-е годы.

СТРАНЫ-ПРОИЗВОДИТЕЛИ СИГАР

КУБА	Куба – земля Сигары. В провинции Пинар-дель-Рио выращивают лучший табак, из которого делают известные всему миру гаваны. Самые знаменитые марки родом оттуда: Cohiba, Partagas, Romeo y Julietta, Montecristo, Cuaba, Punch...
ДОМИНИКАНСКАЯ РЕСПУБЛИКА	Доминиканская республика стала убежищем для многих кубинских производителей сигар после революции 1959 года. Местные марки, как правило, легче кубинских, и именно с них лучше всего начинать свое знакомство с сигарами.
ГОНДУРАС	В Гондурасе благоприятные условия для выращивания табака, поэтому здесь обосновалось множество производителей сигар высшего сорта. Сигары этой страны имеют бархатистый, щедрый и пряный характер, за что их высоко ценят поклонники.
МЕКСИКА	В Мексике традиция выращивания табака уходит корнями в глубокую древность. Сегодня здесь, главным образом, культивируют табак родом с Суматры, из которого получают сигары, пользующиеся большой популярностью у американцев, которым, увы, недоступна кубинская продукция.
ДРУГИЕ СТРАНЫ-ПРОИЗВОДИТЕЛИ	Другие страны-производители сигар – это США, Бразилия, Никарагуа, Коста-Рика, Индонезия и Филиппины. Среди европейских производителей сигар наибольший интерес представляют Канарские острова (Испания).

Ваэ Жерар, владелец знаменитого женевского сигарного бутика Gerard Père et Fils, на табачной плантации.

Coronas – вот самые распространенные обозначения форматов, но их длина и поперечное сечение слишком сильно варьируются в зависимости от производителя, поэтому создать строгую классификацию не представляется возможным.

Более того, множество сигар выпускается разных размеров: малый, средний, большой и двойной. Например: petit Panatella достигает 120-150 мм в длину и 10-12 мм в диаметре, а значит она немного тоньше, чем просто Panatella с диаметром 14 мм при той же длине.

Cigarillo имеет 10 см в длину и 8 мм в диаметре. Especiales – очень длинные сигары, иногда более 250 мм.

Название Churchill относится к сигарам, имеющим 19-миллиметровое поперечное сечение и в среднем 160-миллиметровую длину.

Длина Coronas – от 105 мм (petit coronas) до 145 мм (grand coronas) , их диаметр – от 15,6 до 17,7 мм. Lonsdale – это корона длиной более 145 мм.

Наконец, Robusto представляет собой толстую сигару диаметром от 17,6 до 19 мм и длиной от 110 до 130 мм.

Длительность курения

Форма сигары, безусловно, влияет на продолжительность курения. Рассчитывайте, что на выкуривание Double Corona может потребоваться более двух с половиной часов, на Churchill – от двух до двух с половиной часов. На Robusto или Corona уйдет час, на Panatella – 40 минут и всего 10 минут на Cigarillo!

Как обозначаются размеры

Часто размеры сигар обозначаются следующим образом, например: «7x48». Первая цифра указывает длину в дюймах (1 дюйм = 2,54 см). Вторая – диаметр в 1/64 дюйма. Таким образом, длина сигары «7x48» составляет 17,7 см (7x2,54), а диаметр 1,9 см (48:64x2,54).

Хранение сигар

Количество влаги в сигаре – один из основных признаков ее качества. Ваэ Жерар объясняет: «Чтобы можно было выкурить сигару, она должна содержать 13-14% влаги от своего общего веса. В процессе курения образующиеся водяные пары смягчают раздражающий эффект табачного дыма. Для сохранения в сигаре идеального количества влаги, ее следует хранить в условиях 70%-й влажности».

Сигары, как и великие вина, могут храниться в тече-

ОСНОВНЫЕ СИГАРНЫЕ ТЕРМИНЫ

Бант – бумажная лента, украшающая сигару.

Пуро – так говорят о сигаре, у которой начинка, связующий и покровный листы сделаны из табака того же самого происхождения.

Торседор – скрутчик (или скрутчица) сигар.

Лигада – кубинский термин, обозначающий состав начинки сигары.

Витола – это полная информация о сигаре, включающая формат, марку и лигаду. Например, Montecristo №4 – это и есть витола.

ние долгого времени – до 15 лет и более. Но для достижения такого почтенного возраста, при котором ароматические масла табака сливаются в сложном единстве, необходимо принять особые меры. Два главных условия – это поддержание влажности и защита от болезней.

Сигары следует держать в хьюмидоре с постоянной влажностью и температурой. Обычно сигары хранят в деревянной шкатулке, либо в специально оборудованном шкафу или даже в специальной комнате. Чаще всего для хьюмидора используется древесина кедра, единственная, не передающая нежелательные запахи сигарам.

Сигары должны храниться при температуре около 18°C в защищенном от света месте и при уровне влажности 60-72%. При меньших показателях они высыхают, теряют аромат и вкус и крошатся, а при повышенной влажности могут заплесневеть. Раз в неделю следует заправлять увлажнитель хьюмидора, причем только дистиллированной водой.

Время от времени хьюмидор надо проветривать, чтобы аэрировать сигары. Кроме того, необходимо проверять их пластичность (сигара не должна крошиться в руках), а также отсутствие насекомых и плесени. Следует остерегаться вредного сигарного жучка, который разводится при высокой влажности. О его появлении можно узнать по серо-зеленой пыли на поверхности сигар. Наконец, слегка изогнутая сигара – это мертвая сигара, которую пытались воскресить путем увлажнения, хотя к тому моменту она уже погибла от жажды.

Сигары в ресторане

Сигарная карта

Заведению, предлагающему сигары, рекомендуется иметь специальную карту с полным их ассортиментом, в которой должна быть отражена следующая информация:

- марка;
- страна происхождения;
- формат;
- цена.

Можно добавить к этим сведениям несколько кратких пояснений к характеристикам сигар и указать длительность их курения.

Роль сомелье: правильная сигара в правильный момент

Работа сомелье с сигарами имеет разносторонний характер. Прежде всего, он приобретает сигары у поставщиков и составляет сбалансированный ассортимент разных витол, подходящих для всевозможных ситуаций. Кроме того, сомелье отвечает за правильное хранение сигар. И, наконец, он дает советы и обслуживает клиента, не забывая при этом предлагать к сигаре крепкие спиртные напитки и коктейли. Чем меньше просвещен клиент в сигарном вопросе, тем значительнее становится роль сомелье.

Выбор сигары

Для того чтобы правильно порекомендовать клиенту сигару, необходимо учитывать следующие аспекты.

Размеры. Формат – один из главных критериев при выборе сигары. Для каждого клиента существует идеальный, комфортный размер сигары, поскольку не все чувствуют себя уютно с перекладиной от стула в зубах! Кроме того, совершенно необходимо знать длительность курения сигар каждого типа, чтобы дать разумный совет клиенту, который может не всегда располагать большим запасом времени.

Момент. Для каждого случая – своя сигара. После плотного ужина нужна крепкая сигара в сочетании с крепким алкоголем, оставляющим долгое послевкусие. В «чайное» время – сигара средних размеров и средней крепости. После обеда – крепкая сигара, но с небольшой продолжительностью курения. Словом, выбор сигары – это дело времени и обстоятельств.

Происхождение. Происхождение сигары решающим образом влияет на ее крепость и вкус. Сомелье может предложить более или менее крепкую сигару в зависимости от сигарного опыта и предпочтений клиента.

Подача сигары

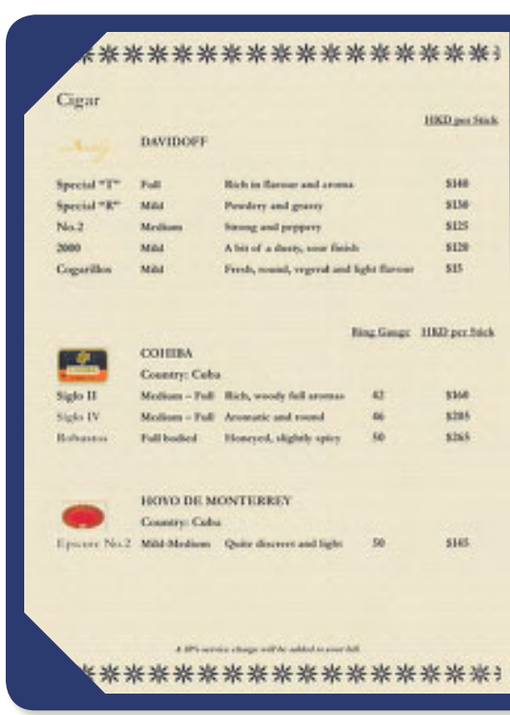
Представление

Демонстрировать сигару можно с тележки, где рядом с хьюмидором расположены лучшие спиртные напитки. Когда сигара выбрана, сомелье аккуратно вынимает ее из хьюмидора и помещает на сервировочный поднос вместе с ножом-гильотинкой и зажигалкой. Затем он снимает (если она есть) целлофановую упаковку или развинчивает тубу, в которую помещена сигара, и дает возможность клиенту оценить ее свежесть и аромат.

Как обрезать сигару

Есть клиенты, которые никому не доверят обрезать свою сигару. Другие, напротив, принимают эту услугу сомелье как должное. Поэтому следует заранее поинтересоваться предпочтениями клиента.

Только четкий обрез позволяет получить от сигары максимальное удовольствие, поэтому обрезка сигары обязательна. Существует множество моделей гильотинок, оснащенных одним или несколькими лезвиями, которые точно обрезают кончик сигары на нужной высоте.



Сигарная карта гонконгского отеля «Шератон».

Как зажечь сигару

Именно сомелье зажигает сигару, которую клиент держит во рту. Это делается тщательно, без спешки, посвятив процессу прикуривания все необходимое время. Зажигают сигару газовой зажигалкой, которая не оставляет запаха. Бензиновые зажигалки, естественно, не подходят. Также можно использовать длинные спички, но следует обязательно дождаться, пока прогорит серная головка. Некоторые предпочитают сначала чуть разогреть на пламени основание сигары, поворачивая ее в руке, прежде чем зажечь и приступить к курению. Однако после таких манипуляций на поверхности сигары появляется черный нагар. Если сигара потухнет во время курения, что довольно часто случается с тонкими и длинными моделями, клиент должен аккуратно стряхнуть пепел, перекатывая сигару по бортику пепельницы, а сомелье – снова зажечь ее, как и в первый раз.

В остальном, как только вы помогли гостю раскурить сигару, остается наблюдать за ним, убеждаясь, что сигара не потухла, а также регулярно менять пепельницу.

Клиенту следует знать, что сигару никогда не давят в пепельнице, как окурок сигареты.

Следует ли снимать бант с сигары?

Правила хорошего тона требуют снять бант перед

курением сигары, чтобы открыто не афишировать ее марку и стоимость, а следовательно, и свои материальные возможности. Такое поведение считается проявлением деликатности по отношению к окружающим. Но многие специалисты выдвигают достаточно веские, чтобы к ним прислушаться, аргументы в пользу того, что можно, причем без всяких угрызений совести, не снимать бант, ведь при этом может повредиться покровный лист. Значит, прежде чем снять бант, надо подождать, пока сигара разогреется. А тогда уже будет поздно – сигара успела «засветиться». Поэтому сегодня редко кто снимает бант с сигары, а любители мишуры и блинг-блинга вновь празднуют победу.

Как курить сигару

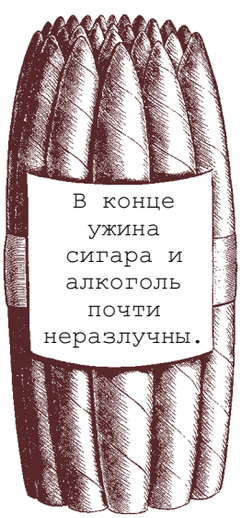
Обычно сигарным дымом не затягиваются. Сигару перекатывают во рту, насыщая ощущениями рецепторы, чтобы получить наивысшее удовольствие.

У сигары разный вкус в начале и в конце курения. Во французском языке есть забавное и образное выражение, которое определяет три стадии ощущения курильщика: «сено», «чудо», «навоз». В начале дым проходит более длинный путь, и ароматы раскрываются слабо из-за пока еще низкой температуры. Сигара в этот момент менее крепкая и менее ароматная. Свои наилучшие качества она раскрывает в средней трети. Сегодня производители разрабатывают новые формы сигар, которые в ходе курения быстро развивают наилучший вкус и долго его сохраняют.

Ароматы сигар

Сигара дарит путешествие в мир разнообразных ароматов, где преобладают эмпирематические тона какао, кофе, сосновой смолы, ванили, карамели, трюфелей, а также меда, мускуса и лакрицы. Эти сложные и тонкие ноты достигают разной интенсивности и равновесия и продолжаются в долгом послевкусии. Словом, курение сигары дает ценителю высокое чувственное удовольствие, сравнимое с дегустацией великих вин.

Интенсивность ароматов и гармония, которой они достигают, смешиваясь друг с другом, а также их богатство, сложность и послевкусие, остающееся во рту, – это и есть критерии, по которым судят о качестве сигары.



Взаимодействие с напитками

В конце ужина сигара и алкоголь почти неразлучны. Нега курения сигары как нельзя лучше сочетается с неспешной дегустацией высоких крепких напитков. Длительность послевкусия спиртного – главный элемент вкусового союза, и оно должно точно соответствовать крепости сигары. Только тогда при каждой затяжке проявятся пряные, жареные, перечные нотки, иногда оттенки миндаля и меда, характерные для некоторых сигар, и получатся новые тончайшие комбинации ароматов. Вот почему ванильные ноты старого коньяка, арманьяка и рома великолепно сочетаются с гаванами, способствуя выражению всех достоинств сигары. Соединяя силу и нежность, они дают изумительную вкусовую гармонию.

Если вы отдаете предпочтение коктейлям, то у вас богатый выбор. К крепкой толстой сигаре подойдут сухие шорт-дринки на основе коньяка, виски, бурбона или старого рома, которые могут быть приправлены ароматной Ангостурой или кофейным ликером. К легкой сигаре с небольшой продолжительностью курения выбирайте освежающие и фруктовые коктейли. Мятные нотки Mojito или Mint Julep, шелковистость легкого, жизнерадостного белого рома или тон свежего винограда в коньяке VSOP смягчат вкусовые рецепторы перед следующей затяжкой.

ДЫМ И ИСПАРЕНИЯ. СИГАРЫ И СПИРТНЫЕ НАПИТКИ

Работа с сигарами составляет неотъемлемую часть общей работы сомелье. Сомелье должен те только разбираться в сигарах и уметь их подавать, но и владеть сочетаниями между сигарами и спиртными напитками, чтобы полнее удовлетворить запросы гостей и поднять общие объемы продаж. Альваро Маркос Гарсия, сомелье лондонского отеля Intercontinental Park Lane, делится в интервью своим профессиональным опытом и дает некоторые рекомендации.

Из каких критериев вы исходите, предлагая сигары клиенту?
Сигары бывают различных типов – крепкие, средней крепости и легкие, а также сигары различных размеров, которые курят от 20 минут до 2 часов и более, в зависимости от длины. Поэтому мой первый вопрос: «Вы хотите крепкую или легкую сигару?» Второй вопрос: «Вы предпочитаете выкурить ее за 20 минут или более, чем за 45 минут?» И, наконец, прежде чем приступить к рекомендациям, я спрашиваю: «Вы предпочитаете кубинские сигары, из Доминиканской республики или другой страны?»

Например, что вы посоветуете тому, кто хочет впервые в жизни попробовать сигару?
Я порекомендую сигару средней крепости, чтобы дать возможность почувствовать дым, но не крепкую, поскольку для первого раза она может оказаться слишком мощной. Кроме того, я объясню, как именно курить сигару, поскольку способ этот значительно отличается от курения сигареты. А еще, если гость пожелает, у меня есть в запасе чудесные истории о сигарах.

После обеда и ужина вы советуете те же самые сигары, или есть отличия?
Конечно, отличия существуют. После обеда, как правило, предпочтение отдается небольшим сигарам, которые можно выкурить за 20 минут, а после плотного ужина клиенты, не задумываясь, могут курить часами. Кроме того, все зависит от ситуации.

Какой главной ошибки необходимо избегать при подаче сигар?
Прежде чем подавать сигару клиенту, ее необходимо обрезать. У клиента не обязательно должен быть с собой нож для обрезки сигар.

В большинстве случаев сигары подаются с крепкими спиртными напитками, крепленым вином и даже сухим вином или коктейлями. Какие сигары вы порекомендуете к бокалу старого коньяка, виски, рома, порто, или, в конечном счете, красного сухого вина?
Коньяк. Старый коньяк обладает могучим ароматом, который у меня ассоциируется с сухими плодами типа фундука или грецкого ореха. Хорошим дополнением к коньяку Extra послужит сигара Cohiba Siglo 5 из гаммы La Linea 1492, поскольку ее крепкий и ароматный дым также напоминает ароматы сухофруктов.
Виски. Представьте себе 10-летний виски с острова Айла с интенсивным сложным носом, гармонично включающим ноты торфяного дыма. Я бы посоветовал нежную сигару с мягким дымом, например, элегантную Hoyo the Monterrey.
Ром и сигары созданы друг для друга. К старому рому, богатому и интенсивному, я предпочитаю насыщенную Partagas Serie D № 4, поскольку в данном случае наиболее уместны крепкие сигары.

Порто. Если это старый порто, например, Fonseca 1963, с сильным фруктовым вкусом и долгим послевкусием, я, возможно, предпочту в дополнение к нему сигару средней крепости, например, Vegas Robaina, в особенности вершину линейки – Don Alejandro, очень душистую сигару, обладающую прочной структурой и долгим финишем, как и порто.
Красное вино. Риоха? Несомненно, самую маленькую сигару из имеющихся на рынке! Легкую сигару, которая курится не более 20 минут.

Альваро Гарсия, сомелье в Intercontinental Park Lane, Лондон

Можете ли вы что-нибудь сказать об общих правилах сочетаний между сигарами и напитками?
Для достижения наилучшего эффекта вкус напитка не должен перекрывать аромат сигары. Например, мягкий напиток будет хорошо сочетаться с легкой сигарой «длиной в 20 минут», если же у нас имеется крепкая сигара вроде Cohiba Robustos, нам потребуется напиток с характером, к примеру, выдержанный ром или виски с сильным дымным привкусом.

А между сигарой и коктейлем?
Мохито и Дайкири готовятся на основе рома, и к ним подходят легкие сигары, такие как Hoyo de Monterrey. Фрэнк Бенеке (шеф-бармен ресторана Theo Randall) рекомендует все свои коктейли на основе коньяка, если вы курите крепкую сигару в стиле Partagas или Ромео и Джульетта.

ЧАСТЬ 4-я

Продажа: прагматичное искусство

4.1. Винная политика
270

4.2. Формирование цен
280

4.3. Карта вин, способствующая продажам
288

4.4. Техника и психология продаж
314

Глава
4.1

Винная политика

Превратить напитки в самый прибыльный сектор ресторана

В этой главе мы поговорим о том, что необходимо для разработки винной политики и создания удачной карты вин. Приведенные здесь размышления, советы, примеры и идеи читатели могут учесть в своей работе и ими вдохновиться. Но каждое заведение – это особый случай, и ресторатору или сомелье следует провести глубокое исследование, прежде чем определить направление работы с вином.

Напитки – главный вектор развития бизнеса

Когда ресторатор открывает новое заведение или меняет коммерческую стратегию уже существующего ресторана, он может решить превратить вино в главный вектор развития своего бизнеса.

Но это нешуточная задача. Работа с вином требует значительных финансовых вложений, а в случае создания престижного винного погреба – еще и бóльших инвестиций. Кроме того, придется затратить много усилий и времени, прежде чем в руках у первого клиента окажется новая карта вин, уравновешенная и привлекательная, без ошибок и упущений и к тому же в согласии с блюдами шеф-повара.

В этот момент, наконец, начнется отсчет настоящей работы с вином. Новая коммерческая ориентация подразумевает внимательное отслеживание запасов, контроль продаж, постоянную корректировку карты, сезонное изменение ассортимента.

Новая ориентация увеличит количество поставщиков, потребует обученного персонала и дополнительного инвентаря, который придется своевременно менять и поддерживать в рабочем состоянии. Наконец, что самое главное, предстоит окупить вложенные средства и подумать о рекламной коммуникации. Знание дела сплавится с умением давать об этом знать, что привлечет в ресторан любителей вин и повысит общую посещаемость заведения.

Все перечисленные испытания могут напугать дебютанта или того ресторатора, который имеет сведенную к минимуму карту вин. Однако большинство тех профессионалов, кто пустился в это предприятие с бóльшими или меньшими амбициями (ибо следует брать в расчет различные ограничительные факторы и собственные возможности), довольны полученным результатом.

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ДЛЯ НОВОГО РЕСТОРАНА

1. ИЗУЧЕНИЕ РЫНОЧНОЙ КОНЪЮНКТУРЫ

- Расположение ресторана. Социально-демографический контекст в выбранной географической зоне
- Уровень доходов населения
- Влияние туристического потока
- Ставки арендной платы
- Будущие строительные проекты в выбранной зоне...

2. ИЗУЧЕНИЕ СПРОСА

- Ценовая категория пользующихся спросом ресторанных услуг
- Сегментация населения
- Регулярность посещения ресторанов
- Гастрономические предпочтения и тенденции...

3. ИЗУЧЕНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

- Профиль конкурирующих заведений
- Уровень их посещаемости
- Качество обслуживания и цены
- Поиск существующих ниш...

АНАЛИЗ ИНФОРМАЦИИ

УСТАНОВЛЕНИЕ ПАРАМЕТРОВ РЕСТОРАНА

- Круг потенциальных клиентов
- Позиционирование ресторана (концепция, ценовая категория, размер...)

ИЗУЧЕНИЕ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА

- Расчет необходимых инвестиций
- Прогноз оборота ресторана
- Планируемая прибыль
- Рентабельность инвестиций

СХЕМА РАЗРАБОТКИ ВИННОЙ ПОЛИТИКИ

АНАЛИЗ ПАРАМЕТРОВ РЕСТОРАНА

- тип клиентуры
- стиль и кухня
- квалификация персонала
- блюда в меню

Учет спроса и тенденций потребления вина

УСТАНОВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОСНОВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК КАРТЫ ВИН

- количество вин
- происхождение, цвет, тип вин
- диапазон и разброс цен

- продажа по бутылке и бокалу
- выполнение дополнительных функций (просвещение клиента, сочетания с блюдами и т.д.)

УСТАНОВЛЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

ВЫБОР СТРАТЕГИИ РАБОТЫ С ЗАПАСАМИ

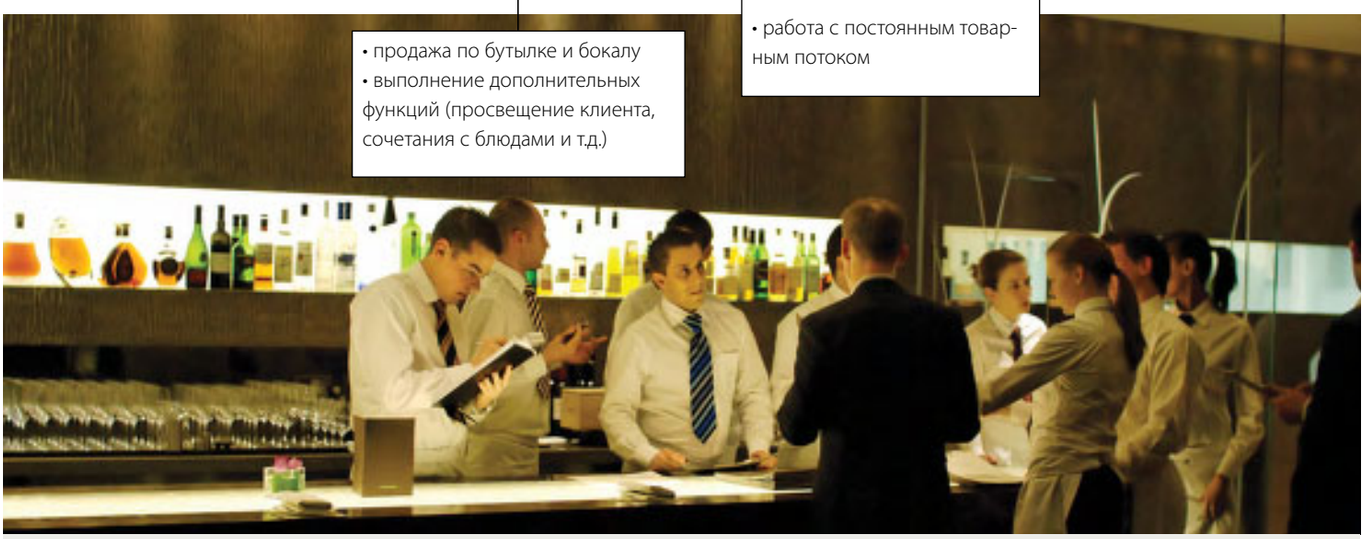
- создание большого винного погреба

или

- работа с постоянным товарным потоком

АНАЛИЗ ВНУТРЕННИХ ФАКТОРОВ

- бюджет
- складские возможности
- количество посадочных мест



ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА

Необходимость обучения персонала

Обучение персонала – один из главных аспектов жизнедеятельности бара или ресторана. Это нелегкая задача, осложненная текучестью наиболее компетентных кадров, на смену которым приходит молодежь, нередко чуждая миру гостиниц и ресторанов. В России данный сектор экономики переживает настоящий бум, однако существующие программы обучения еще предстоит совершенствовать.

Защитить себя от главных опасностей некачественного обслуживания

Для того чтобы предотвратить основные проблемы, связанные с плохой сервировкой вина, ресторатор должен, в первую очередь, проконтролировать то, что он может сделать сам, то есть главное – выбор вин, винную карту, бокалы и температуру подачи. Так он обеспечит гарантию минимального удовлетворительного обслуживания клиента.

Не упускать возможности

Ресторатор должен использовать все возможности для обучения своих сотрудников. В частности, не упускать ни одного бесплатного семинара, которые организуют дистрибьюторы вин и крепких напитков. Он должен по возможности множить контакты своих подчиненных с профессионалами винного мира и при необходимости проводить аудит текущей деятельности ресторана.

Специализированное обучение

Что же касается профессиональных преподавателей, то им следует постараться приблизить содержание своих курсов к истинным потребностям ресторана. Проведенный во Франции опрос показал, что большинство рестораторов считают содержание обучения чересчур техническим и малопригодным в практике продаж. И это при том, что французский потребитель несравнимо более восприимчив и лучше разбирается в винах, нежели российский. Можно сделать вывод, что глубокое знание продукта полезно для тех, кто принимает решения, то есть для сомелье и шеф-барменов, занимающихся закупками напитков. Но для тех, кто занят продажами, важнее знать отдельные значимые моменты в производстве вина, коньяка или виски, а также эпизоды их истории, чтобы суметь заинтересовать клиента и тем самым поднять продажи аперитивов, вин и крепких напитков, вместо того чтобы обрушивать на клиента массу информации о преферментационной низкотемпературной мацерации, что вряд ли заинтересует посетителей ресторана.

Разработка винной политики

Прежде чем думать о продаже вин и их включении в карту, следует обстоятельно проанализировать ситуацию на рынке и разработать общую политику ресторана в отношении вина.

Исследование рынка

Открывая новое заведение, ресторатору необходимо убедиться в том, что оно соответствует требованиям рынка и спросу потенциальной клиентуры. Для этого ему следует провести исследование рынка. Оно поможет определить тот формат, который лучше избрать для ресторана, что, в свою очередь, определит форму и содержание винной карты.

Анализ продаж

В том случае, если ресторатор хочет поменять карту уже существующего заведения и придать новый импульс сектору напитков, он должен проанализировать свои продажи, что даст ему солидную основу для развития бизнеса и дальнейшей работы с вином.

Изучение тенденций

Изучение винного рынка и интуиция подскажут ресторатору, какие вина пользуются наибольшим спросом в данный момент. Эти вина составят корпус карты. Они общепризнанны и легко продаются. Другие вина – не столь популярные, но более редкие, с уникальными чертами – сделают вашу карту особенной, непохожей на другие. Спрос на такие вина будет провоцировать сомелье.

Ключевые параметры, определяющие потребности в вине

1. Тип клиентуры

Тип клиентуры подразумевает ценовую категорию и класс ресторана, от которых, разумеется, зависит и содержимое карты. Уровень вин и их цены должны соответствовать финансовым возможностям клиентов.

2. Стиль и кухня ресторана

Нельзя составить одну и ту же карту для маленького семейного ресторанчика, не нацеленного на вино, где можно довольствоваться тремя десятками наименований вин, и для гастрономического заведения.

В ресторане французской кухни предпочтение отдается французским винам, а точнее, винам терруара, которые обладают выраженной индивидуальностью. Для создания карты ресторана типа «Trattoria» придется обследовать мир итальянских вин. А бару, где подают тапас, разумеется, потребуются вина из Испании. Если предстоит открыть ресторан, специализирующийся на дарах моря, следует расширить предложение белых вин. В ресторане международной кухни при отеле, будет нужна открытая на мир карта с винами из многих стран и т.д.

3. Квалификация персонала

При выборе вина и создании карты квалификация персонала имеет решающее значение.

Если у ресторатора нет сотрудников, обученных вину, и он не собирается ими обзаводиться, то ему следует отдать предпочтение известным винам с простыми названиями, с которыми персонал будет обращаться с наименьшим количеством ошибок, а клиент сможет разобраться без посторонней помощи.

Если же, наоборот, ресторатор хочет взять на работу сомелье и обучить винам метрдотеля и официантов, он может обратиться к более «конфиденциальным» винам, требующим при продаже пояснений со стороны обслуживающего персонала.

4. Меню

Кулинарные проекты шеф-повара играют важную роль в выборе вин. Для каждого его творения необходимо располагать в карте, как минимум, тремя разными винами – трех разных ценовых категорий. Планы шефа следует изучать заблаговременно и вносить соответствующие поправки в ассортимент вин.

Наряду с этими четырьмя параметрами в каждом конкретном случае существуют дополнительные факторы, определяющие содержание карты вин. Среди них – особенности концепции ресторана, специфичность его местонахождения, стратегия конкурентов...

Возможности ресторатора определяют свободу маневра

Финансовый фактор

Ресторатор может сделать выбор либо в пользу инвестиции в значительный винный погреб, либо напротив – снизить начальные вложения и предпочесть работу с постоянным товарным потоком.

Наряду с расходами на закупку вин, значительные денежные средства мобилизуются при приеме на работу сомелье и обучении персонала. Поэтому, разумеется, прежде чем принять какое-либо решение по поводу ассортимента вин и дальнейшей работы с вином, необходимо учесть имеющийся в распоряжении бюджет.

КОЛИЧЕСТВО ПОСАДОЧНЫХ МЕСТ

Размер ресторана и количество посадочных мест не имеют прямого отношения к типу карты вин и количеству ее позиций. Маленький ресторан, нацеленный на высокую кухню, может предлагать богатую и разнообразную карту, тогда как большая брассери – отдать предпочтение стандартой карте с небольшим количеством вин. Число посадочных мест влияет на размер запасов и объемы заказов.

ТЕКУЧЕСТЬ КАДРОВ И КАРТА НАПИТКОВ

В ресторанной сфере персонал меняется часто, поэтому «развернутая» карта вин с поясняющими комментариями, помимо прочих достоинств, удобна тем, что не требует высокой квалификации, глубоких знаний о вине и специального тренинга. Персонал уходит, карта остается.

«Я ПРИНИМАЮ ВСЕХ, КТО СТУЧИТСЯ В ДВЕРЬ, ЧТОБЫ ПРОДАТЬ ВИНО. ЗАТЕМ Я ДЕГУСТИРУЮ И ПРИНИМАЮ РЕШЕНИЕ»

ЖАК МИШО,
СОМЕЛЬЕ, ФРАНЦИЯ

Дегустации обходятся поставщикам недешево, поэтому не стоит у них систематически требовать образцы, если вы не собираетесь вслед за этим сделать заказ.

«У НАШЕГО РЕСТОРАНА ПРАКТИЧЕСКИ СТОЛЬКО ЖЕ ПОСТАВЩИКОВ, СКОЛЬКО И ПОСТАВЛЯЕМЫХ ПРОДУКТОВ, ПОСКОЛЬКУ МЫ ОТБИРАЕМ ТОЛЬКО САМОЕ ЛУЧШЕЕ»

АЛЕН СОЛИВАРЕС,
ШЕФ-ПОВАР РЕСТОРАНА TAILLEVENT, ПАРИЖ

Складские возможности

Наряду с финансовым аспектом, складские возможности – это одно из главных условий при выборе винной политики. Наличие и размер помещения под погреб и реальность соблюдения в нем правил выдержки вина определяют допустимый объем запасов и срок их хранения. Кроме того, нельзя пренебрегать вопросом безопасности. Хороший погреб надо беречь от воров, пожара, повреждений труб... При наличии необходимых условий ресторатор может сделать массивные закупки вин с целью их выдержки и выгодного долгосрочного вложения. В противном случае он может обойтись несколькими винными шкафами.

Три главных характеристики карты вин

При сравнении потребностей с возможностями определяются основные характеристики карты вин.

1. Количество вин

Во Франции считается, что карта, содержащая около 50 вин, вполне достаточна для традиционного ресторана. Клиент имеет приемлемый выбор, но не тонет в водопаде предложений, которые при отсутствии квалифицированного персонала вызывают у него больше вопросов и сомнений, чем дают ответов. В такой карте следует чередовать малоизвестные вина с общеизвестной классикой, чтобы клиент имел широкий спектр выбора и мог легко в нем сориентироваться. Вина производителей должны соседствовать с винами негоциантов и несколькими знаменитыми именами, внушающими доверие и подходящими для карты любого ресторана.
В гастрономических ресторанах количество вин в карте может значительно возрасти.

2. Распределение вин по происхождению, цвету и типу

Здесь важное значение имеет кулинарное направление ресторана. Рыбная кухня требует преобладания белых вин, мясная – красных, национальная – вин из соответствующей страны. Простые блюда часто лучше сочетаются с рустикальными винами, а изысканные кушанья – с утонченными напитками.

3. Цены на вина

Те цены, которые будут указаны в карте вин, высчитываются заранее, то есть еще до подбора ассортимента. Ресторатор должен избрать в качестве точки отсчета среднюю цену бутылки в карте. Она соответствует той сумме, которую клиент в среднем тратит (или будет тратить) за бутылку вина в данном ресторане. Эта цифра будет находиться в карте в середине «ценовой оси». Для уже существующего заведения ее рассчитывают на основе статистических данных о продажах, для нового – путем прогноза и с помощью интуиции. Затем, используя принципы Омнеса (глава «Формирование цен»), ресторатор может легко установить диапазон цен в карте и их распределение внутри этого диапазона. После расчета цен можно приступать к подбору конкретных вин, которые будут продаваться по этим тарифам.

Работа с поставщиками

Перед началом отбора вин следует установить потенциальных поставщиков, с которыми вы предполагаете сотрудничать.

Поиск поставщиков

Определите тех дистрибьюторов, которые располагают самым широким выбором вин, совпадающих с ориентацией вашей будущей карты (происхождение, ценовые категории и т.д.). Прежде чем встретиться с поставщиком или пригласить его подъехать к вам (что уже приравнивается к полуподписанному договору!), сравните между собой разные предложения: условия доставки и оплаты, размер минимального заказа, поддержка продаж с помощью POS-материалов, ассортимент полубутылок и магнумов. Если у вас есть такая возможность, наведите справки о репутации поставщиков, условиях транспортировки и хранения на их складе.
Позднее, когда вы приступите к закупкам, постарайтесь протестировать ваших поставщиков. Начните с небольших заказов, чтобы оценить их реактивность. Однако только в более-менее трудных ситуациях вы узнаете ваших поставщиков по-настоящему. Задержки поставок, перебои с товаром, срочные заказы для особых мероприятий, в конечном счете, полезны. Они обогатят ваше совместное сотрудничество. И будьте, насколько это возможно, покладистыми, поскольку каждая разрешенная проблема только сплотит ваши коммерческие узы.

Количество поставщиков

Во Франции ресторан работает в среднем с четырьмя винными поставщиками. В России, в Украине, в Казахстане эта цифра должна быть увеличена по причине перебоев с вином, которые часто случаются у некоторых импортеров и могут вызвать неприятные последствия. Поскольку трудно найти в срочном порядке нового поставщика и получить с его стороны надлежащее обслуживание.
С поставщиками стоит поддерживать исключительно профессиональные отношения. Только так вы сохраните свободу маневра и выбора и не попадете в полную зависимость от того или иного дистрибьютора, что вы очень оцените, когда он раньше

ХРАНИТЬ ИЛИ НЕ ХРАНИТЬ? ЗА И ПРОТИВ

Стратегия «не запасаться»

Ресторатор может целиком и полностью отдать предпочтение небольшим запасам. Такая стратегия ограничивает денежные инвестиции и связанный с ними финансовый риск, а именно обесценивания вина, вызванного плохими условиями хранения, падением котировок, неудачным выбором годов урожая, кражами и т.д. Однако такая стратегия повышает себестоимость вин по следующим причинам.

• Заказывая каждый раз мало вина, вам придется оплачивать поставщикам их многочисленные поставки.

• У вас не будет больших (или никаких) скидок от поставщиков за количество.

• Вы будете чаще попадать в ситуацию «out of stock». У ваших поставщиков могут быть значительные задержки с импортом вина. Отсутствие некоторых позиций может вызвать недовольство клиентов. Вам придется вносить исправления в карту, перепечатывая ее чаще, чем хочется, и т.д.

• Наконец, вас будут меньше «уважать» поставщики. Меньше внимания, меньше приглашений на дегустации, меньше POS-материалов...

Стратегия «запасаться»

Большие запасы значительно повышают финансовый риск. Надо иметь возможность заморозить немалую денежную сумму и суметь сделать выгодные закупки. Однако у такой стратегии есть столько преимуществ, что в большинстве элитных ресторанов мира предпочитают иметь большой погреб. Он дает следующие козыри.

• Стабильная карта вин, в которой все вина есть в наличии.

• Выдержка вин позволяет заработать значительную прибавочную стоимость на винах, купленных много лет назад, и предлагать их в карте за разумную цену, а значит – выделиться среди других ресторанов, которые уже не могут найти такие вина на рынке.

• Наличие погреба дает определенную автономию и возможность вести более жесткие и независимые переговоры с поставщиками, чтобы получить лучшие цены и лучшее обслуживание.

• Меньше времени тратится на закупки.

В действительности сроки поставок сильно варьируются. Это еще более ощутимо в регионах, где лучше дополнительно подстраховаться и запастись винами, чтобы не думать о переделке карты каждую неделю.

В создание большого винного погреба не пускаются нежданно-негаданно. Новичку лучше начинать постепенно, чтобы точнее выявить потребности клиентуры, закладывать вина в погреб понемногу, изучить их оборачиваемость и соответствие спросу и хорошо обучить свой персонал, прежде чем приступать к массовому наполнению погреба и иммобилизации значительного капитала.

Конечно же, все эти размышления приемлемы для стабильной экономической ситуации. Поэтому остается надеяться на то, что отныне в России больше не будет резких поворотов в законодательстве и замены акцизных марок.

или позже – из-за тяжести своих задач – не сможет сделать вам поставку вовремя.

Отбор ассортимента

Вина низкой ценовой категории

Отбор дешевых вин – самая трудная часть работы по определению ассортимента винной карты. Именно здесь проявляется весь талант сомелье. Выбор house wine требует многочисленных дегустаций, в которых принимают участие несколько человек.

Продегустировать вина можно на особых мероприятиях, организованных импортерами, на специализированных выставках или – попросив поставщиков предоставить несколько образцов.

Для отбора вин начальной ценовой категории и, в частности для house wine, я рекомендую дегустацию вслепую, в которой участвуют сомелье и еще, по меньшей мере, два человека. В стремлении придать карте больше характера, сомелье или ресторатор могут одновременно с house wine отобрать еще одно-два вина, кажущиеся им наиболее типичными и меньше угождающими всеобщему вкусу, которые они смогут отстоять перед клиентами.

Однако house wine, как правило, должно быть вином, подходящим для любого случая, способным нравиться самому широкому кругу потребителей. Поэтому, чем больше будет дегустаторов от ресторана (и чем шире спектр образцов), тем правильнее окажется выбор.

Никогда не будет лишним повторить, что умение и квалификация сомелье наилучшим образом отражаются в малых винах.

Вина средней и высокой ценовой категории

Эти вина сомелье должен отбирать совместно с шеф-поваром. Заранее, изучив прайс-листы и различные гиды, они могут составить предварительную подборку вин, которая поможет им в дальнейшем значительно ускорить работу. В ходе этой подготовительной работы они должны рассчитать цены, которые появятся рядом с этими винами в карте ресторана, и проверить их общее соответствие ценовой политике. Полезно изучить карты некоторых аналогичных ресторанов, которые считаются конкурентами вашего заведения.

Затем выбор вин может быть подтвержден либо после классической дегустации, либо, если есть такая возможность, на общем собрании персонала, за столом и вместе с блюдами шеф-повара.

Совместно с другими членами ресторанной бригады шеф-повара и сомелье регулярно дегустируют основные блюда, включаемые в меню. Это необходимо для того, чтобы метрдотель и официанты знали не по наслышке их вкус и могли правдиво и грамотно рассказать о них клиентам.

Полезно хранить в ресторане некоторые образцы вин, чтобы время от времени дегустировать их с блюдами. Такие дегустации приносят всем пользу. На них всегда есть чему поучиться.

В ходе подобных дегустаций каждый может выразить свое мнение о вине, его сочетаемости с блюдами и познакомиться с ассортиментом, что значительно улучшит качество обслуживания. Во время такой дегустации можно выбрать действительно те вина, которые наилучшим образом подходят к кухне ресторана, ибо существует большая разница между теорией и практикой гастрономических сочетаний, и сразу составить аргументы для их продажи.

Благодаря систематическим дегустациям блюд вместе с винами, Филипп Лежандр – шеф-повар парижского ресторана «V» из отеля George V – добился значительного улучшения гастрономических сочетаний. Эрик Бомар – шеф-сомелье и директор ресторана – подбирает лучшие вина, а Филипп Лежандр вносит легкую корректировку в свою кухню, чтобы достичь ее идеального созвучия с винами.

Заказ – поставка. Проверка на соответствие

При получении вина следует внимательно проверить, что поставлено именно то, что заказано. Особое внимание уделяйте году урожая.

Любые подмены с годами урожая, сделанные без предупреждений, в принципе, неприемлемы. Вино другого года должно считаться новым вином.

Прежде чем подписать накладные, проконтролируйте следующие «мелкие» детали (при необходимости сверяясь с бутылкой-образцом):

- год урожая
- название cuvée (если имеется)
- название участка (если имеется)
- сорт винограда (если имеется), а также все, что может вызвать путаницу, – Chablis 1-er Cru вместо Chablis Grand Cru и т.д. и т.п.

Откажитесь подписывать накладные, если есть расхождения между заказанным и поставленным вином. Мир вина сложен, и ошибки допускаются очень часто. Не все кладовщики и экспедиторы могут претендовать на звание Master of Wine!

Наконец, проверьте состояние бутылок. Протекшие бутылки очень легко распознать по следам на горлышке и иногда – на этикете. Все коробки с вмятинами и пятнами должны быть обязательно вскрыты и проверены в присутствии экспедитора.

Утренняя поставка вина в парижскую брассери Bofinger (внизу).

Директор винного бара L'Ecluse (вверху) никому не доверяет спускать в погреб ящики с наиболее ценными винами.

ДЕГУСТАЦИЯ В ЦЕЛЯХ ЗАКУПКИ МЕТОД ЧИСЕЛ

Это очень удобный и эффективный метод, необходимый для отбора относительно недорогих и неизвестных вин. Например, именно таким способом рекомендуется выбирать house wine.

Как минимум, три человека (ресторатор, сомелье и шеф-повар) дегустируют вслепую несколько вин и присваивают им числа, соответствующие их местам:

1 – наиболее понравившееся вино

2 – второе из понравившихся и т.д.

По окончании дегустации числа складывают. Вино с самым малым числом считается победителем.

В том случае, если два и несколько вин получают близкие оценки, решающее значение для включения в карту будет иметь их цена.

МАШИНЫ НЕ СТАВИТЬ

ВЫГРУЗКА

ВЫБОР БУТЫЛКИ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЕЕ ФОРМЫ

Часто думают, что раз клиент выбирает вино, не видя бутылки, то ее форма никак не влияет на продажи ресторана. Но это неверно. Эффект визуального воздействия, разумеется, не будет столь силен, как в супермаркете или в винном бутике, но форма бутылки, и в особенности ее соответствие типу ресторана и целевой клиентуре, является одним из определяющих элементов степени удовлетворенности клиента и вероятности его фиделизации. Во время трапезы у клиента есть немало возможностей поднять и рассмотреть бутылку, и либо он останется удовлетворен своим выбором, либо испытает разочарование. Поэтому при подборе новых вин, которые будут включены в карту, сомелье и ресторатор должны обратить внимание на форму и оформление бутылок.

Форма современных бутылок, как правило, стандартна и восходит к традиционным бутылкам конкретной винодельческой области.

Повсюду в мире распространена бордоская бутылка, множество вариантов которой существуют как в самой Франции (на юге страны), так и в Испании, Италии и в большинстве других винодельческих стран. Но пропорции ее могут меняться от производителя к производителю. Ширина плечиков (чем они шире, тем в большей мере бутылка воспринимается как традиционная, чем они уже, тем она кажется современнее), высота, изящество, длина горлышка, широкое или, наоборот, узкое, расширяющееся кверху, основание – все эти характеристики различаются у бутылок такого типа, выпущенных различными производителями. Другая форма, вторая из наиболее распространенных на рынке, – более приземистая бургундская бутылка. Она используется для вин Бургундии, но ее можно также встретить в других регионах Франции (в долине Луары и по берегам Роны) и в других странах (например, в итальянским Пьемонте, в Австралии, в Новой Зеландии).

Другие известные формы бутылки – эльзасская (которую еще называют рейнской и используют для швейцарских и прочих вин долины Рейна), шампанская и т.п.

Форма бутылки и стиль ресторана

В зависимости от стиля ресторана, имеет смысл выбирать бутылки, удачно вписывающиеся в интерьер и отвечающие ожиданиям клиентуры. Ресторан с изысканным современным дизайном, с утонченным оформлением, ориентированный на городскую, часто женскую клиентуру, скорее, предпочтет высокие и узкие бутылки с тонким горлышком, с контрастной этикеткой, которые добавят декоративный элемент столу с чистыми, графическими линиями. Данная мысль справедлива до такой степени, что основатель ресторанов O Poivrier и Zebra Square Патрик Дердериан принципиально отказался от бутылок половинного объема (0.375 л) как нарушающих, по его мнению, общую эстетику его заведений.

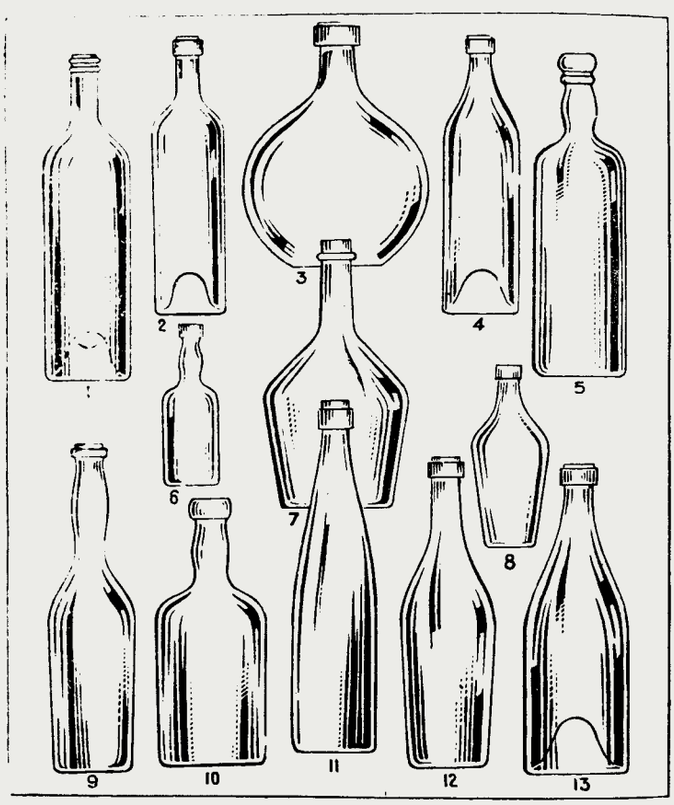
И наоборот, традиционный ресторан, предлагающий богатую вкусовыми оттенками кухню терруара, скорее, порадует своих клиентов приземистыми, прочными бутылками из толстого стекла, а посетители почувствуют себя увереннее, видя на столе столь мощного союзника. Такие бутылки, кроме того, должны отличаться порядочным весом.

Косвенные признаки, указывающие на качество вина

Профессионалы рассматривают донышко бутылки как элемент, определяющий качество вина. Так, более тяжелые, а значит и более дорогие бутылки предназначены для вин, которые этого заслуживают. Клиенты тоже пользуется этим критерием, поэтому при прочих равных условиях следует выбирать те бутылки, у которых наиболее массивное и вогнутое донышко. Вес бутылки также должен приниматься в расчет.

На качество вина указывает и длина пробки. Если вино подается молодым клиентам, интересующимся наиболее доступными ценами, то данный аспект не имеет большого значения. Другое дело, если речь заходит о гастрономическом ресторане, где сомелье, открыв бутылку, оставляет пробку на столе клиента. Пробка должна быть как можно длиннее, поскольку опытный клиент хорошо знает, что длинные пробки запечатывают только лучшие вина, предназначенные для выдержки.

Внимание! Пластмассовую пробку на столе клиента не оставляют.



1. Стандартная литровая бутылка
2. Бордоская бутылка
3. Баскская бутылка
4. Арманьячная бутылка
5. Бутылка для порто
6. Миниатюрная бутылка для ликера
7. Ликерная бутылка (Бенедиктин)
8. Фляга
9. Голландская бутылка
10. Бутылка для мартиниканского рома
11. Эльзасская бутылка
12. Бутылка для вин Юры
13. Бургундская бутылка

(Винтажный рисунок, 1950-е годы)

ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ КАРТЫ ВИН

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОСНОВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК КАРТЫ

См. схема на стр. 272

ОТБОР ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОСТАВЩИКОВ

Изучение прайс-листов

СБОР ИНФОРМАЦИИ О ВИНАХ

- специализированные гиды
- мнения винных критиков

СОСТАВЛЕНИЕ ПРЕДВАРИТЕЛЬНОГО АССОРТИМЕНТА

анализ его соответствия блюдам и концепции ресторана

Расчет цен

ДЕГУСТАЦИЯ ВИН

- предоставленные образцы
- выставки
- профессиональные мероприятия

УТВЕРЖДЕНИЕ АССОРТИМЕНТА

Заключение договоров с поставщиками

Утверждение цен

Разработка коммерческих аргументов для представления вин при продаже

ИЗГОТОВЛЕНИЕ КАРТЫ

- Разработка комментариев и пояснений к винам
- Разработка оригинал-макета карты
- Проверка
- Печать

ПОСЛЕДУЮЩАЯ РАБОТА

«Обкатка» карты: ее корректировка с учетом опыта практической работы

Внесение сезонных изменений

Организация промоушн-акций

Наблюдение за эволюцией вин, включенных в карту

«ЛЕГЧЕ ПРОДАВАТЬ ВИНА, КОТОРЫЕ ЛЮБИШЬ. ТЕМ НЕ МЕНЕЕ НУЖНО ВКЛЮЧИТЬ В КАРТУ ВИНА РАЗНОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ, КОТОРЫЕ ОТВЕЧАЛИ БЫ ОЖИДАНИЯМ, ОТЛИЧАЮЩИМСЯ ОТ НАШИХ ВКУСОВ»

ЖАН-ЛЮК ПУТО,
ЛУЧШИЙ СОМЕЛЬЕ МИРА
1983 ГОДА

Сцена из фильма «Гарсон!» с Ивом Монтаном, 1983 г.

После предварительного расчета продажных цен на вина следует проверить, соответствуют ли они принципам Омнеса. (стр. 286–287)

Глава
4.2

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕН

Формирование цен на вина и спиртные напитки должно быть объектом особого внимания со стороны директора ресторана и шеф-сомелье. Цены устанавливаются вне зависимости от личных финансовых амбиций. Они отражают уровень ресторана и должны соответствовать возможностям его клиентуры.

Факторы ценовой политики

Установление продажных цен – это решающая операция для всех предприятий, в том числе, разумеется, и для ресторана. Правильное ценообразование как для меню, так и для карты вин, повышает посещаемость ресторана и его оборот.

Сложность формирования цен вызвана, в первую очередь, тем, что в расчет принимаются не только объективные факторы – расходы хозяйственной деятельности, налоги, зарплата, стоимость товаров, но и такие субъективные критерии, как концепция ресторана, целевая клиентура, конкуренция...

В конечном счете, правильная цена – это та цена, которую потребитель готов заплатить за данный продукт. Поэтому секрет процветания ресторана кроется в грамотном ценообразовании. Только путем методичного изучения целого комплекса различных вопросов можно принять правильное решение относительно ценовой стратегии.

Структура продажной цены

Товар продается по цене, превышающей его закупочную стоимость:

продажная цена	=	закупочная цена товара *(себестоимость)*	+	валовая прибыль

Закупочная цена – это основа для расчета продажной цены и прибыли. Поэтому так важно получить от поставщиков лучшие цены.

Разница между продажной ценой и себестоимостью – валовая прибыль – идет на оплату расходов хозяйственной деятельности и заключает в себе прибыль предприятия:

валовая прибыль	=	сумма расходов	+	налогооблагаемая прибыль

Старинный кассовый аппарат в брассери Vagenende, Сен-Жермен-де-Пре, Париж

ВАЖНЕЙШИЕ ФАКТОРЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

- Рентабельность заведения
- Бюджет целевой клиентуры
- Цены в конкурирующих заведениях

СЧЕТА ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСТОРАНА (во Франции)

Общая выручка от реализации товаров и услуг	100%
Себестоимость товаров	30%
Валовая прибыль	70%
Расходы хозяйственной деятельности	20%
Добавленная стоимость	50%
Налоги и сборы (без налога на прибыль)	2%
Расходы на персонал	28%
Финансовый результат хозяйственной деятельности	20%
Расходы на амортизацию	5%
Прибыль от хозяйственной деятельности	15%
Финансовые расходы	1%
Прибыль до налогообложения	14%

Себестоимость товаров. Закупочная стоимость товаров (включая расходы на их транспортировку), предназначенных для последующей продажи и переработки.

Валовая прибыль. Это разница между общей выручкой и себестоимостью товаров. Она должна покрывать расходы хозяйственной деятельности, налоги и сборы, затраты на персонал, амортизационные и финансовые расходы, а также включает налогооблагаемую прибыль.

Расходы хозяйственной деятельности. Все расходы, связанные с функционированием ресторана (аренда, инвентарь, энергия, электричество и т.д.).

Добавленная стоимость. Валовая прибыль за вычетом расходов хозяйственной деятельности.

Расходы на персонал. Заработная плата и выплаты по заработной плате.

Финансовый результат хозяйственной деятельности. Добавленная стоимость за вычетом расходов на персонал и суммы налогов и сборов (за исключением налога на прибыль), то есть профессиональный налог, лицензия на продажу алкоголя и т.д.

Прибыль от хозяйственной деятельности. Разность между финансовым результатом хозяйственной деятельности и расходами на амортизацию инвентаря и оборудования.

Финансовые расходы. Затраты, связанные с банковскими операциями, возмещение кредита. Они могут погашаться финансовыми доходами, то есть выплатами процентов по денежным вкладам.

Прибыль до налогообложения. Прибыль от хозяйственной деятельности за вычетом финансовых расходов.

Чистая прибыль. Разница между прибылью до налогообложения и суммой налога на прибыль.

Приведенные выше показатели носят индикативный характер (источник: www.cohordo.com) и отражают экономическую деятельность здорового, с финансовой точки зрения, ресторана. Согласно источнику этой информации, данные показатели мало варьируются от одного типа ресторана к другому. Можно предположить, что в России эти цифры будут иными: себестоимость проданных товаров представляет более важную статью расходов, тогда как расходы на персонал менее значительны.

Валовая прибыль от бутылки вина

Для установления средней валовой прибыли от каждой проданной бутылки вина, проводят расчеты согласно нижеследующему примеру, опираясь на данные о продажах за прошедший месяц.

Общий оборот вина	32.000 у.е.
Себестоимость запасов на 1-е число месяца	11.000 у.е.
Закупки вин в течение месяца	8.000 у.е.
Себестоимость запасов на 1-е число след. месяца	9.000 у.е.
Себестоимость вин, проданных за месяц (11.000 + 8.000 – 9.000)	10.000 у.е.
Общая валовая прибыль (32.000 – 10.000)	22.000 у.е.
Кол-во проданного вина (1.000 x + 400 x 1/2 + 250 x)	1.250 бтл.
Валовая прибыль от одной проданной бутылки (22.000 : 1.250)	17,6 у.е.

Все суммы в данном примере указаны без учета НДС.

Коэффициент наценки

Коэффициент наценки каждого конкретного товара является отношением его продажной цены к себестоимости:

$$\text{коэффициент наценки товара} = \frac{\text{продажная цена товара}}{\text{себестоимость товара}}$$

Для всего предприятия в целом коэффициент наценки можно определить, поделив общую выручку на себестоимость товаров:

$$\text{совокупный коэффициент наценки} = \frac{\text{общая выручка}}{\text{себестоимость товаров}}$$

Этот коэффициент определяет величину наценки, покрывающей издержки и расходы, за вычетом которых остается прибыль.

Два метода установления цен

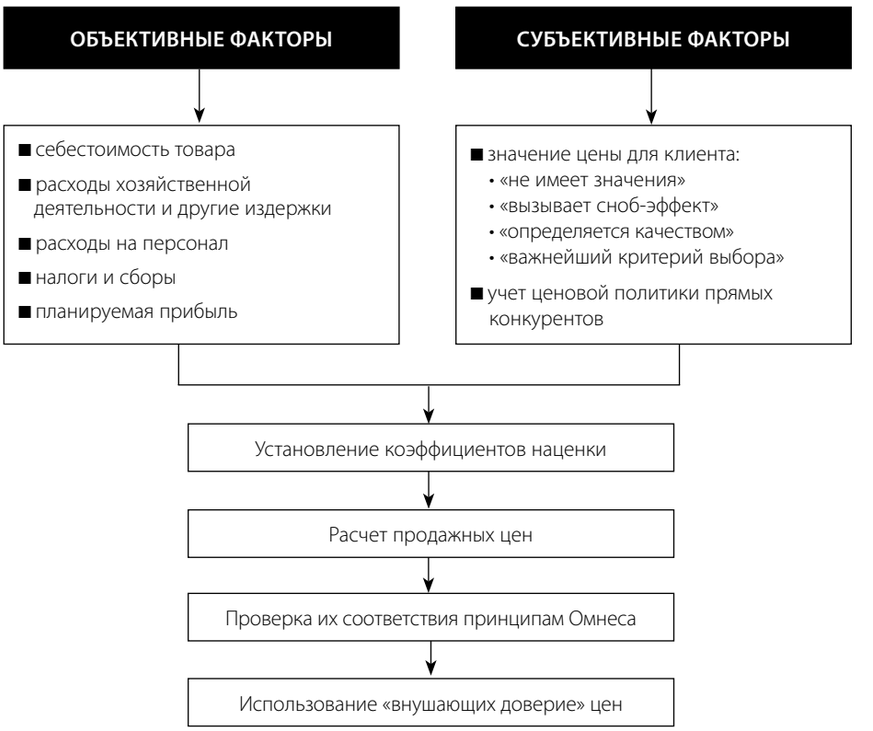
При расчете цен ресторатор может пользоваться одним из двух методов.

• Прибавление к закупочной цене валовой прибыли в денежном выражении.

• Умножение закупочной цены на коэффициент наценки.

Что касается вина, то по причине существования

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕН



очень большой разницы в ценах между разными винами, представляется неразумным применять один и тот же фиксированный коэффициент для всех вин. Поэтому чаще всего предпочтение отдается «плавающему» коэффициенту.

Ресторатору самому решать, каким методом установления цен он будет пользоваться. Отслеживание продаж поможет ему в дальнейшем убедиться в правильности ценовой политики или, наоборот, скорректировать ее, чтобы лучше соответствовать спросу потребителей, не забывая о прибыли своего заведения.

Использование коэффициента наценки

Этот метод наиболее легок в применении. Достаточно умножить себестоимость товара на установленный коэффициент, и получится продажная цена товара.

себестоимость вина	x	коэффициент наценки	=	продажная цена

7,50 у.е. x 3 = 22,50 у.е.

Однако, как уже говорилось, не стоит применять один и тот же коэффициент наценки для вин разных ценовых категорий. Для дешевых вин он должен быть выше, чем для дорогих. Иначе в вашей карте появятся устрашающие посетителей астрономические цифры.

Использование валовой прибыли в денежном выражении

Как нами уже было установлено, валовая прибыль является разницей между продажной и закупочной ценой товара. Поэтому, рассчитав валовую прибыль от бутылки вина по приведенному выше методу, продажную цену вина устанавливают следующим образом:

себестоимость бутылки вина (без НДС)	+	валовая прибыль	=	продажная цена (без НДС)

7,50 у.е. + 17,6 у.е. = 25,10 у.е.

Этот метод установления цен стимулирует потребление вин высокой гаммы, позволяя клиенту заказать те вина, которые при другом методе расчета оказались бы для него слишком дорогими. Это привлекает в ресторан знатоков и в то же время гарантирует рентабельность продаж. Однако этот метод установления цен ставит в невыгодное положение дешевые вина.

Установление цен на вина во Франции

Посмотрим, как рассчитывают цены на вина во французских ресторанах, на примере концептуального ресторана Oh Poivrier. Для тех вин, которые будут стоить в карте не более 20 евро, в Oh Poivrier используется коэффициент наценки, равный четырем.

Себестоимость x 4 + НДС ≤ 20 евро

НЕОБХОДИМО ПОСТОЯННО ОТСЛЕЖИВАТЬ ПРОДАЖИ, ЧТОБЫ КОРРЕКТИРОВАТЬ ВОЗМОЖНЫЕ ОШИБКИ И УСТАНАВЛИВАТЬ КАК МОЖНО БОЛЕЕ ТОЧНЫЕ, ПОДХОДЯЩИЕ ЦЕНЫ.

И меню, и карта вин адресованы одному и тому же кругу клиентов. А значит уровень их цен должен быть одинаковым, иначе посетителей может ожидать неприятный сюрприз. Цены на вина должны соотноситься с ценами на блюда.

Повышение или понижение цен – это не просто исправление цен в карте. Это пересмотр закупочной политики, переработка карты вин и изменение направления – либо в сторону более дорогих и более качественных вин, либо менее дорогих, с лучшем соотношением цена/качество.

При этом, удерживая НДС и вычитая расходы на обслуживание, ресторан зарабатывает около 9 евро на бутылке. Такая же наценка – 9 евро – сохраняется и для более дорогих вин, к цене которых еще добавляются расходы на обслуживание (15%).

$$(C_{себест.} + 9) + 15\% + НДС > 20 \text{ евро}$$

При таком подходе коэффициент наценки для наиболее дорогих вин составляет около 2,5.

Дирекция ресторана считает, что такая политика является правильной, поскольку средняя цена, по которой их клиенты покупают бутылку, удерживается на уровне 20 евро. «Если мы поступим иначе, цены на дорогие вина окажутся слишком завышенными, и посетители будут довольствоваться бутылками за 20 евро. А значит финансовый результат окажется таким же, но клиент не получит дополнительное удовольствие, которое он умеет оценить.»

В России закупочные цены на вина взвинчены из-за дополнительных расходов, связанных с транспортировкой и акцизами. Поэтому представляется ошибочным использовать те же коэффициенты, что и в винодельческих странах.

Субъективная сторона формирования цен

Одних цифр, коэффициентов и математических подсчетов недостаточно для установления цен на вина. Вы должны также учитывать вашу ценовую политику, позиционирование ресторана, его целевую клиентуру и опыт конкуренции.

Какую стратегию лучше выбрать: установить цены на уровне наиболее распространенных на рынке или предпочесть политику более низких или, наоборот, более высоких цен? Только вы сами способны ответить на этот вопрос. А приведенные далее размышления могут прийти вам на помощь.

Отношение потребителя к цене

Какое значение имеет цена для ваших целевых клиентов? Является ли для них цена вина важным критерием в момент заказа? Вот элементы, от которых зависит ваша ценовая политика.

Цена значения не имеет

Существуют рестораны, где клиенты смотрят на цены как на один из второстепенных факторов. Для бизнесмена, стремящегося покорить своих партнеров престижным адресом и изысканным вином, размер счета покажется незначительным в сравнении с финансовым результатом, ожидаемым от встречи. Ему важно суметь предложить лучшее. И это будет основным критерием его выбора. Вероятно, по этой причине цены на вина Гран Крю за несколько последних десятилетий взлетели до небес.

Сноб-эффект

Другие рестораны используют в своей ценовой политике так называемый эффект Веблена. В данном случае цена считается основным критерием выбора. Это не значит, что предпочтение отдается самой низкой цене, все происходит с точностью до наоборот. Цена считается фактором качества. В таком контексте ресторатор увеличивает свои расценки для «психологического» доказательства высокого уровня своего заведения.

Хорошим примером эффекта Веблена служит исследование, проведенное компанией «Мерседес» в 1990-е годы. Его вывод гласил: если цена на машины этой марки снизится, они будут хуже продаваться.

Соотношение цена-качество

Те потребители, которые платят за то, что стоит сво-

ЭФФЕКТ ВЕБЛЕНА

Эффект Веблена носит имя американца норвежского происхождения Торстейна Веблена (1857–1929), впервые описавшего данный феномен, при котором спрос на товар возрастает одновременно с его ценой. Это явление объясняется психологическим фактором, связанным с социальным признаком покупки товара по высокой цене.

Эффект Веблена наблюдается у потребителей, которые ощущают потребность выделиться среди других. Поэтому его также называют «сноб-эффект». Он особенно сильно затрагивает потребителей, недавно поднявшихся по социальной лестнице. Так, эффект Веблена играет свою роль в стремительном распространении услуг категории «люкс» и магазинов, торгующих предметами роскоши, в развивающихся странах.

их денег, ходят в рестораны с наиболее разумными ценами, в которых не экономят на качестве. Это рестораны, предназначенные для знатоков. Их доля на рынке постоянно растет. В конечном счете, для ресторатора это самая простая из стратегий.

Цена – важнейший критерий

Наконец, существуют рестораны, ориентированные на публику, для которой цена имеет решающее значение. Этими потребителями движет постоянный поиск самых низких расценок, что заставляет управляющего ресторана снижать расходы, экономить на персонале, поднимать объем продаж и постоянно организовывать промоушн-акции.

Опыт конкуренции

Конкуренция – это внешний фактор, который вы не можете контролировать напрямую. Зато вы можете принять в расчет опыт и ценовую политику ваших конкурентов.

Знаете ли вы, как формируют цены ваши прямые конкуренты? Следите ли вы за их ценами? Посетили ли вы ваших конкурентов (инкогнито), чтобы узнать их ценовую стратегию? Поставили ли вы себя на место клиента? Какие вы сделали выводы? Что вы думаете о ваших расценках, сравнивая их с расценками конкурентов? Что вы, говоря начистоту, думаете о ваших ценах, ставя себя на место посетителя вашего заведения?

Психологическая подгонка цен

Ценовая политика испытывает влияние стратегических и бухгалтерских аспектов, но ее завершает психологическая регулировка. Большинство потребителей не знают точные цены на вина, поскольку это не предмет первой необходимости. Поэтому они воспринимают цены в пределах доступных значений. В их сознании существует «вилка» приемлемых цен для вина каждого типа. В зависимости от класса ресторана позволительно слегка уменьшить или увеличить расценки на вина, придав им «психологическую» наружность.

Круглые цены

Это полные и круглые числа, которые делятся на 50, например: 300, 500, 650. Такие цены легко запоминаются и вызывают у клиента желание поупражняться в подсчетах, который, увы, часто оказывается невыгодным для продающей стороны. В любом случае клиент сочтет такие цены либо недостаточно высокими, а значит товар – плохого качества, либо слишком дорогими. Круглые цены редко придают товару бóльший вес.

Агрессивные цены

Такие цены широко используются в супермаркетах. Цифры 45,99 у.е.; 299 руб. или еще более атакующие 999 руб. считаются агрессивными расценками и могут плохо восприниматься в ресторане как в отношении блюд, так и вин. Поэтому лучше оставить их для оптовой торговли.

Внушающие доверие цены

Большинство маркетинговых исследований рекомендуют использовать именно эту разновидность цен. В долларах или евро внушающие доверие цены выглядят следующим образом: $32.5 или 45.7€, или $27,30. В рублях это может быть, например: 325 руб., 475 руб. или 960 руб. Такие нейтральные цены не задерживают внимания потребителя, освобождая его подсознание от поиска основания цены.

«КАРТА ВЫСТРАИВАЕТСЯ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ КЛИЕНТУРЫ, БЮДЖЕТА И ШЕФ-ПОВАРА. НО НЕ ОТ ЛИЧНЫХ ВКУСОВ СОМЕЛЬЕ»

ЖАК МИШО,
СОМЕЛЬЕ, ФРАНЦИЯ

ПРИНЦИПЫ ОМНЕСА

МАРКЕТИНГ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В РЕСТОРАНЕ

ЧЕТЫРЕ ПРИНЦИПА ОМНЕСА

1. Диапазон категории
2. Распределение цен
3. Соотношение между спросом и предложением
4. Промоушн

Этот простой метод анализа и установления цен широко распространен во французских ресторанах. Он позволяет контролировать адекватность спроса и предложения.

Прежде чем приступить к принципам Омнеса, важно отметить, что они подходят и для вин, и для блюд. Однако для блюд цены сравниваются только в пределах определенных категорий: категория закусок, категория мясных блюд, категория десертов и т.д. Наоборот, в карте вин все вина представляет собой единую категорию.

1. Диапазон категории

Диапазон категории – это коэффициент между самой высокой и самой низкой ценами. Согласно Омнесу, он должен быть не больше трех.

$$\frac{\text{самая высокая цена}}{\text{самая низкая цена}} \leq 3$$

Например, в карте вин самая дорогая бутылка стоит 59 у.е., а самая дешевая – 20 у.е. Диапазон категории = 59 : 20 = 2,95.

Соблюдение первого принципа Омнеса дает гармоничную карту вин, направленную на целевого потребителя.

В некоторых ресторанах лучше иметь две карты вин – одну с престижными, а другую с более ординарными винами.

2. Распределение цен

Для того чтобы рассчитать распределение цен, надо разделить все вина на три ценовых группы, согласно приведенному далее примеру.

Пример. Самое дешевое вино стоит в карте 20 у.е., самое доргое – 59 у.е. Разница между ними составляет 39 у.е.
39 : 3 = 13
Три ценовых группы будут следующими:
1-я группа – от 20 до 33 у.е.
2-я группа – от 33 до 46 у.е.
3-я группа – от 46 до 59 у.е.

Первая группа	Вторая группа	Третья группа
20 у.е.	33 у.е.	46 у.е. 59 у.е.

Во второй ценовой группее должно быть, как минимум, столько же вин, сколько в двух остальных вместе взятых.

Количество вин в двух крайних группах может быть равным или нет.

Второй принцип Омнеса ограничивает соотношение вин только между второй группой и первой и третьей вместе взятыми.

Что касается соотношения вин между первой и третьей группами, то оно зависит от типа ресторана. Для дорогого ресторана рекомендуется иметь в два раза больше вин в дорогой группе, чем в дешевой. А для более доступного заведения баланс весов должен сместиться в сторону первой группы, в которой количество вин может превысить в два раза количество вин из третьей группы.

3. Соотношение между спросом и предложением

Третий принцип Омнеса позволяет оценить соотношение между средней ценой, оплачиваемой потребителем (средняя цена спроса), и средней ценой, предложенной заведением (средняя цена предложения).

Они рассчитываются следующим образом:

$$\text{средняя цена спроса} = \frac{\text{оборот}}{\text{кол-во проданных единиц (бутылок)}}$$

$$\text{средняя цена предложения} = \frac{\text{сумма всех продажных цен}}{\text{кол-во наименований}}$$

Рассчитывая соотношение, интересующее нас в

WHITE

	250ml Glass	Bottle
Longwood Chenin Chardonnay South Africa 2006 13.5% Medium bodied, yet very well balanced, with a fresh apricot and guava fruit character. Very, very drinkable.	£4.40	£12.95
Montevardi Pinot Grigio Italy 2005 12.5% Medium to full bodied but with a creamy, white peach flavour and long refreshing finish.	£5.25	£14.95
Muscadet, Sevre et Maine France 2005 12% A classic bone dry wine, with a clean fresh citrus character and touch of minerality on the palate.		£16.85
Beronia, Rioja Blanco Spain 2005 13% Surprisingly rich and full flavoured yet crisp and refreshing. Citrus fruits abound with a long complex finish.		£17.50
Ventisquero Reserva Sauvignon Chile 2005/2006 13% A classically pungent and herbaceous tasting wine. Good refreshing acidity which is wonderfully balanced with ripe gooseberry fruit.		£18.95
D'Arenberg, Olive Grove Chard, McLaren Vale Australia 2005/2006 14.5% Full flavoured but well balanced, combining peach, citrus and melon with a wonderful toasty oak character.		£24.50

ROSE

Monte Clavijo, Rioja Rosado Spain 2005 11.5% Refreshing and fruity with the sweet, ripe strawberry fruit of the garnacha grape to the fore. Modern winemaking from the most traditional region of Rioja.		£12.95

SWEET WINE

Monbazillac, Chateau La Gironie, G. Pelletant, France 2003/5 14% Delicious honeyed wine produced from Semillon grapes, and produced in exceptional years. A cracking wine for all desserts and cheeses.		£28.75
Hardys Tintara, Botrytis Riesling, South Australia 2003/4 10% A luscious wine, full of Apricots and Orange with hints of sweet apples and melons.		£29.45

PREMIER WHITE

Sancerre, Les Mont Damnes France 2005 12.5% An outstanding wine from an outstanding vintage. Crisp and refreshing, herbaceous and complex, everything a Sancerre should be.	£35.95
Chateau Cantelys Blanc, Pessac Leognan France 2005 12.5% A mature wine combining toasted brioche notes with a complex herbal and spice character.	£39.95
Huia, Marlborough Sauvignon New Zealand 2006 13.2% Intense and fruity combining a distinctive ripe gooseberry and grassiness character with just a hint of passion fruit. A lovely ripe fruity finish.	£32.95
Laroche, Premier Cru Chablis France 2004 13% A least elegant style, classically combining clean citrus fruits with an almost steely complexity and a long smokey finish.	£49.95
Chassagne Montrachet, Vielles Vignes, Potel France 2004 13% An excellent Chassagne Montrachet from an outstanding vintage, combining subtle complexity with depth and elegance and a wonderful lingering finish.	£59.95

PREMIER RED

Cotes de Nuit Villages, Nicolas Potel France 2000/2005 13% Medium bodied with a lovely raspberry and redcurrant character typical of this relatively warm vintage. Wonderfully complex and enticing on the palate.	£38.95
Louis Bernard, Chateauneuf du Pape France 2004 14% A relatively robust and rich wine combining sweet blackberry and raspberry jam notes with a herbal almost earthy complexity.	£39.95
Zonchera Barolo Italy 2002 14% A very harmonious wine that combines a wonderfully fragrant, almost truffle aroma with a cherry and spice flavour wrapped in velvety tannins.	£44.95
Castello Monaci, Rioja Reserva Spain 1998/2000 12.5% Drinking extremely well. This is a mature Rioja which retains its plum fruit amidst the typical toasty oak and spice character.	£32.95
Rocca Sveva, Amarone di Valpolicella Italy 2000 14.5% Extremely powerful yet refreshing. Full bodied with ripe cherry fruits, herbs and mineral complexity and a wonderfully persistent fruit laden finish.	£59.95
Chateau Cantelys, Pessac Leognan France 1999 12.5% Mature claret at its very best. Classic cassis, cedar and 'fruits of the forest' flavours combine with smoke and spice. Extremely well balanced.	£54.95

Volnay, Vielles Vignes, Nicolas Potel France 2005 13% A wonderful example from this excellent commune in another good vintage. Almost understated, yet elegant and complex.		£69.95

RED

	250ml Glass	Bottle
Longwood Shiraz Cabernet Sauvignon South Africa 2005 14% Medium to full bodied showing a lovely ripe red berry and humble fruit character and a ripe fruity finish.	£4.40	£12.95
Ventisquero Reserva Merlot Chile 2005 14% Full bodied with a rich, dry plum fruit character, and lots of ripe tannins. Complex and stylish finish.		£18.95
Ruins Pinotage South Africa The Ruins Pinotage - An excellent Organic wine, brimming with plum and blackberry fruits, made from this unique grape found only in South Africa.		£15.95
Louis Bernard, Cotes du Rhone France 2005 13.5% Soft and approachable, this is classic Cotes du Rhone combining ripe raspberry and blackcurrant fruit with a rich spicy finish.	£6.00	£17.95
Beronia Rioja, Tempranillo Barrel Reserva Spain 2005 14% A wonderful wine, rich yet complex combining plum fruit with a distinctive oak flavour. Decidedly modern wine making whilst retaining the true character of barrel matured Rioja.		£21.50
Marchesi di Barolo, Barbera d'Alba Italy 2005 13% A tremendously well balanced wine, combining soft cherry fruits with a silky tannin and a long complex finish.		£22.95
Castelgreve, Chianti Classico Reserva Italy 2003 13% This wine, from one of the top producers, is only produced in great vintages. Classic Sangiovese fruit of cherry and spice, in perfect balance with the ripe tannins and refreshing acidity.		£24.95
D'Arenberg, Footbolt Shiraz, McLaren Vale Australia 2004 13.5% A big bold wine that combines a weighty plum and liquorice character with some wonderful smokey complexity and long fruit laden finish.		£25.95
Chateau Portet-Furnet, Grand Cru, St. Emilion France 2002 13% A Grand Cru wine that is just beginning to show its true class. Exceptionally well balanced combining cedary oak with a plum and blackcurrant fruit and long complex, almost herbal finish.		£28.95

Как совместить в карте дорогие вина с дешевыми, не противореча принципам Омнеса?
Для этого наиболее престижные вина выделяют в самостоятельную группу, которая носит название «Элитные вина», The Sommelier Selection и т.п. Этот подход был использован при составлении винной карты лондонского стейкхауса Green Door (справа). Кроме того, можно вынести дорогие вина в отдельную, вторую карту, которая должна отличаться от первой форматом и дизайном.

третьем принципе Омнеса, мы делим среднюю цену спроса на среднюю цену предложения. Полученный коэффициент должен быть не меньше 0,9 и не больше одного.

$$0{,}9 \le \frac{\text{средняя цена спроса}}{\text{средняя цена предложения}} \le 1$$

Если этот коэффициент меньше, чем 0,9, то предложенные цены слишком высокие, и их надо снизить. А если он выше одного, то цены слишком низкие.

Пример. Рассмотрим упрощенный пример расчета соотношения спроса и предложения в карте, состоящей из трех наименований.

	цена	кол-во прод. бтл.	оборот
Мерло (Чили)	27 у.е.	20	540 у.е.
Кьянти «Беатриче»	38 у.е.	18	684 у.е.
Шато Плезир	56 у.е.	10	560 у.е.
ИТОГО	121 у.е.	48	1784 у.е.

Средняя цена спроса = 1784 у.е. : 48 = 37,2 у.е.

Средняя цена предложения = 121 у.е. : 3 = 40,3 у.е.

Соотношение спроса и предложения = 37,2 : 40,3 = 0,92

Цены на вина отвечают третьему принципу Омнеса, а значит они учитывают ожидания потребителей.

4. Промоушн

Согласно правилам смешанного маркетинга, промоушн-акция заключается в том, чтобы продвинуть продукт к потребителю. Это не означает его продажу с большой скидкой!

В нашем случае промоушн-акция представляет собой демонстрацию вина в карте или в зале таким образом, чтобы оно выделялось среди других.

Четвертый принцип Омнеса очень простой. Вино, выставляемое на промоушн, должно иметь цену, очень близкую к средней цене спроса, которую мы уже научились рассчитывать.

$$\text{промоушн-цена} = \text{средняя цена спроса}$$

В указанном выше примере эта цена будет равняться примерно 37 у.е.

Глава
4.3

Карта вин,
способствующая продажам

Как справедливо считается и неоднократно повторяется, карта вин – это витрина ресторана. Она предоставляет уникальную возможность преподнести во всех подробностях информацию о вашем ресторане, продемонстрировать ваши пристрастия, динамизм и уважение к клиенту. Это – как первая встреча, которая позволит сначала успокоить клиента, затем внушить ему интерес и, наконец, удовлетворить его желания. В конечном счете, с помощью карты вин вы убедите его не только в правильности выбора вина, но и вашего ресторана.

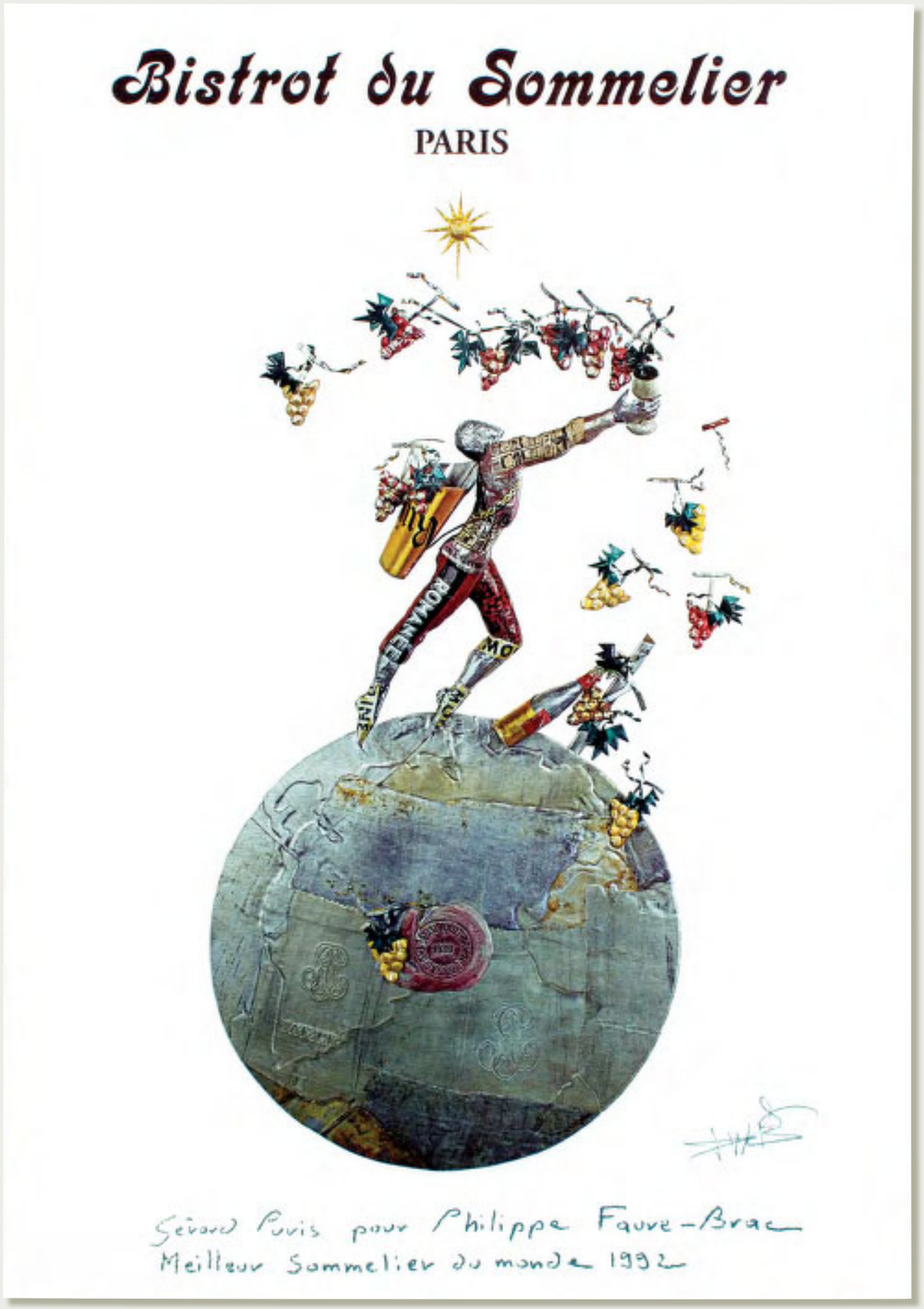
Но карта вин, как, разумеется, и меню, поможет добиться большего. Она должна дать клиенту наилучшее представление о вашей работе, профессионализме и готовности доставлять ему удовольствие. И карта, и меню должны вызывать у клиента желание вернуться в ресторан, продолжив начатый с вами вкусовой диалог. Мне приходит на ум сравнение: меню и карта вин – это партитура и слова музыкального произведения, созданного шеф-поваром и сомелье.

Однако при виде небрежно составленной, грязной, отталкивающей, нашпигованной ошибками и исправлениями карты, в которой после 15-минутного изучения три раза подряд обнаруживается, что выбранного вина нет в наличии, можно осознать, сколько должен вытерпеть клиент, прежде чем заплатить по счету, который он всегда сочтет завышенным.

Кроме того, я непременно советую посетителям немедленно покинуть ресторан (как я сам и поступаю), если винная карта разочаровывает своим внешним видом или систематическим отсутствием вин в ассортименте.

В подобных случаях карта – более, чем витрина. Это зеркало, беспощадно отражающее душу и компетентность ресторатора.

Винная карта ресторана Bistrot du Sommelier Филиппа Фор-Брака (Лучший сомелье мира 1992 года) отражает исследовательский дух своего создателя. В ней, в частности, можно обнаружить внушительный ассортимент вин с берегов Роны, полсотни высоких вин из Вон-Романе и Петрюс десяти разных лет урожая. Бывают дни, когда бокалами подается Шато д'Икем. Карта завоевала множество призов на международных конкурсах. Обложка оформлена художником Жераром Пюви.

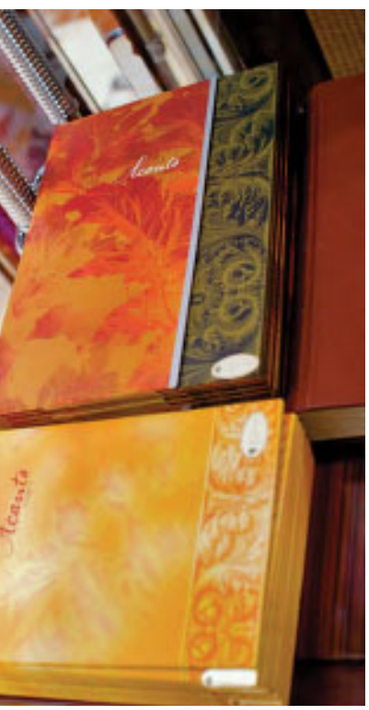

Bistrot du Sommelier
PARIS
Sévard Puvis pour Philippe Fauve-Brac
Meilleur Sommelier du monde 1992

ТРИ ГЛАВНЫЕ РОЛИ КАРТЫ ВИН

- Представлять имеющиеся в наличии вина
- Указывать цены на вина (уточняя, если они включают НДС и наценку за обслуживание)
- Повышать доходность ресторана и улучшать его репутацию

Должна ли карта включать все вина, имеющиеся в погребе? Нет. В ресторанах высокой кухни в погреб заложено множество вин, не фигурирующих в карте. Речь идет о винах, еще не достигших зрелости, находящихся в процессе выдержки в ожидании наилучшего периода для их потребления. Кроме того, среди них есть «закрывшиеся» вина, то есть переживающие не самый благоприятный период эволюции, а также вина, ожидающие своего времени года, которые появятся в карте, например, когда закончится лето, и шеф-повар включит в меню более солидные блюда. Наконец, погреб служит местом отдыха для вин, которые долго путешествовали. В любом случае погреб должен обладать резервами, чтобы сделать возможной ротацию вин в карте, возбудить исследовательский дух завсегдатаев и сопровождать изменения кухни шеф-повара в зависимости от времени года и вдохновения.

Величественная винная карта «Серебряной Башни» (La Tour d'Argent) весит 7 килограммов (внизу). Она содержит более 14000 наименований и существует всего в семи экземплярах. Подобное сверхизобилие вин, исключительное богатство выбора – один из главных козырей сомелье, который может с легкостью направлять выбор клиента, чтобы запасы вина оборачивались наилучшим образом.



Сколько наименований вин должна содержать карта? В небольшом ресторане, который, воздавая должное вину, не считает его своей главной коммерческой специализацией, достаточно 40–50 позиций. Чтобы покрыть основные потребности клиентуры хорошего гастрономического ресторана, потребуется сотня наименований. Выше этой цифры мы попадаем в категорию ресторанов для любителей вина. Здесь в карте может присутствовать от 150 до 700 разных вин. Подобным заведениям нужен талантливый сомелье, способный провести клиента по всем излучинам наименований, замков и climats, а также обеспечить такой оборот запасов, чтобы открывать каждую бутылку в наиболее подходящий момент эволюции вина.

«ВИННАЯ КАРТА ДОЛЖНА ПОДЧЕРКИВАТЬ, УКРАШАТЬ, ОБРАМЛЯТЬ КУХНЮ ШЕФ-ПОВАРА»

ЖОРЖ ЛЕПРЕ,
СОМЕЛЬЕ, ФРАНЦИЯ

ПОРЯДОК И КЛАССИФИКАЦИЯ ВИН В КАРТЕ

В классической карте вина располагают в следующем порядке.

1. Игристые вина
2. Белые сухие вина
3. Розовые вина
4. Красные вина
5. Сладкие вина

Если в каждой категории оказывается много вин, их подразделяют по странам и/или по регионам происхождения.

Некоторые специалисты рекомендуют располагать вина в каждой категории по мере возрастания цены. На самом деле этот принцип кажется не очень корректным, поскольку он подразумевает прямую зависимость выбора от цены. Известные рестораны не придерживаются этого правила.

Кроме того, сегодня все чаще встречаются карты, в которых вина классифицированы по сортам винограда, сочетаемости с блюдами, вкусовым характеристикам.

«КАРТА ВИН НИКОГДА НЕ БЫВАЕТ ОКОНЧАТЕЛЬНОЙ, ЗАВЕРШЕННОЙ»

ФИЛИПП ФОР-БРАК,
ЛУЧШИЙ СОМЕЛЬЕ МИРА 1992 ГОДА

ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ВИНАХ

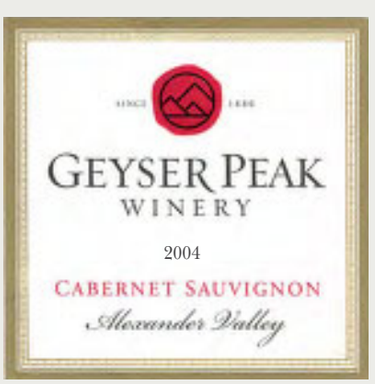
Карта вин должна содержать определенное количество необходимой информации. Старайтесь избегать ошибок и переносите информацию прямо с этикетки: название вина • происхождение • цвет • производитель • год урожая • цена • объем.

Несколько правил

Емкость бутылки, кувшина, бокала должна быть обязательно указана в карте в специально отведенном для этого месте.

Обычно порядок вин определяется их происхождением: начинают с вин Севера и заканчивают винами Юга.

Если у сомелье нет возможности переделать карту, он должен отметить в ней те вина, которых больше нет в наличии. Сообщение сомелье или официанта о том, что закончилось то вино, которое клиент так долго выбирал по карте, может вывести последнего из себя.



НЕОБХОДИМЫЕ СВЕДЕНИЯ

КРАСНЫЕ ВИНА ① | ⑥ бтл. 75мл

Калифорния ②

③ *Cabernet Sauvignon* ② *Alexander Valley* ④ *2004* | ⑦ *35 у.е.*

Geyser Peak Winery ⑤

① Цвет вина
② Происхождение вина
③ Название вина (или кюве)
④ Год урожая
⑤ Производитель
⑥ Объем
⑦ Цена

Perfecto

Ресторан "Perfecto" предлагает Вам подчеркнуть достоинства наших блюд с помощью специально подобранных для них вин. Это только некоторые идеи. Вы сами решаете, следовать им или сделать другой выбор.

ANTIPASTI

Белое	Orvieto Classico Superiore *Castagnolo* **Италия**	2006	-- у.е.
Розовое	Tempranillo Rosé *Campo Viejo* **Риоха, Испания**	2005	-- у.е.

ПАСТА

в сливочном соусе

Белое	Sauvignon Blanc *Long Mountain* **Южная Африка**	2006	-- у.е.

в томатном соусе

Красное	Anfora Zinfandel La Corte *Poggio il Pino* **Италия**	2005	-- у.е.

РЫБНЫЕ БЛЮДА И ДАРЫ МОРЯ

Белое	Trebbiano d'Abruzzo Marina Cvetic *Masciarelli*, **Италия**	2006	-- у.е.
Белое	Semillon - Chardonnay *Long Mountain* **Южная Африка**	2005	-- у.е.

ГОВЯЖЬИ СТЕЙКИ

Красное	Ceuso Vigna Custera *Ceuso* **Италия**	2004	-- у.е.
Красное	Syrah - Cabernet Sauvignon *Jacob's Creek* **Австралия**	2005	-- у.е.

Эта карта облегчает процесс выбора, распределяя вина в зависимости от блюд, а не по цвету или происхождению. Ее система достаточно гибкая, поскольку можно расширить гастрономическую классификацию (например, выделить такие категории, как блюда из птицы, десерты и т.д.) и увеличить количество вин, предлагаемых для каждой из них.

		12 cl	75cl
	Сухие и нежные		
белые:	Macon Viré-Clessé (AOC)	7.5 €	34 €
	Côté Tariquet (VDP de Gascogne)	5 €	27 €
	Легкие и пронзительные	12 cl	75cl
белое:	Pinot Grigio (Veritiere) Италия	6 €	26 €
	Фруктовые и интенсивные	12 cl	75cl
красные:	Château Les Ricards (Bdx AOC)	6.5 €	30 €
	Saint Joseph (Côtes du Rhône)	8 €	43 €
	Свежие и лакомые	12 cl	75cl
красное:	Côtes Roannaises (Loire)	5 €	25 €
розовое:	Château Minuty (Provence)	7 €	30 €

В основе карты ресторана Chai 33 лежит классификация вин в зависимости от их вкуса и характера.

LE BISTROT D'A COTE

22 евро

белые	Ланг.-Русс.	2005	Corbi res «Pas des Louves»	Domaine Faillenc
красные	Божоле	2005	Beaujolais-Villages	Lapalu

29 евро

белые	Ланг.-Русс.	2005	Cuv e Esquisse (местное вино)	F. Vacquer
красные	Бордо	2002	Ch teau Falfas (органическое)	C tes de Bourg
	Рона	2002	Saint Joseph	B. Faurie

39 евро

белые	Бургундия	2004	Chablis Vieilles Vignes	Durup
красные	Бордо	2000	Ch teau Calon	Montagne-St-Emilion

Высокие вина по низким ценам

белые	Бургундия	2002	Beaune du Ch teau 1-er Cru	Domaine Bouchard	54 евро
красные	Бургундия	2000	Morey St Denis	Dom. des Monts Luisants	98 евро

Как свидетельствует фрагмент карты парижского ресторана Le Bistrot d'à Côté (одно из заведений известного шеф-повара и ресторатора Мишеля Ростана), вина в ней разделены на четыре группы по ценовому признаку.

В сложенной гармошкой карте ресторана Spoon (Гонконг) вина сгруппированы, в первую очередь, по цвету, затем – по странам и регионам (Франция, Европа, Новый Свет). Вина Нового Света, в свою очередь, разбиты по сортам винограда.

КРЕАТИВНАЯ КАРТА ВИН

В зависимости от наличия должности сомелье, концепции ресторана, его коммерческой динамики и винной политики, карта может принимать разные формы и выполнять дополнительные функции. Ресторатор может создать «развернутую» карту, сделав акцент на той или иной ее роли, подходящей для его заведения.

КОММЕНТАРИИ К ВИНАМ В КАРТЕ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ОБЪЕКТИВНЫМИ, ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ И ЯСНЫМИ ДЛЯ ВСЕХ.

Карта, знакомящая клиента с особенностями вина

В этом случае наряду с обязательной информацией к вину составляется комментарий. Он может быть посвящен дегустационным характеристикам вина или тонкостям его терруара, году урожая или каким-либо другим его особенностям.

Карта, информирующая клиента о возможных сочетаниях вин с блюдами

Во-первых, такие карты могут использоваться в тех ресторанах, где нет сомелье, и клиенту приходится самому ориентироваться в несложных гастрономических сочетаниях.

Вместе с тем, карты, включающие рекомендации по сочетанию вин с блюдами, создаются и для ресторанов высокой кухни. От сомелье и шеф-повара потребуются все их знания, чтобы разработать интересную и грамотную карту с удивительными взаимодействиями между блюдами и винами.

Карта, интригующая клиента, поощряющая его интерес к вину

Такая карта играет образовательную роль, она содержит информацию о стилях вин, производителях, годах урожая, особенностях сортов винограда. Это способствует созданию у ресторана хорошего винного имиджа, повышает потребление напитков и вызывает дополнительное внимание к вину.

Преследуя ту же цель, можно использовать американский опыт работы с «флайтами» (flights). Предусмотрите в вашей карте несколько «флайтов», каждый из которых состоит из четырех разных, но в чем-то схожих между-собой вин. Их может объединять общий сорт винограда, год урожая, производитель, страна или регион происхождения. Вина наливают в объеме 6–7cl в небольшие дегустационные бокалы. К «флайтам» рекомендуется подавать несколько небольших блюд, дающих возможность прочувствовать разнообразные сочетания с винами.

Карта, включающая специальные акции

Промоушн-акция – это важная операция, которая наполняет жизнью винную карту. Редко случается так, что все вина продаются на одинаковом уровне. Чтобы избежать скопления на складе вин, достигших апогея, важно анализировать продажи и организовывать акции по продвижению некоторых позиций. Организуя промоушн на вино, поместите об этом специальное объявление в карте.

Карта, успокаивающая клиента

В ресторанах, не ориентированных на высокую гастрономию, карта вин может быть простой и лаконичной. Подберите вина с легкими названиями – лучше, чтобы это были общеизвестные сорта винограда (Каберне-Совиньон, Шардоне...). Составьте к ним простые, дружелюбные комментарии, используя доступные слова. Включите советы о сочетаниях этих вин с блюдами ресторана.

Такая карта не отпугнет новичка, не испугает его сложностью мира вина. Напротив, она представит вино с менее формальной стороны и побудит клиента заказать бутылку.

Бистро ГРОЗДЬ

Бараний окорок конфи
с медом и провансальскими травами 18,40 у.е.

Рекомендуемые вина:

Классическое
Delas Frères "Sainte-Epine" 2005 Saint Joseph AOC, Франция

Авантюрное
Long Mountain Merlot-Shiraz 2006, Южная Африка

Элитное
Campo Viejo Gran Reserva, Испания

Направлять клиента, предоставляя ему расширенный выбор, – такова цель этой карты. Как свидетельствует фрагмент карты, для каждого блюда предложены три подходящих вина разного стиля и разных ценовых категорий.

Омар с ванилью "Бурбон из Мадагаскара",
ангельская челка (тонкая вермишель) с хлорофиллом кресс-салата,
листья тетрагона и щавеля.

Puligny Montrachet "La Garenne" 2001 – D. Larue

Это утонченное Шардоне из Кот-де-Бона отмечено деликатными ванильными нотами и освежающими лимонно-минеральными нюансами.

Треска, приготовленная у печной дверцы,
пачой на пару и манго.

Condrieu "Coteau de Vernon" 2001 – Georges Vernay

Вионье с севера долины Роны, с округлой шелковистой текстурой и деликатными настойчивыми ароматами цветов и зрелых фруктов с легким мятным акцентом.

Зажаренная заячья спинка с сычуаньским перцем и какао,
тост из бриоши, приправленной кремонской горчицей.

Porto Taylor's Quinta de Vargellas 1987

Винтажный порто с большой элегантностью, ароматами черной вишни, шоколада и апельсина.

Утиная фуа гра с юго-запада, запеченная в папильотке,
на подушке из мха и папоротника, мелкий молодой картофель,
белые грибы и луковки.

Meursault "Charmes" 1980 – Domaine Guy Roulot

Неопровержимое доказательство величия терруара Мерсо. Шардоне высочайшей спелости развивает мощные ароматы лесной поросли и подсохшего мха. Его текстура обладает идеальной маслянистостью.

В парижском ресторане Senderens известного шеф-повара и ресторатора Алена Сандеранса к каждому кулинарному творению предлагается бокал подходящего вина, к которому составлен дегустационный комментарий.

Карта испанского снак-бара Belotta-Belotta, расположенного в Галерее Лафайет в Париже, снабжена комментариями ко всем винам, поясняющими из каких сортов винограда состоят вина и каковы особенности их производства.

Идеи вечера в трех меню
«Гармония вин и блюд»
Открытие – 60 €, Искушение – 75 €,
Престиж – 100 €

ФИЛИПП ФОР-БРАК
ЛУЧШИЙ СОМЕЛЬЕ МИРА 1992 ГОДА
& ЖАН-АНДРЕ ЛАЛЛИКАН
ШЕФ-ПОВАР

предлагают Вам свои гастрономические сочетания
в трех формах, состоящие из следующего набора блюд:
Закуска
Рыбное блюдо
Мясное блюдо
Сыр
Десерт

Каждое кушанье подается с бокалом вина (7 cl)

Дегустационное меню ресторана Bistrot du Sommelier, Париж.

⇒ Винные «флайты» дают возможность попробовать сразу несколько разных вин, превращая вечер в сеанс дегустации.

LES VINS

Verre et Pichets

	Verre 14cl	Pichet 25cl	Pichet 50cl
Côtes du Rhône A.O.C.	3,30	4,80	7,20
Bordeaux A.O.C., Beaujolais A.O.C.	3,60	5,20	7,80
Brouilly A.O.C. - Domaine de la Grand' Cour	4,30	7,00	13,00
Bourgogne A.O.C. 1995 'Renommée' Renoissenet Père et Fils	4,90	7,50	13,50
Côtes de Provence A.O.C. - Rosé	3,30	4,80	7,20
Cépage Sauvignon	3,30	4,80	7,20
Alsace A.O.C. - Sylvaner	3,60	5,20	7,80
Muscadet Sèvre et Maine A.O.C.	3,60	5,20	7,80
Pouilly Fumé A.O.C. - Domaine de Roux	5,40	8,50	15,50

Bouteilles

	Bouteille 75cl
Bourgogne A.O.C. 1995 'Renommée' - Renoissenet Père et Fils	21,00
Brouilly A.O.C. - Domaine de la Grand' Cour	20,00
Pouilly Fumé A.O.C. - Domaine de Roux	24,00

Coup de Coeur (Guide Hachette des Vins 2006)

LE VIN DU MOMENT

Bourgogne Rouge 1997
« Renommée » (Renoissenet Père & Fils)

Le verre 4,90 le pichet 25cl 7,50
La bouteille 21 le pichet 50cl 13,50

CHAMPAGNE "RUINART"

La Coupe (12cl) 8,00
La Bouteille (75 cl) 55,00

DIGESTIFS

Liqueurs		Brandy	
Amaretto	7,20	Cognac Rémy Martin V.S.O.P.	9,00
Get 27	6,50	Cognac Courvoisier V.S.	7,20
Get 31	6,50	Armagnac	7,20
Fernet Branca	6,50	Calvados V.S.O.P.	7,20

(Liqueur digestive aux plantes amères)

Alcools Blancs

Poire Williams	7,20
Mirabelle	7,20
Framboise	7,20

PRIX NETS - Service 15 % compris sur le prix hors taxes

Объявление о промоушн на одно из вин в карте ресторана. →

FRENCH FROG

Винные «флайты» – Wine Flights

Какие ароматы обретает Шардоне в разных климатических зонах? Можно ли обнаружить в вине «отражение земли»? Попробуйте флайты, состоящие их четырех разных (но в чем-то схожих) вин и сравните их между собой.

Flight-1
«Шардоне с четырех сторон Света» 12,50 у.е.

- Chardonnay Jacob's Creek 2006, Австралия
- Chardonnay Ardèche Louis Latour 2006, Франция
- Libaio Chardonnay Ruffino 2006, Италия
- Chardonnay Etchart 2006, Аргентина

Flight-2
«Классические сорта винограда, растущие вниз головой» 14,50 у.е.

Эти красные вина Нового Света отражают характер европейских сортов винограда, выросших в южном полушарии.

- Пино Нуар Montana 2006, Новая Зеландия
- Шираз Santa Rita Reserva 2005, Чили
- Мерло Fleur du Cap 2005, Южная Африка
- Мальбек Etchart 2005, Аргентина

Дополнительные носители

Доски

Доски используются для специальных акций по продвижению вина. Это может быть вино дня, вино недели или вино месяца. На доске указывается основная информация о вине, например.

Вино месяца:

Brouilly Duboeuf

Божоле

2006 год

Бутылка (75 cl) – 34 у.е.

Бокал 15 cl – 8 у.е.

Такую доску можно поместить при входе в ресторан или повесить в зале, где она будет видна отовсюду и сыграет не только информативную, но и декоративную роль. →

Table Tents

Table Tent (дословно настольная палатка) выполняет ту же роль, что и доска, но стоит на каждом столе. В некоторых ресторанах table tents используют в качестве мини-карты вин, представляя весь небольшой ассортимент напитков. В гастрономических ресторанах Table Tents не используют.

ФОРМАТ КАРТЫ

В зависимости от типа ресторана, карта вин может быть простой или сложной, изложенной на одном листе или представляющей собой целый альбом. В любом случае винная карта должна быть сделана предельно тщательно и изготовлена из материалов высокого качества.

• **Карта альбомного типа** распространена в традиционных ресторанах высокой кухни, располагающих широким выбором вин. Большое число страниц превращает поиск вина в долгое и трудное занятие, но здесь клиенту чаще всего приходит на помощь сомелье.

• **«Мягкая» карта,** складывающаяся вдвое, втрое или более сложной конструкции, представляет ассортимент вин на более ограниченном пространстве. Ее формат может быть различным. Такая карта, будучи грамотно разработанной, выглядит живо, современно и удобна в пользовании.

Карта-альбом

Эта карта заключена в специальную твердую папку. Чаще всего страницы вставляются в прозрачные карманы стандартного формата (А4). Тот, кто не любит пластик, может пользоваться папкой-скоросшивателем и печатать карту на плотной бумаге (не менее 150 г/м^2).

Карту-альбом удобно листать. В нее можно постоянно добавлять информацию о регионах, производителях, сортах винограда, сочетаниях с блюдами. Страницы легко меняются, когда заканчивается одно из указанных на них вин. Наконец, такую карту можно печатать на своем принтере.

Для улучшения качества и внешнего вида карты-альбома закажите в типографии большое количество специальных бланков, украшенных логотипом, названием ресторана и другими декоративными элементами, заранее заготовив место для представления вин. Затем напечатайте карту на этих бланках на принтере.

Недостатки карты-альбома заключаются в том, что она выглядит несколько старомодно, клиенту приходится долго ее листать и изучать. Он может потеряться в большом количестве ее страниц, и ему будет трудно сравнивать вина между собой.

«Мягкая» карта

Красивая и престижная мягкая карта удобна в применении, поскольку она позволяет охватить множество вин одним взглядом.

Ее недостаток кроется в том, что она печатается в типографии или на специализированном оборудовании. В случае нехватки одного или нескольких вин приходится ее полностью переделывать.

Некоторые рестораны решают эту проблему следующим образом: они заказывают в типографии большую красивую папку с названием ресторана и его логотипом. Внутри на специально предусмотренные для этого места они вклеивают страницы, напечатанные на дорогой бумаге на собственном принтере. Трюк заключается в том, что папка полностью ламинирована (покрыта пленкой), а страницы держатся на «отклеивающемся» клее, и их можно легко поменять.

Оформление

Винную карту можно проиллюстрировать этикетками, картами винодельческих регионов и фотографиями. Чаще всего это делается в брассери, бистро и недорогих ресторанах и меньше используется в заведениях высокой кухни, делающих упор на качество полиграфического исполнения.

ШРИФТ В КАРТЕ

Шрифт карты вин должен соответствовать стилю и концепции заведения. Вот некоторые примеры шрифтов.

Современность и простота шрифта без засечек типа **Helvetica**

Классика и элегантность шрифта с засечками типа **Times**

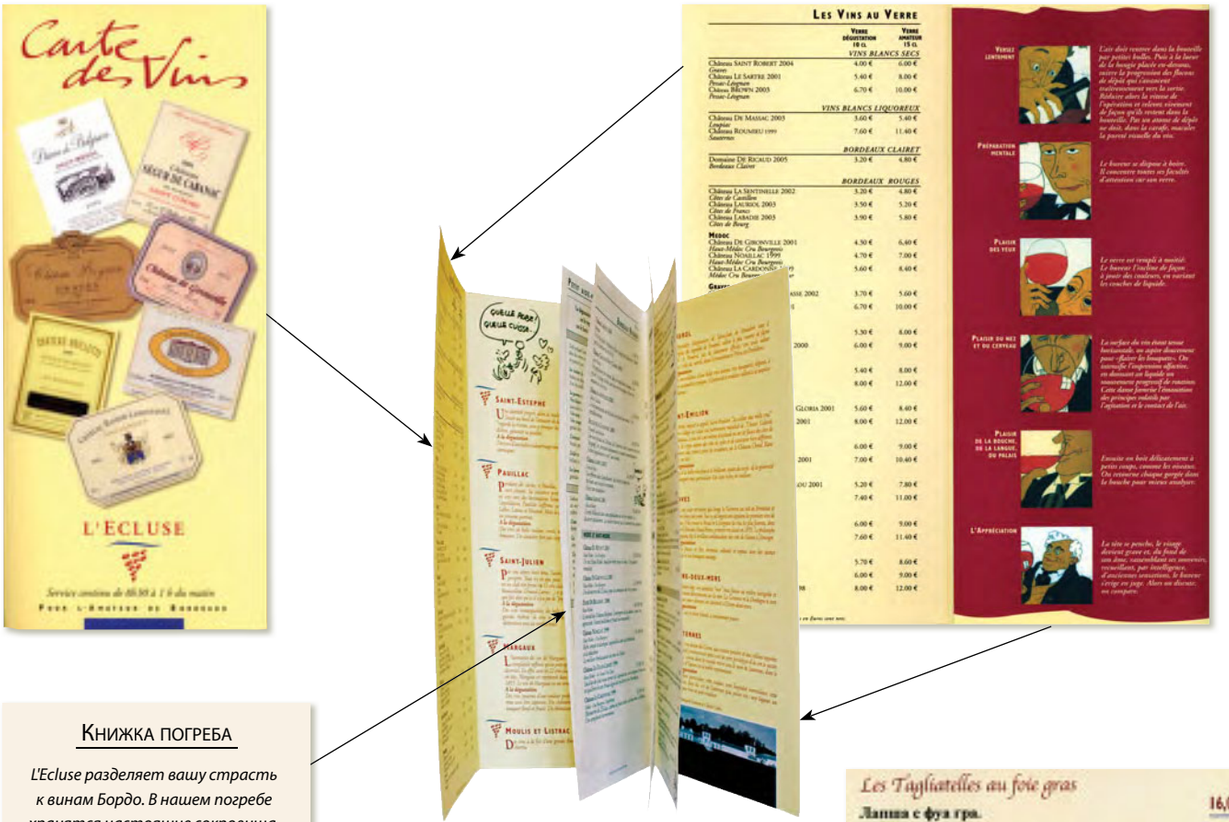
Утонченность и роскошь каллиграфического шрифта

Неформальность и рустика рукописного шрифта

• • • • • • • • • • • • • • • & характер декоративных **шрифтов**

Размер шрифта для указания цены должен быть нейтральным: размер цифр должен полностью соответствовать размеру букв в названиях вин. Слишком маленькие цифры трудно разобрать, тогда как слишком большие способны вызвать негативную реакцию. Следует обратить внимание на межстрочный интервал. Он должен быть достаточно большим, чтобы карта легко читалась.

HEREDEROS DEL
MARQUES DE RISCAL
1 Petit Producteur
3 Grands Champagnes
. Brut Réserve = 23 €
. Brut Rosé = 26 €
. Brut Prestige = 29 €
Les 3 bouteilles panachées = 75 €
Distribution exclusive pour la France par
Laurent-Perrier Diffusion
51150 Tours-sur-Marne
L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération.



(Выдержка из карты вин.)

Фрагмент меню L'Ecluse, в котором большое внимание уделяется сочетанию вин и блюд.

ПРИМЕР КРЕАТИВНОЙ И РАЗВЕРНУТОЙ КАРТЫ

Карта вин винного бара в l'Ecluse заключена в мягкую обложку с тремя клапанами, которые содержат следующую информацию:

• ассортимент вин, подаваемых бокалами (30 наименований, которые встречаются и на внутренних страницах, в рубрике предложений вин бутылками);

• правила дегустации с рисунками и комментариями, не без юмора описывающими этот процесс;

• характеристики виноградников Бордо (l'Ecluse работает исключительно с винами этого региона) с выдержками из произведений выдающихся авторов, таких как Бернар Жинесте и Чарльз Кок.

На обратной стороне обложки указаны адреса ресторанов (всего их шесть).

Внутри карты прикреплена напечатанная на более тонкой бумаге «книжка погреба», содержащая список вин, предлагаемых в бутылках, с дегустационными комментариями. Список составлен следующим образом: сначала белые сухие, затем белые ликерные вина; за ними следуют красные бордоские вина по мере возрастания престижности наименования. Сначала левый берег (Медок), затем правый. Ассортимент вин содержит 65 наименований: от Шато Фондарзак за 23 евро до Петрюс 1979 года урожая за 1227 евро. Наконец, на последней странице вставки расположились аперитивы, шампанские, крепкие спиртные и прочие напитки.

Притягательность и профессионализм «книжечки» дополняются небольшой «Памяткой дегустатора», помогающей описать внешний вид, ароматы и вкус вина, а также цитатой: «Хорошая кухня и доброе вино – рай на земле», приписываемой Анри IV.

Винная карта «Л'Эклюз» – одна из лучших, которые мне довелось повстречать. Единственный очевидный ее недостаток – зацикленность на винах Бордо, что, впрочем, относится к четко очерченной стратегии ее создателя – Доминика Дизера.

WINES BY THE GLASS
CHAMPAGNE PANNIER N.V. 6.95
ROSE SANCERRE DEZAT FRANCE 5.95
CHARDONNAY LEON SPAIN 4.95
CHABLIS FÈVRE FRANCE 6.95
SAUVIGNON NORTON ARGENTINA 3.95
SANCERRE BOURGEOIS FRANCE 6.95
RIESLING BEYER ALSACE 4.95
PINOT GRIGIO VALUMBA AUSTRALIA 5.95
REGIONAL BLANCO PORTUGAL 3.95
MUSCADET CH. CHASSELOIR FRANCE 4.95
GEWURTZ LAWSONS NEWZEALAND 5.95
MUSCADET GRAND CRU SEVRE ALSACE 7.45
SYRAH VILLEMAJOU FRANCE 5.50
PINOT NOIR AGUSTINOS CHILE 4.75
APALTAGUA CABERNET CHILE 4.95
THELEMA CABERNET STH AFRICA 7.95
ZINFANDEL A MANO ITALY 4.95
MERLOT FRES COBALDI ITALY 5.45
REGIONAL VERMILLIO PORTUGAL 3.95
CARMENÈRE CASA RIVAS CHILE 4.45
CHATEAUNEUF BARROT FRANCE 7.45

21
VINS ET LI

THEATRE ROYAL
WINE LIST
Sommelier
FRENCH
AVL BOTH MED + DRY
SMALL-2.30
LARGE-3.00
BOTTLE-8.50
Pinot Grigio
ITALIAN
GREAT ELEGANCE
SMALL-2.50
LARGE-3.30
BOTTLE-9.50
Chardonnay
AUSTRALIAN
LINGERING FINISH
SMALL - 2.50
LARGE - 3.30
BOTTLE - 9.50
Sauvignon Blanc
CHILE
PEACH + APRICOT AROMA
SMALL - 2.50
LARGE - 3.50
BOTTLE - 10.50
Rosé
CALIFORNIAN
REFRESHING RASPBERRY
SMALL - 2.50
LARGE - 3.50
BOTTLE - 10.50
HOUSE WINE SOMMELIER
ONLY £5.50 PER BOTTLE
EVERYDAY FROM 4-7
Sommelier
FRENCH
SOFT, FRUITY.
SMALL - 2.30
LARGE - 3.00
BOTTLE - 8.50
Merlot
ITALIAN
FLAVOURED RIPE BOUQUET
SMALL - 2.50
LARGE - 3.30
BOTTLE - 9.50
Pinotage Cape Bay
SOUTH AFRICAN
UNIQUE BERRY FRUIT
SMALL - 2.50
LARGE - 3.30
BOTTLE - 10.50
Shiraz Cabernet
AUSTRALIAN
SPICY. BERRY FLAVOURED
SMALL - 2.50
LARGE - 3.30
BOTTLE - 10.50
BRUT IMPERIAL
MOET + CHANDON
A COMPLETE GENEROUS
AND DYNAMIC CHAMPAGNE
BOTTLE ONLY
£29.95

ПРИМЕР ЛАКОНИЧНОЙ И ЭСТЕТИЧНОЙ КАРТЫ

Каждому типу ресторана должен соответствовать свой тип карты напитков и ассортимент коктейлей. Лучшим тому примером послужит DOZO! – современный суши-ресторан, расположенный в старинном квартале Гонконга.

Для сопровождения суши DOZO! предлагает ассортимент из пяти сортов саке, подаваемых в бутылках объемом 300 мл или порциями по 30 мл. Предложение дополняют два белых и два красных вина, а также японское пиво. Но самое интересное – коктейли. Они специально были разработаны для сочетания с суши, поэтому содержат такие ингредиенты, как имбирь, маракуйя, бизонова трава, лемонграсс и базилик. Из спиртных напитков в коктейлях на первом месте стоит, конечно, саке, но немало внимания уделяется также водке, джину и текиле.

В соответствии с кухней, оформление карты минималистично. Поиск нужной позиции легок и быстр. Заключение: карта эффективна и соответствует духу ресторана.

DOZO!

SAKE

WHITE WINE

RED WINE

BEER

plus 10% service charge

DOZO!

DOZO! COCKTAILS

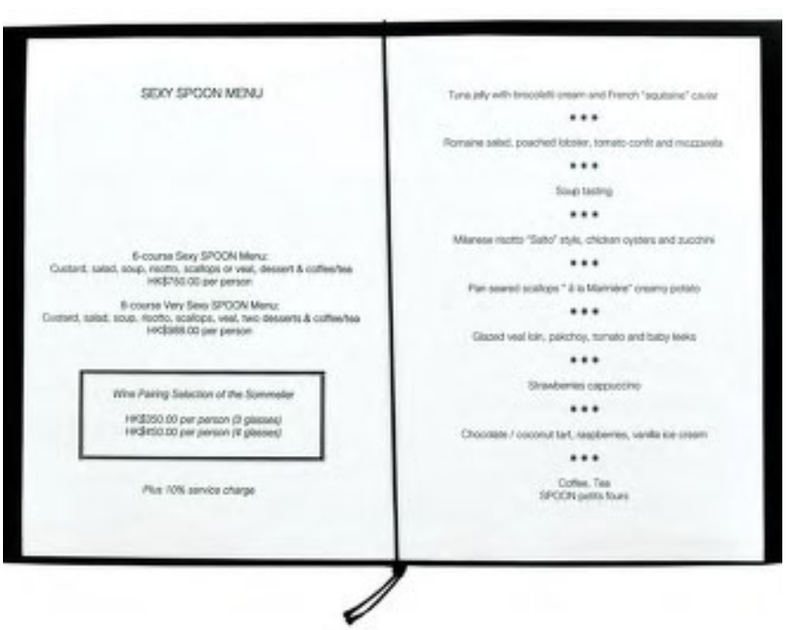
BOTTLED WATER

RAW JUICES

SOFT DRINKS

plus 10% service charge

ДЕГУСТАЦИОННОЕ СЕТ-МЕНЮ И СВОБОДА СОМЕЛЬЕ


SEXY SPOON MENU

6-course Sexy SPOON Menu:
Custard, salad, soup, risotto, scallops or veal, dessert & coffee/tea
HK$750.00 per person

8-course Very Sexy SPOON Menu:
Custard, salad, soup, risotto, scallops, veal, two desserts & coffee/tea
HK$988.00 per person

Wine Pairing Selection of the Sommelier
HK$350.00 per person (3 glasses)
HK$450.00 per person (4 glasses)

Plus 10% service charge

Tuna jelly with broccoletti cream and French "aquitaine" caviar
* * *
Romaine salad, poached lobster, tomato confit and mozzarella
* * *
Soup tasting
* * *
Milanese risotto "Salbo" style, chicken oysters and zucchini
* * *
Pan-seared scallops " à la Mainière" creamy potato
* * *
Glazed veal loin, pakchoy, tomato and baby leeks
* * *
Strawberries cappuccino
* * *
Chocolate / coconut tart, raspberries, vanilla ice cream
* * *
Coffee, Tea
SPOON petits fours

Sexy Spoon Menu: название этого дегустационного сет-меню ассоциируется с легкостью и соблазном. Помимо игривого названия, оно отличается предоставленной сомелье свободой действия. Можно предположить, что Sexy Spoon Menu – плод труда Жерара Маржона, шеф-сомелье команды Дюкасса – должно, в первую очередь, способствовать оборачиваемости запасов вина. Цель более чем достигнута, поскольку решение о том, какие вина будет пить клиент, принимает сомелье.

Предлагаются два варианта сет-меню: по цене 75 и 100 евро. К этой сумме следует добавить еще 35 или 45 евро, в счет которых сомелье предложит три или четыре бокала вина, выбрав наилучшие сочетания с поданными блюдами.

ДИЗАЙН КАРТЫ

Обложка карты десертов от шеф-повара Мишеля Ростана, отмеченного двумя звездами, переносит нас в мир сладостей нашего детства. Но содержание ее предназначено для взрослых. С одной стороны, мы видим там высокие сладкие вина, например, мускат Кап-Корс, Гевурцтраминер позднего сбора, Банюльс, «соломенное» вино, Токай и Шато д'Икем, а с другой – десерты высокого полета, такие как горячее суфле с горьким шоколадом, груша в горшочке с фенхелем и шафраном, а также многие другие изыски, устоять перед которыми очень трудно.

Американские гриль-бары под вывеской Henry J. Bean's рассеяны по всему свету. Они заставляют вспомнить пятидесятые, богатство лучших времен Америки. Карта пропитана ностальгической атмосферой. В ней в художественном беспорядке, типичном для подобных заведений, перемешаны гамбургеры, вина и коктейли.

Карта ресторана Guy Savoy делает ставку на авторский дизайн и минимализм. Она сообщает нам, что мы находимся в заведении выдающегося шеф-повара, и готовит нас к утонченному наслаждению блюдами. Небольшие цветные прямоугольники вызывают ассоциацию с порядком, а также с богатством выбора, поскольку одной из характерных черт этого трехзвездочного ресторана является предложение дегустационных сет-меню.

Sénequier – это культовое заведение Сен-Тропе. Карта выполнена в цветовой гамме ресторана и исполнена расслабляющего настроения, которым отличаются посещающие его курортники.

Современная и графическая карта Staunton's акцентирует внимание на напитках с помощью слов «вино», «бар» и фонового изображения коктейля. Несомненно, превосходное место, чтобы выпить бокал в хорошей компании.

Дантон жил в парижском квартале Сен Жермен де Пре. Напротив его памятника находится брассери Le Danton. Такое географическое положение превращает ресторан в идеальное место встреч. Для воссоздания интеллектуальной, политической и литературной атмосферы заднюю сторону обложки меню украшает цитата из речи революционера: «После хлеба просвещение есть важнейшая потребность народа».

В ФОРМЕ БУТЫЛКИ

Винные карты в форме бутылки распространены по всему миру. Они используются в ресторанах средней ценовой гаммы, желающих продемонстрировать свое трепетное отношение к вину и при этом избежать формализма.

Как правило, подобные карты содержат ограниченный ассортимент вин, подобранных исходя из наилучшего соотношения цены и качества.

Здесь приводится карта лондонского паба, расположенного в туристическом квартале Ковент-Гарден, который изобилует пабами. Для того чтобы выделиться среди конкурентов, эта карта привлекает внимание клиента и одновременно сообщает ему: «Здесь любят вино».

RED
- Vibrant Cherry & Plum -
ERNEST & JULIO GALLO
Merlot (ABV 13%)
175ml glass £2.55 250ml glass £3.65 Bottle £8.25
SANTA LUCIA
Malbec Bonarda (ABV 13.5%)
175ml glass £2.45 250ml glass £3.55 Bottle £7.50
- Succulent Black Fruits -
JACOB'S CREEK
Shiraz Cabernet (ABV 13.5%)
175ml glass £2.95 250ml glass £4.30 Bottle £9.00
SIGLO RIOJA
Tempranillo (ABV 13%)
175ml glass £3.15 250ml glass £4.55 Bottle £9.50
CRESCENT BAY
Shiraz (ABV 13%)
175ml glass £2.50 250ml glass £3.55 Bottle £8.00
ROSÉ
- Refreshing & Fruity -
ERNEST & JULIO GALLO
White Grenache (ABV 11%)
175ml glass £2.55 250ml glass £3.65 Bottle £8.25
PRINCIPATO
Pinot Grigio Blush (ABV 12%)
175ml glass £3.00 250ml glass £4.40 Bottle £9.25
JACOB'S CREEK
Shiraz Rosé (ABV 12.5%)
175ml glass £2.95 250ml glass £4.30 Bottle £9.00
ABV 12% 12.5% 13% 13.5% 14%
Glass 175ml 2.1 2.19 2.28 2.36 2.45
Glass 250ml 3 3.13 3.26 3.37 3.5
Bottle 75cl 9 9.38 9.75 10.01 10.5
DRINKAWARE.CO.UK

Enjoy
A WHOLE BUNCH of WHITE WINE

Следует ли принципиально разделять меню и винную карту?
В этом отношении не существует четко установленных правил. Тем не менее, в большинстве случаев принято поступать следующим образом. Брассери, бары, пабы и прочие по большей части неформальные заведения предпочитают объединять блюда и вина в едином меню. Поскольку выбор как блюд, так и вин, обычно ограничен, то на все хватает места в одной папке. В свою очередь, гастрономические рестораны предпочитают отделять карту вин от меню. Значительно более широким выбором вин здесь заведует сомелье.
При этом, некоторые рестораны высокой кухни, заботясь об упрощении обслуживания, помещают в меню часть вин из карты, чтобы облегчить клиенту выбор, а также предоставить ему возможность одновременно видеть и блюда, и вина.
Многие гастрономические рестораны помещают в конце меню ассортимент вин, подающихся бокалами, предоставив главную карту винам в бутылках.
Наконец, рекомендуется включить в карту десертов спиртные напитки, ликеры, сладкие вина и дижестивные коктейли.

e Wine

	Glass (175ml)	Bottle
rigio Di Trentino 2005	£5.50	£24.00
ceona (Italy)		
g Weingut Stadt Krems 2004	£7.50	£28.00
tal (Austria)		
gnon Blanc Hunter's 2005	£8.00	£30.00
orough (New Zealand)		
onnay Capercaillie 2003	£8.00	£30.00
er Valley (Australia)		
ere 'Les Baronnes'	£8.50	£33.00
i Bourgeois 2004 (France)		
lis 1er Cru 'Vaillons'	£11.50	£49.00
s Michel 2003 (France)		
gny Montrachet 1er Cru 'Les Referts'		£100.00
1 (France)		

'Les Referts' vineyard grows on the Southerly, clay-rich
which produces a bigger, more Mersault-style wine
h honeyed weight and depth. It shows a mature, sweet
ttery nose, layered with nougat and honey fruit aromas,
hoed on a palate of fresh white fruits.

osé Wine

	Glass (175ml)	Bottle
abernet Tempranillo, Café, Carinena	£6.50	£25.00
005 (Spain)		

Red Wine

	Glass (175ml)	Bottle
Cabernet Sauvignon Haras de Pirque 2004 Maipo Valley (Chile)	£5.50	£24.00
Shiraz Stella Bella 2003 Margaret River (Australia)	£7.00	£26.00
Merlot Reserve Santa Ema 2003 Maipo Valley (Chile)	£7.50	£28.00
Rioja Bodegas Altanza, 'Capitoso' 2002 (Spain)	£7.50	£28.00

SEAFOOD BAR

CHAMPAGNES

La coupe ... 75cl

Caviar House Brut ..... 12€ ..... 69€
Issu des trois cépages classiques champenois, ce très beau Champagne de propriétaire vous séduira par son nez frais légèrement vanillé et sa bouche équilibrée aux notes de brioche.

Caviar House Rosé ..... 15€ ..... 76€
Cette cuvée à la robe saumonée très pâle présente un équilibre et une complexité aromatique magnifique avec les notes caractéristiques du Pinot noir.

Tanagra Cuvée prestige Lombard & Co ..... 15€ ..... 76€
Superbe Champagne aux bulles très délicates et légères. Toute la finesse du cépage Chardonnay en bouche avec des notes classiques de fleurs de genêts et d'acacias.

AUTOUR D'UN VERRE

LES VINS BLANCS

Le verre 10 cl ... 75cl

Château de Fesles "La Chapelle" 2003 ..... 7€ ..... 49€
Sortons des sentiers battus avec cet Anjou blanc de haute volée. Expression exceptionnelle du cépage. Chenin blanc vinifié "sous bois" en vin sec sur un terroir plus habitué à produire des vins liquoreux prestigieux. Nez d'une grande intensité et de complexité aromatique. Beaucoup de race en bouche avec une fraîcheur magnifique et des arômes aussi subtils que persistants. La classe dans la simplicité.

Chablis "Vieilles Vignes" 2003 ..... 7€ ..... 49€
Grande réserve du domaine Pascal Bouchard. Magnifique expression du cépage Chardonnay sur le terroir chablisien. Nez aux fines notes fleuries. Bouche soutenue et très persistante où se mêlent des arômes de châtaignes et de mousseron, si typique de son appelation. Un grand Chablis délicatement suave.

Château Yvonne 2003 ..... 7€ ..... 49€
Exceptionnel Saumur blanc. Les vieilles vignes du cépage Chenin donnent à ce très beau vin une grande élégance. La bouche aux arômes amples et riches d'un classicisme absolu séduira tous les amateurs.

Pouilly fumé "Château de Tracy" 2003 ..... 10€ ..... 69€
Très grand Pouilly fumé issu d'une année chaude et ensoleillée. Nez superbe de fruits exotiques, de cassis très mûrs, d'agrumes ; on retrouve cette grande complexité en bouche avec une belle minéralité. Très beau vin avec une pureté d'expression digne de son terroir et de son cépage : le Sauvignon.

Riesling "Cuvée Frédéric Emile" Trimbach 2003 ..... 79€
Cuvée d'exception, nez très expressif et complexe de tilleul, d'herbes aromatiques avec des notes délicatement miellées. Très longue présence en bouche dans un équilibre parfait. Un grand Riesling encore jeune mais déjà superstar.

Château de La Roulerie "Chaume" 1er cru 2003 ..... 10€ ..... 49€ *50cl*
Magnifique vin liquoreux dans le très grand millésime 2003. Riches flaveurs de mangue, d'ananas et d'abricot. Bouche miellée savoureuse toute en finesse où se mêlent l'écorce d'orange et la pêche jaune dans une grande harmonie.
Une véritable gourmandise, mais avant tout un vin d'exception! Bravo Philippe Germain!

NOS VODKAS FRANÇAISES PRUNIER

Le verre 3,5 cl

Diamant, Saphir, Topaze, Rubis ..... 5€

...

Eaux Minérales : Wattwiller, Chateldon, Perrier ..... 6€
Sodas : Coca-Cola, tonic ..... 6€
Café, expresso ..... 2,50€
Thé, infusion, café crème ..... 4€

CAVIAR HOUSE & PRUNIER

PJ's BAR AND GRILL
52 FULHAM ROAD, LONDON SW3
TELEPHONE 020 7581 0025

PERRIER JOUET CHAMPAGNE £30.00 4 PM TO 7 PM

WEEK COMMENCING 19TH FEBRUARY

rs

ULIFLOWER & COLSTON BASSETT STILTON SOUP 4.5
DIVER SCALLOPS WITH SAUCE NERO 9.5
LMON & COD FISHCAKE, CHIVE BEURRE BLANC 6.2
MER" CRAB MEAT WITH ARTICHOKE SALAD 11.0
RRINE OF HAM HOCK & PEAR CHUTNEY, PAIN POILAINE 6.0
CCIO "HARRY'S BAR" 8.5
NA TARTARE WITH AN AVOCADO SALAD 9.0
OPEN RAVIOLI OF WILD MUSHROOMS 8.
UMAVERA, ZUCCHINI, ASPARAGUS, PEAS AND BASIL 7.

TE OF PIGS CHEEK, SLOW COOKED CANNELLINI BEANS 7
S DE BOURGOGNE, SIX SNAILS IN WILD GARLIC BUTTER 8
DIE GRAS, CITRUS BUTTER SAUCE, TOAST BRIOCHE 12

ads

AD WITH CHICKEN, BACON, AVOCADO, EGG & ROQUEFORT CHEESE 1
HONEY & TRUFFLE DRESSING

WINE LIST

RED WINE

FRANCE

	Vra
La Croix, Rouge, Vin de Pays des Coteaux d'Enserune	20
Syrah, La Serre, Langeuedoc-Roussillon	20
Grenache, Cep du Sud Vinde Pays D'Oc	20
Merlot, Domaine de la Prade, VdP des Cotes de Thongues	20
Mas de Bressades, Costieres de Nimes	20
Château Montus, Madiran, France	20
Syrah, Georges Duboeuf VdP d'Oc	20
Fleurie, Jean Marc Despres, Beaujolais	20
Beaujolais Villages, Andre Cologne, Beaujolais	20
Bourgogne, Pinot Noir, Roger Belland, Burgundy	20
Clos de Vougeot "Grand Cru" Domaine Louis Jadot, Burgundy	19
Gevry Chambertin, Armand Rousseau, Burgundy	19
Chorey Les Beaune, Tollot Beaut, Burgundy	20
Auxey-Duresses, Comte Armand, Burgundy	20
Mercurey, Vielles Vignes, Francois Raquillet, Burgundy	20
Santenay 1erCru Les Gravieres, V. Girardin, Burgundy	20
Chateau Martouret, Bordeaux Superior	20
Chateau La Mission Haut Brion, Pessac, Bordeaux	20
Gruaud-Larose 2eme Cru Classe, St-Julien, Bordeaux	19
Chateau de Ribebon, Bordeaux Superior	20
Château Yot, Cotes de Castillon, Bordeaux	20
Château Montaiguillon, St Emilion, Bordeaux	20
Château Haut Pezat, Grand Cru St Emilion, Bordeaux	20
Domaine Zede, Margaux, Bordeaux	20
Charmes de Kirwan, 2nd Wine Château Kirwan, Margaux, Bordeaux	20
Château Pichon Baron, 2eme Cru Classe, Pauillac, Bordeaux	20
La Dame de Montrose, 2nd Wine Château Montrose, St Estephe, Bordeaux	19
Comas, Granite 30, Vincent Paris, Rhone Valley	20
Chateauneuf-du-Pape, Domaine de Beaurenard, Rhone Valley	20
Cotes-du-Rhone St Esprit, Delas Freres, Rhone Valley	20
Cote Rotie, Signeur de Maugiron, Delas Freres, Rhone Valley	20

ITALY

Rosso di Montalcino, Cantina di Montalcino	2004
Tignanello, Marchesi Antinori, Tuscany	
Solaia , "Anata Diversa"Marchesi Antinori	2001
...lo d'Alba, Fontanafredda, Piemonte	2002
...lo al Tasso " Cabernet-Merlot-Syrah" Bolgheri T...	
...nti, Le Reniere, Collio Sensi	

Nos Vins de Propriété

Our Propertie Wines

	Année	Verre 14 cl	Bouteille 75cl
Blancs			
...sse	04	5,20 €	26,00 €
...ey	04	4,80 €	24,00 €
...rton Salon	04	5,00 €	25,00 €
...rgogne Aligoté	04	4,30 €	21,50 €
...blis	04	5,80 €	29,00 €
...piac	03	5,80 €	29,00 €
...s Rouges			
...ncerre	04	5,20 €	26,00 €
...ncerre rosé	04	5,20 €	26,00 €
...aujolais	05	3,90 €	19,50 €
...ourgueil	02	4,60 €	21,00 €
...aumur Champigny	03	5,00 €	25,00 €
...Chinon	04	4,90 €	24,50 €
...Bourgogne Pinot noir	04	4,80 €	24,00 €
...Saint-Emilion	02	5,60 €	28,00 €
...Gamay	04	5,00 €	24,00 €

TE HEURE

...smark, beurre	9.50€
...larengs Pommes à l'Huile	9.00€
...hon Marinés	11.50€
Sardines Millésimées	10.00€
Caviar d'Aubergine	11.00€
Œufs de Saumon Pétrossian	13.50€
Saumon Fumé Sauvage	21.00€

SPECIALITES

Salade LIPP avec Museau de Bœuf	10.00€
Salade LIPP avec Thon	11.50€
Eventail d'Avocat et Crevettes	11.60€
Cervelas Rémoulade	8.50€
Œufs en Gelée	8.50€
Terrine de Campagne	9.60€
Jambon d'Auvergne	14.50€
Foie Gras de Canard	20.00€
Pâté en Croûte, Salade	15.50€

BUFFET FROID

Sandwiches : Jambon ou Saucisson	8.00€
Saucisses de Frankfurt	8.00€
Pommes à l'huile	5.00€
Steak Tartare Frites ou Salade	21.00€
Gigot Froid, Salade	22.10€
Quart Poulet Froid, Salade	18.50€

FROMAGES

Kir Champagne à la Liqueur de Framboise	10.80€
Kir Maison	9.00€
Champagne (la flûte)	10.80€
Bière Blonde Mutzig le Demi	4.30€
le Sérieux	8.60€
Bière Brune le Demi	4.30€
le Sérieux	8.60€
Bière sans Alcool	4.30€

VINS EN CARAFE 50 cl

Julienas A.O.C	15.50€
Riesling Alsace A.O.C	15.50€

NOS VINS SELECTIONNES

	Bt	1/2 bt
Blancs A.O.C :		
Bourgogne LIPP Chardonnay	26.50€	
Sancerre	34.00€	17.00€
Puligny Montrachet	72.00€	
Bordeaux Rouges A.O.C :		
Ch Vieux Barrail Réserve LIPP	19.50€	9.70€
Ch Ramage La Batisse Médoc	45.00€	23.00€
Côtes du Rhône A.O.C :		
Saint-Joseph	44.00€	
Hermitage	75.00€	

	...Sherry		8.70€
	...Tonic, Vodka Tonic		13.00€
	Tomate Vodka, Vodka Orange		13.00€
ANIS (4 cl)	Ricard, Pastis 51		7.90€
JUS DE FRUITS (20 cl)	Orange ou Citron pressé (12cl)		5.00€
	Raisin, Tomate		
	Ananas, Pamplemousse		5.00€
	Bitter San Pellegrino		
	Tonic Citron		5.00€
EAUX MINERALES	Quart Vichy		4.00€
	33 cl Perrier Citron		5.20€
	Vittel, San Pellegrino	100 cl	6.20€
		50 cl	4.70€
VINS au verre (15 cl)	Côtes de Brouilly A.O.C Beaujolais		5.00€
	Riesling Alsace A.O.C LIPP		4.70€
	Bordeaux Réserve LIPP		4.90€
	Vin blanc cassis		5.00€
ALCOOLS verre dégustation	Cognac LIPP V.S.O.P		15.00€
	Liqueurs, Peppermint		15.00€
	Prune de Souillac		15.00€
	Armagnac Très Vieux 1985		15.00€
	Mirabelle, Kirsch, Questche		15.00€

ПРОМОУШН-АКЦИИ

Каким бы ни был тип заведения, для стимулирования продаж в краткосрочной перспективе необходимы промоушн-акции.

В зависимости от поставленных целей, подобные акции могут принимать различные формы. Чаще всего встречается практика «вина, аперитива или коктейля дня или месяца», которые официант или сомелье предлагают клиенту в первую очередь. Ниже приведен далеко не полный список промоушн-акций некоторых заведений.

• Винные сеты – несколько разных вин, подаваемых по бокалу в течение ужина по заранее обусловленной цене.

• Вина Гран Крю, подаваемые бокалами.

• Расширенный во времени и в ассортименте «счастливый час».

• Организация специального ужина с шампанским, приуроченного к определенному событию или празднику (например, Новый год).

• Бутылка вина по специальной цене, заранее выставленная на стол.

• Сочетание блюд и вин (например, неделя устриц и белого Шеверни).

Следует всегда отдавать предпочтение простым предложениям, легко запоминающимся посетителем. Персонал должен предлагать клиенту, в первую очередь, вина и прочие напитки, являющиеся объектом промоушн-акции. Специальное предложение следует четко отражать в меню и картах, на столах или на досках. Целевую публику можно информировать и приглашать с помощью флаеров и объявлений в средствах массовой информации. Наконец, по случаю крупных промоушн-акций ресторатор никогда не забудет позаботиться о создании соответствующей обстановки и подходящего оформления, чтобы добиться особой атмосферы.

КАК УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ ВИНА: 10 ОСНОВОПОЛАГАЮЩИХ ПРИНЦИПОВ

1. Позаботьтесь о декоре и бокалах. Ассоциирующийся с вином интерьер оказывает существенное влияние на продажи. Речь идет не о превращении ресторана в погреб, но о создании атмосферы, подчеркивающей, что местная традиция – заказывать вино, и клиент может рассчитывать на широкий выбор и профессиональный совет. Подобные впечатления должны создавать и бокалы, вызывая ощущение праздника и роскоши, располагающее к тратам.

2. В меню, которое следует регулярно обновлять, необходимо добавить одно-два блюда, содержащие вино. К примеру, телячья отбивная под соусом с Мерсо или заячья спинка в Каоре обязательно требуют в качестве дополнения соответствующее вино. Данный факт значительно упростит работу для сомелье. Чем более очевидно сочетание, тем выше потребление.

3. Введите вина в меню. К каждому блюду предложите от одного до трех вин. В данном направлении следует работать особенно в тех случаях, когда персоналу еще не хватает знаний.

4. Если вы работаете в ресторане высокой кухни с соответствующими ценами, предложите клиентам бокал вина бесплатно в качестве аперитива. Вино должно быть легким и подаваться в небольшом бокале. Вызванное подобным аперитивом расслабление повлечет за собой более существенные заказы.

5. Работайте над картой вин, но не перегружайте ее. Снабдите ее четкими пояснениями и без колебаний указывайте, сухое вино или сладкое. Подобные сведения могут оказаться очевидными не для всех клиентов.

6. Организуйте промоушн-акции, посвященные вину. Поставьте на видном месте бутылки с указанием цены и кратким описанием вина. Используйте table tents с рекламой. Это эффективное средство облегчает клиенту выбор и, соответственно, заказ.

7. Соблюдайте принципы Омнеса и следите за соотношением цен на вина и блюда. Тот, кто в состоянии оплатить ваши блюда, должен суметь позволить себе выпить ваши вина. Не следует предлагать замковые вина по 150 долларов, если вы продаете пиццу по 10.

8. Не делайте клиента заложником и всегда имейте «спасительное вино» каждого цвета по доступной цене.

9. Пользуйтесь всеми возможными случаями для обучения персонала. Обучите работе с вином весь персонал, работающий в зале, а не только сомелье.

10. Старайтесь всегда иметь вина, фигурирующие в карте. Лучше иметь в карте меньше вин, но которые всегда есть в наличии, чем множество призрачных наименований, обескураживающих клиента, который потратил десять минут на выбор вина, отсутствующего на складе.

ПРОМОУШН-АКЦИИ ЗАДАЮТ РИТМ ЖИЗНИ РЕСТОРАНА. ДЕГУСТАЦИИ, НОВЫЕ СОЧЕТАНИЯ БЛЮД С ВИНАМИ, ВИНА МЕСЯЦА… И, КОНЕЧНО, НЕ ЗАБЫВАЯ О НЕИЗБЕЖНОМ ПРАЗДНИКЕ БОЖОЛЕ НУВО…, ПРОМОУШН-АКЦИИ ДОЛЖНЫ СЛЕДОВАТЬ ОДНА ЗА ДРУГОЙ И СОСТАВЛЯТЬ КАЛЕНДАРЬ РЕСТОРАТОРА.

НИ МЕСЯЦА БЕЗ ПРОМОУШН-АКЦИИ

«Ни месяца без промоушн-акции» – таким бы мог быть девиз Жана-Люка Бланло, директора Bofinger, знаменитой брассери, расположенной на площади Бастилии в Париже. Он рассказывает о своем опыте проведения специальных акций по продвижению вина.

Что вы делаете для повышения продаж вина?

Мы сочетаем различные промоушн-акции; они касаются как карты вин, так и меню. Мы стараемся, чтобы они дополняли друг друга.

Например?

Наша основная промоушн-акция – операция Coup de cœur (Сердечный порыв). В жизни брассери она играет огромную роль. Это долговременная операция, которая длится два месяца, и мы повторяем ее несколько раз в год.

Каким образом проходит эта операция?

Мы выбираем одно или несколько вин, на которые получаем от поставщиков привлекательные цены. Приглашаем производителя и собираем весь коллектив (40 человек). Винодел представляет свое вино, организует дегустацию, рассказывает о наилучших способах его продажи, возможных сочетаниях. Поскольку мы обходимся без сомелье, весь персонал должен уметь продавать вино. Затем мы освещаем операцию в своей газете. (Газета группы «Фло». *Прим. авт.*) Кроме того, мы устанавливаем table tents с информацией об акции и заранее оповещаем своих постоянных клиентов. Наконец, для гарантии успешных продаж мы организуем внутренний конкурс: официант, продавший наибольшее количество бутылок, получает ящик вина, который сможет заложить в свой погреб.

Мы также стараемся не поднимать цены. Так, Шато Марки де Терм у нас продается по 68 евро за бутылку, в то время как у кависта оно стоит 85 евро.

Как такая промоушн-акция сочетается с меню?

Ну, мы же находимся в брассери. Например, мы регулярно проводим операцию «Dans le cochon, tout est bon» (в свинине все прекрасно), и, разумеется, старшие официанты обучены предлагать вина, на которые распространяется промоушн-акция «Сердечный порыв», к некоторым блюдам нашего меню, составленного на основе мяса этого милого животного.

KABB Wine of the month

Moulin De Gassac Guilhem Blanc

Price per bottle : 268(RMB)
Price per glass : 55 RMB

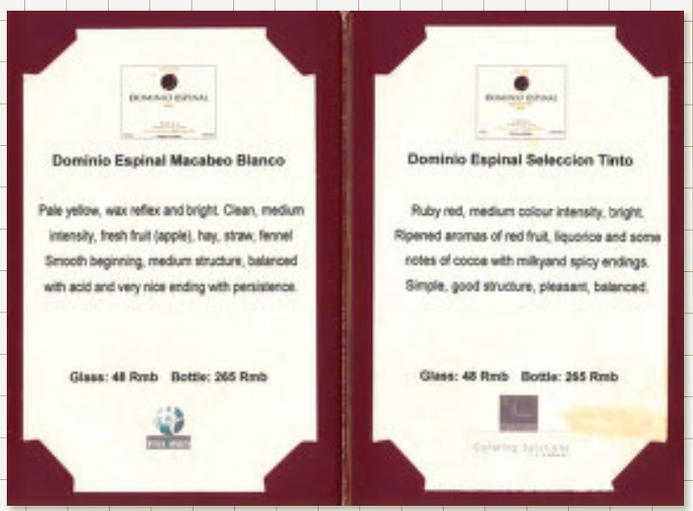
Yellow-golden color. Powerful and seductive fruit expression. Fine acidity with a very well balanced structure. Fresh with good length.

Château Roc de Montpezat AOC

Price per bottle : 288(RMB)
Price per glass : 60 RMB

This wine boasts a beautiful ruby-red robe with brilliant and dense tints. This wine reveals a powerful smell of candied fruits and violets. A rounded and full mouth which reveals silky aromas.

В ресторане-гриль-баре Kabb, ориентирующемся на англо-саксонских менеджеров и расположенном в шанхайском квартале Шинтьенди, названия вин месяца (красного и белого) указаны на первой странице винной карты. Представлены их этикетки, цены за бутылку и бокал, а также краткий дегустационный комментарий.


Dominio Espinal Macabeo Blanco

Pale yellow, wax reflex and bright. Clean, medium intensity, fresh fruit (apple), hay, straw, fennel. Smooth beginning, medium structure, balanced with acid and very nice ending with persistence.

Glass: 48 Rmb Bottle: 265 Rmb

Dominio Espinal Seleccion Tinto

Ruby red, medium colour intensity, bright. Ripened aromas of red fruit, liquorice and some notes of cocoa with milkyand spicy endings. Simple, good structure, pleasant, balanced.

Glass: 48 Rmb Bottle: 265 Rmb

В другом случае вина месяца представлены в небольшом буклете, стоящем на столе. Красное и белое вино приводятся вместе с их этикетками, дегустационными комментариями, рекомендуемыми сочетаниями с блюдами и ценами за бутылку и бокал.

Рекламные флаеры из разных стран и заведений разных типов.

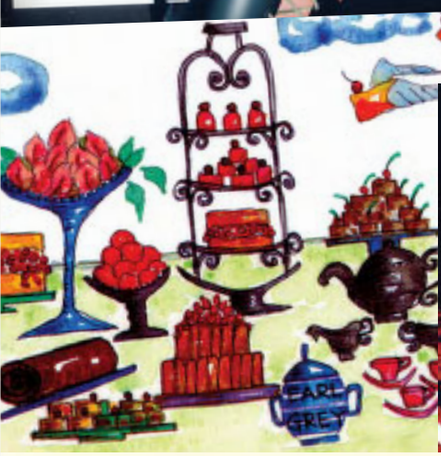
SEPTEMBRE
OCTOBRE
2006
NUMERO
POLE
L'INFO DU KARE(MENT)

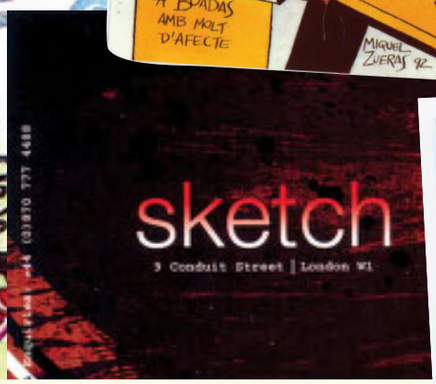
MENUS
Petit salé
Fromage blanc & com

КАФЕ
ПУШКИНЪ
ВЫЕЗДНАЯ ТРАПЕЗА «КАФЕ ПУШКИНЪ»
ТЕЛ. 759-00-33

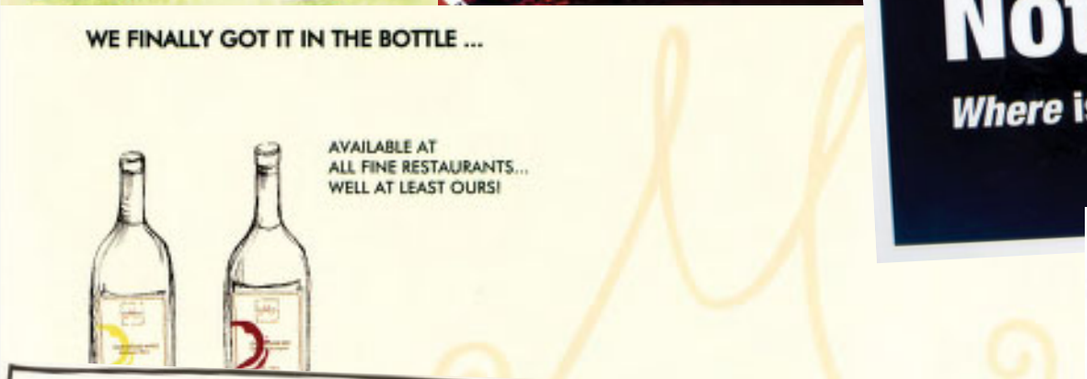
GIN
A BADAS AMB MOLT D'AFECTE
MIQUEL ZUERAS 02

LONDON
PARIS
MOSCOW
PEKIN
IT'S beaujolais nouveau


EARL GREY


sketch
3 Conduit Street | London W1

To Eat or
Not to Eat
Where is the question . . .
ZAGAT
London
Restaurants
2008


WE FINALLY GOT IT IN THE BOTTLE ...
AVAILABLE AT
ALL FINE RESTAURANTS...
WELL AT LEAST OURS!

Fine and Rare Recent Releases
PETRUS
KRUG
Château Petrus
M's house white
Zhong Jiang Vinegar
M's house Red
Krug

bar apéritif
BEFORE
18h → 2h30
Une assiette apéro est offerte.

ВИНО ПО БОКАЛУ

История подачи вина бокалами

Предполагается, что подача вина бокалами восходит к шампанскому, которое первым стали сервировать таким способом в англо-саксонских странах. Поскольку обычные и шампанские вина стоили там значительно дороже, чем в континентальной Европе, торговцы быстро сообразили, что легче найти клиентуру, готовую пить лучшее вино, но в меньших количествах. Одновременно подобный подход позволял противостоять коктейлям, пиву и крепким напиткам, массово потреблявшимся в этих странах и, разумеется, постоянно подававшимся бокалами. Затем, вследствие ограничений, наложенных на вождение транспорта, практика подачи вина бокалами распространилась и на Европу. И, наконец, она сделалась адекватной реакцией на общее снижение потребления вина: европейцы предпочитали пить меньше, но лучше. И в подобной ситуации бокал хорошего вина заслуживал большего внимания, чем бутылка ординарного.

Новый способ продаж потребовал от ресторанов принятия на себя рисков сохранности вина, поскольку не было никаких гарантий, что вино из распечатанной бутылки удастся продать прежде, чем оно испортится. Технический прогресс устранил последние затруднения и убедил даже самых упрямых профессионалов. В результате подача вина бокалами утвердилась в большинстве ресторанов, а значительная часть клиентов просто отказалась бы от заказов, если бы им не предложили достойного выбора вина в бокалах.

Причины успеха

В наши дни продажи бутылок объемом 0,75 литра снижаются. Подобный объем не всегда оказывается востребован. Приводим несколько причин, способствующих успеху подачи вина бокалами.

- Новая кухня, вбирающая в себя гастрономические диалекты разных стран, вызывает столкновение вкусов, погасить которое с помощью только одного сорта вина невозможно.
- Снижается продолжительность трапезы.
- Поход в ресторан перестал быть событием; за столом собирается меньше сотрапезников, заказывается меньше блюд на человека; в данном случае бокал – наиболее подходящий объем напитка.
- Усилилась тяга к новым открытиям. Возникло желание перепробовать как можно больше, не увеличивая общего количества.
- Для шеф-повара в поисках идеальных сочетаний подача вина бокалами просто незаменима.

Цены на вино по бокалу

Для расчета цены бокала вина следует разделить указанную в карте цену бутылки на число бокалов, которые предполагается из нее разлить, добавив

Доска с информацией о винах, подаваемых бокалами, в винном баре Staunton's, Гонконг.

Разливочный аппарат с использованием азота в винном баре l'Ecluse, Париж.

СОМЕЛЬЕ и ПОДАЧА ВИНА БОКАЛАМИ

Подача бокалами повергла в шок некоторых сомелье, которые не согласны говорить о вине, если его не закажут, по меньшей мере, бутылку. И все же, подаче вина бокалами следует уделить большое внимание, поскольку она может принести значительную прибыль.

небольшую наценку, как говорится, «на всякий случай». Затем надо проинструктировать персонал, чтобы он соблюдал установленные меры. Можно также использовать бокалы с меткой, наподобие знаменитых усов парижского хозяина бистро Жака Мелака, выгравированных на бокале на соответствующем уровне и призванных вовремя остановить руку не в меру щедрого официанта, а также напомнить, что Жак Мелак – в первую очередь, овернец. (Скупость жителей Оверни стала у французов притчей во языцах. *Прим. ред.*).

Способы хранения вина

Без технического прогресса, который позволяет в наше время избежать убытки, преследовавшие рестораторов прежних времен, массовое распространение подачи вина бокалами было бы невозможным. Далее речь пойдет о четырех основных методах, позволяющих сохранять вино, продаваемое бокалами.

Пробка

В конце концов, работа по старинке не всегда ведет к печальным результатам, особенно, если вы уверены в постоянном обновлении запасов, убеждены, что сумеете продать содержимое открытой бутылки (с учетом того, что перезакупоренную пробкой бутылку можно хранить примерно в течение двух суток), а ваш персонал достаточно компетентен, чтобы соблюдать температуру подачи.

Таким самым простым способом пользуются преимущественно в винных барах, где не сомневаются в продажах значительно больших, нежели одна открытая бутылка. Наценка на вино, продаваемое бокалами, позволит компенсировать случайные потери, а оставшееся вино оживит ужин персонала и послужит для его обучения.

В подобных случаях следует остановиться на винах нижней и средней ценовой гаммы. Затем следует заранее определить их устойчивость к хранению в распечатанном виде, которая может сильно отличаться от одного вина к другому. Как правило, белые вина устойчивее красных, но некоторые красные вина удивительным образом раскрываются при хранении в открытой бутылке в течение дня или суток.

Винный насос

Это небольшой насос, позволяющий создать в бутылке вакуум и тем самым защитить вино от воздействия кислорода. Он позволяет хранить вино в течение двух, а в некоторых случаях – и трех дней. Простая и экономичная система, представляющая собой модификацию обычной пробки. При этом требует сознательного персонала, не забывающего откачать воздух после каждого заказа и соблюдающего температуру хранения.

Упаковка Bag in Box

Долгое время содержавшие только ординарные вина и продававшиеся лишь в супермаркетах по бросовым ценам, Bag in Box постепенно завоевывают рестораны. Даже в Бордо есть ресторан, предлагающий более 30 сортов хорошего вина, которые разливаются по бокалам из Bag in Box. Эта упаковка позволяет продавать вино в течение месяца и более, не беспокоясь о его сохранности, поскольку воздух не попадает внутрь ни при каких обстоятельствах. При этом Bag in Box еще не пользуются особенно высокой репутацией, поскольку они слишком долго применялись только для дешевых вин, а престижные рестораны предпочитают бутылки. В других ресторанах Bag in Box используют для наполнения кувшинов.

Разливочный аппарат с азотом

Идея пришла от подачи пива. В процессе разлива воздух в бутылке заменяется азотом, что позволяет хранить вино около трех недель. Такой аппарат используется для вина наивысшего качества.

Другое важное преимущество вышеописанной системы – то, что она позволяет постоянно контролировать температуру вина. Ваше вино не только прекрасно сохранилось, не только сервируется с соответствующим престижем, но, вне зависимости от компетентности персонала, вину еще и гарантирована оптимальная температура подачи.

Глава
4.4

Техника и психология продаж

Когда ваша ценовая политика определена, карта вин напечатана и запасы пополнены, остается самое важное – продать вина, включенные в ассортимент. Если вы стремитесь отвести вину привилегированное место в своем ресторане, то контакт с клиентом будет играть решающую роль. Вам придется воодушевлять, консультировать и ориентировать гостей, давая им почувствовать, что они попали в хорошие руки.

Однако нереально подойти к этому вопросу без подготовки. Выбор вина, его возможные сочетания с блюдами и даже сама необъятность предложения вин на рынке напоминают нам каждый день о том, что вино – это продукт, непохожий на другие. К тому же он несет в себе историческое наследие, географическое происхождение и органолептические характеристики, что выделяет его среди остальных товаров и требует особого подхода со стороны продавца.

Что касается потребителя, то он часто воспринимает вино как продукт, предназначенный для касты знатоков. В России еще не так много тех, кто способен различать иностранные вина со сложными названиями на незнакомых языках. Смущенный таким обстоятельством, клиент чувствует себя отверженным от мира вин. В этом контексте сомелье выполняет роль гида, и он должен, в первую очередь, снискать доверие клиента и никогда его не разочаровывать.

Продажа – техника или искусство?

Одни считают продажу техникой, в которой врожденные качества коммерсанта опираются, главным образом, на его знания и освоенное им мастерство человеческих отношений. Это помогает ему установить наиболее гармоничный контакт с самым широким спектром клиентов.

Другие приближают технику продаж к искусству, полагая, что врожденные качества продавца важнее всего. Иногда даже говорят, что умение продавать – это Дар. Тем не менее, очевидно, что одного таланта недостаточно. Постоянный пересмотр поведения, объективный анализ недочетов, изучение как успехов, так и неудач, позволят продавцу улучшить свои результаты и использовать максимум своего потенциала.

Врожденные качества хорошего продавца всем известны. Умение себя держать и быть заметным, гармоничные жесты, прямой взгляд, хорошая осанка и поднятая голова, спокойный голос и умеренный темп речи, обаятельная улыбка. Однако следует проявлять осторожность, чтобы не переоценить значение внешности и не стать пародией на продавца. Сутана не делает монахом. Кроме того, вопреки распространенному мнению хороший продавец – не тот, кто произносит максимум слов в минуту, пытаясь утопить клиента в речевом потоке, а – тот, кто умеет слушать и понимать нужды своего собеседника.

Бистро La Palette, Париж.

Технические знания о товаре, разумеется, необходимы. Вместе с тем, их легче всего заполучить (достаточно освоить различные аргументы, подтверждающие достоинства того или иного бренда). Поэтому сегодня мы становимся свидетелями постоянного нарастания технических сведений о товарах.

Возвращаясь к продажам вина, можно усомниться в том, что потребитель придет в восторг от информационной инфляции, которая чаще всего выше его разумения и не представляет для него никакого интереса. А значит необходимо научиться кратко, ясно и четко излагать фундаментальные технические аргументы. Что касается характеристик предлагаемого вина, то они должны быть простыми, быстро запоминающимися и, если возможно, яркими.

Глубокие технические разъяснения лучше оставить для встреч и разговоров с поставщиками. Кстати, заметим, что в этом случае роли меняются, и сомелье-продавец становится сомелье-покупателем.

Мастерство профессиональных отношений – это самая трудная составляющая, которой можно овладеть только благодаря опыту. Как можно быстрее понять клиента, чтобы ответить на его нужды или даже предупредить их заранее, – необходимый этап для основания хороших коммерческих отношений. Одновременно следует научиться смотреть со стороны на собственное поведение и уметь подавлять эмоции, чтобы всегда контролировать направление разговора и предусматривать его возможный поворот.

ОВЛАДЕТЬ ТЕХНИКОЙ

Техника продаж помогает владеть ситуацией во время переговоров с клиентами разных типов. Ее цель – подвести клиента к заранее намеченному решению путем использования типовых фраз. Для достижения автоматизма словесная техника продаж требует ежедневной практики.

Тем не менее, важно остерегаться подводного камня, на который чаще всего натыкаются заядлые адепты техники продаж. Этот подводный камень – рутина, которая влечет за собой машинальное и бездушное поведение, срабатывающее только на самых простых клиентов. Техника продаж способна помочь, но ни в коем случае нельзя рассчитывать только на нее.

Правила поведения

Представьте себе, что вы пришли в лучший из ресторанов и приложили все усилия для выбора изумительного вина, идеально сочетающегося с блюдами известного шеф-повара, которые вы и ваша жена уже давно мечтали попробовать. Все было бы просто замечательно, если бы сомелье не надоел вам своим присутствием. Вначале он уверял вас, что выбранное вами вино не подойдет для кушаний и навязывал собственное мнение (предлагая вино в два раза дороже), а затем весь вечер, согнувшись пополам, делал опрометчивые замечания по поводу вина, без конца выходил покурить в вестибюль, шокировал своими обгрызенными ногтями, но, к счастью, чаще всего держал руки в карманах, говорил слишком громко и быстро, сделал несколько скользких комплиментов вашей привлекательной супруге, то и дело переключался на разговоры о политике и, в конечном счете, покритиковал вина, которые сам включил в карту ресторана.

Я предполагаю, что такой сомелье или метрдотель вам сильно испортят удовольствие, и вы придете к выводу, что хороший ресторан – это единство композиции. Сервис должен соответствовать высокому уровню кухни, вино – обладать лучшим качеством, а персонал ресторана – профессионализмом и этикой.

Называя вещи своими именами, официант, метрдотель и сомелье должны быть уважаемыми людьми, с которыми хотелось бы подружиться.

Те правила поведения, о которых пойдет речь, используются многими людьми. Может быть, и вы сами их придерживаетесь, даже не давая себе в этом отчета. Это самые элементарные постулаты, которые определяют поведение в обществе. Однако они имеют решающее значение, как для гарантии качественного обслуживания, так и для профессионального успеха. Остается только посоветовать следовать им как можно точнее, помня о том, что никто не идеален, и каждый новый день представляет нам дополнительную возможность для самосовершенствования.

Без высокомерия и претензий

Полученные знания о винах необходимы сомелье для хорошей работы и продолжения карьеры, а не для того чтобы хвастаться ими перед клиентами, у которых, скорее всего, есть другие заботы. Напротив, вы можете использовать любую возможность для демонстрации своего чувства юмора. Пользуйтесь им, но не злоупотребляйте.

Тому, кто работает в сфере обслуживания, необходимо контролировать свои эмоции. Во время обслуживания клиент – это ваша работа. Что бы ни произошло, что бы вам ни сказали, сохраняйте хладнокровие. Ваше поведение должно подчиняться строгой профессиональной логике.

Всегда будьте вежливы, даже если вам кажется, что другие не совсем корректны по отношению к вам.

Принципы общения

Общению учатся. Не все из тех, кто блестяще выступают в телевизионных программах, обладают врожденным талантом общения. За их «естественной» способностью к общению кроется долгая работа над собой. Постижение нескольких основных правил позволит вам выработать рефлексы, которые могут оказаться полезными.

- Когда вы не можете ответить на сложный вопрос, искренне признайтесь в этом, добавив: *«Дайте мне немного подумать»*.
- Говорите только по необходимости, никогда не говорите долго.
- Говорите только тогда, когда знаете, что собираетесь сказать.
- Никогда не называйте клиента по имени.

Когда вы чувствуете, что неадекватно отреагировали в какой-либо ситуации, позднее, на холодную голову проанализируйте свое поведение и определите наиболее подходящий образ действий.

Первый контакт, первые слова

Первый контакт, будь он профессиональным или сугубо личным, имеет решающее значение для про-

УМЕТЬ ОБРАТИТЬСЯ К КЛИЕНТУ

Необходимо обучить персонал умению обращаться к клиенту. Вместо того чтобы просто сказать: «Не желаете ли аперитив?», имеет смысл предложить несколько его вариантов, которые не поставят клиента в положение единственного выбора и в то же время оставят ему меньше возможностей для отказа. «У нас есть аперитив дня, который представляет собой очень свежий и легкий коктейль с шампанским, но, кроме того, мы предлагаем и классические коктейли-аперитивы, если, конечно, вы не пожелаете начать прямо с вина». Понятно, что в подобной ситуации клиенту будет трудно ограничиться графином воды из-под крана! Подобный метод выбора из многих предложений может пригодиться в любой момент заказа, будь то аперитивы, вино, десерты или дижестивы. Короче говоря, просто изменив формулировку фразы, ресторатор может рассчитывать на значительно большую прибыль.

должения отношений. Уделите первому контакту особое внимание.

Посмотрев человеку в глаза, сделайте вид, что вы его узнали, даже если он вам вовсе не знаком! Произносите приветствие и первую фразу с улыбкой.

Первые сказанные вами слова – самые главные. Подбирайте их особенно тщательно. Они должны быть понятны клиенту и превосходить его ожидания. К примеру, вместо стандартного *«Добро пожаловать»,* лучше сказать постоянному посетителю: *«Как приятно вас видеть вновь»*.

Клиенты будут поражены, если вы сразу, при первом контакте проявите характер и оригинальность, и это обеспечит вам признание. Избегайте банальных фраз и подготовьте заранее несколько оригинальных «закусок» для вступительного обращения.

Проследите за выражением глаз своего собеседника. Если оно не изменилось, то это значит, что вы не достигли своей цели. Если в них засветился интерес, то вы на верном пути, и следует продолжать в том же направлении.

Человеческий фактор

Процесс продажи в ресторане ставит перед собой две цели – удовлетворить текущие потребности клиента и добиться повторного посещения им ресторана.

Когда в ресторане все хорошо устроено, как с материальной точки зрения – дизайн, удобные кресла, вкусный ужин, так и с нематериальной – вежливый прием и обслуживание, приятная атмосфера, клиент получает удовольствие. И у него не только вырабатывается привычка приходить в ресторан снова и снова, но он также чувствует потребность высказать свое удовлетворение окружающим. Нет лучшего рекламного агента, чем довольный клиент.

Конечно же, материальные аспекты очень важны. Но при общении с клиентом они остаются на заднем плане, а первостепенную роль играет человеческий фактор.

Общение складывается из многих элементов. Проведенные эксперименты свидетельствуют о том,

Каждый раз при контакте с клиентами будьте доброжелательны. Воспринимайте их так, словно они имеют для вас огромное значение. Что, кстати, правда, ведь без них не было бы вашей профессии. И запомните раз и навсегда: клиент не может вам помешать в работе, ибо он и есть ваша работа.

что слова, в конечном счете, не являются самым важным из них. Общение во многом происходит через взгляд, жесты, выражение лица, поведение... Хороший продавец должен стремиться достичь совершенства в каждом из этих аспектов.

Улыбка. Умение улыбаться – принципиально. Улыбка снимает напряжение не только у того, к кому она обращена, но и у того, кто ее дарует. Обслуживание клиентов в ресторане – это очень серьезный бизнес, но, тем не менее, он должен протекать в самой приятной обстановке.

Взгляд. Взгляд подтверждает, что вы заметили приход клиента и уделите ему все свое внимание. Для клиента, наверное, нет ничего неприятнее, когда он не может поймать взгляд обслуживающего персонала при входе в ресторан, или пытаясь сделать заказ. В такие моменты он чувствует себя отверженным, ненужным.

Жесты. Жесты должны быть плавными и сдержанными. Чем шире их амплитуда, тем больше они выказывают внимание клиенту. Но они не должны выражать угодливость и заискивание.

Голос. Не слишком тихий, не слишком громкий. Темп речи – умеренный, со скоростью 110–130 слов в минуту. Именно в таком ритме изъясняются политики. Говорите, улыбаясь. Это делает голос более приятным.

Телефонная интонация. Как подыскать ту интонацию, которая помогает выразить мысли наилучшим образом? Стоит просто вспомнить о той интонации, которую вы используете в телефонном разговоре, и применить ее при общении с клиентом. Это очень эффективный метод, помогающий выражаться ясно и демонстрировать уважение посетителю.

Лексика. Словарный запас должен быть тщательно подобранным, точным, но не мудреным, а понятным для всех. Выражайтесь как можно яснее. Не повторяйте автоматически одни и те же фразы. Они должны казаться клиенту сформулированными специально для него.

Дресс-код. Одежда должна быть безупречной, но не слишком заметной, скорее, сдержанной.

Используйте уникальные и интересные слова

Клиенты, которым вы даете пояснения к винам, не хотят, чтобы с ними общались на научном языке. Это справедливо для всех областей, но еще более актуально в атмосфере ресторана. Технические термины утомляют и оказывают дополнительное давление. Избегайте говорить о яблочно-молочной ферментации или углекислой мацерации, иначе вы прослывете любителем выставлять напоказ свои познания. Вместе с тем, люди не хотят слышать от вас обыденные слова. У них есть сложившееся априори представление о том, что человек, занимающийся вином, – это особенный персонаж. И они предполагают, что этот персонаж, то есть вы, скажет им нечто уникальное. Они будут крайне разочарованы, если это не произойдет. Напротив, если их ожидания сбудутся, вы завоюете их абсолютное признание. Это касается всех клиентов, независимо от их культурного уровня.

Удовлетворить подобные ожидания совсем не трудно. Следует взять пример с политиков и людей, часто выступающих по телевидению, которые используют всем знакомые, но, вместе с тем, неизбитые слова. Важно только, чтобы эти слова не были мудреными. Иначе вас сочтут притворщиком или типом с претензиями.

Направление вашему собственному поиску могут дать нижеследующие примеры, касающиеся вина.

Широко используемые слова	*Редко используемые слова*
• Освежающее	• Бодрящее
• Выразительный (о букете)	• Колоритный, красноречивый
• Мощное	• Могучее
• Характерное	• Показательное
• Полнотелое	• Дородное
• Послевкусие	• Стойкость
• Кислотное	• Нервное
• Легкое	• Воздушное
• Тонкое	• Деликатное

Поговорим на другую тему

Сомелье часто вынуждены общаться на темы, далекие от мира вина и ресторана. А значит могут пригодиться следующие советы:

• Никогда не затрагивайте тему, которая может каким-бы то ни было образом обидеть ваших слушателей. Говорите только на те темы, которые – вы уверены – нравятся вашим клиентам.

• Беседуя о чем-либо, говорите только то, что люди хотят от вас слышать.

• Высказывайте свое настоящее мнение, но только то, которое понравится клиентам.

• Избегайте сюжетов, позиции по которым разделяются.

• Не затрагивайте тему национальной принадлежности.

• Не высказывайте свои идеи и воззрения.

• Не пойте дифирамбы.

АРГУМЕНТЫ ДЛЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ВИНА ПРИ ПРОДАЖЕ
(НА ПРИМЕРЕ CAMPO VIEJO GRAN RESERVA)

Аргументация должна быть краткой и ясной.

• Campo Viejo – это самая популярная в Испании марка вина.

• Это вино из Риохи, наиболее престижного винодельческого региона Испании.

• Grand Reserva – это вино из сорта Темпранильо, которое выдерживали два года в бочках и, как минимум, три года в бутылках, что сформировало его конфитюрные и пряные ароматы.

• Вино созрело, достигнув своего оптимального возраста, и его мощный и сложный характер будет гармонично сочетаться с вашим блюдом.

Дальнейший разговор о вине продолжается только в том случае, если к этому побуждает клиент.

Делайте людям комплименты, но не льстите. Вы любите выслушивать комплименты в собственный адрес, другие – тоже, всегда, когда этого заслуживают. Однако, если их похвалить без всяких видимых причин, они сочтут комплимент за лакейство.

Наконец, не позволяйте людям вам рассказывать сплетни. Это одно из самых важных правил работы в сфере обслуживания.

Аргументация и представление вина при продаже

Наиважнейшей стороной деятельности сомелье, метрдотеля и официанта является умение правильно представить вино. Уметь говорить о вине – это уметь его продавать. Весь труд по составлению карты вин внезапно находит свое оправдание. И, чтобы добиться успеха, следует действовать в соответствии с методикой и чаще проводить групповые тренировки, чтобы продажи приобрели максимально естественный характер.

У начинающего сомелье система продажи заметно отличается от системы опытного, прошедшего огонь и воду коллеги, знающего все тонкости своей профессии. Последний способен оценить клиента заранее. Он никогда не забывает, какое вино хочет продать, и принимает заказ на вторую бутылку в самый подходящий момент. Он умеет выстроить с многими клиентами доверительные отношения, что предоставляет ему все большую свободу действий. Что до начинающего сомелье, то ему, в первую очередь, надо стараться избежать ошибок. Он должен четко изъясняться при представлении вина и правильно, профессионально принимать заказ. Его цель – советовать правильное вино, то, которое соответствует ожиданиям клиента в отношении вкуса и цены, и только иногда, при благоприятной возможности, рекомендовать вино, которое надо распродать в первую очередь.

В результате начинающий сомелье сосредоточивается на решении весьма скромных задач, и лишь по мере обретения опыта он будет прогрессировать в своем деле.

Знание продаваемых вин и крепких напитков

Прежде всего, профессионал должен превосходно знать продукт, который он продает. Даже если это знание не должно использоваться для «сражения наповал» клиента, оно необходимо, чтобы чувствовать себя уверенно, не сомневаться в своих предложениях и быстро подобрать подходящее вино. Такое знание может быть как техническим (сорта винограда, годы урожая, характер вин, возможные сочетания), так и относиться к общекультурной области (шампанское Марии-Антуанетты, вино Наполеона, вино, подававшееся при царском дворе или на борту «Титаника»…). Сомелье должен уметь ответить на все вопросы и выстроить аргументацию, вбирающую разнообразные идеи, чтобы удовлетворить любопытство наиболее любознательных клиентов.

Представление вина

Представляя вино, следует, в зависимости от интереса клиента, двигаться от минимальной информации к более детальной.

Так, если фраза «У нас есть Мерло из превосходного итальянского винодельческого хозяйства» возбуждает интерес клиента, она может быть дополнена следующим предложением: «Я считаю себя вправе рекомендовать вам это вино, поскольку, как вы сами убедитесь, оно обладает душистым ароматом. Оно будет превосходно сочетаться с заказанным вами мясом гриль с травами».

Далее, если клиент оказался искренне заинтересованным знатоком: «Это хозяйство производит замечательные вина. Данный год урожая дал чрезвычайно выразительные вина, которые на настоящий момент достигли зрелости и раскрыли свои наилучшие качества».

Если же первая фраза, напротив, не вызывает никакой реакции, следует сменить направление беседы: «Кроме того, я могу вам предложить французское вино из долины Роны, мощное, с ярко выраженным характером, если, конечно, у вас нет особых предпочтений».

Направить выбор клиента

При продаже аргументы действуют только на тех, кто склонен их воспринять. Тех же, кто сам делает свой выбор, следует просто поддержать в их решении: «Отличный выбор», уделив больше внимания тем, кто готов прислушаться к совету профессионала. Следует отметить, что отдельные посетители систематически отказываются от первого предложенного вина и всегда ожидают второго предложения. И только научившись понимать поведение клиентов, сомелье сможет легко и естественно провести по всем излучинам виноградников своих лучших гостей и поделиться с ними своей страстью к винам.

Но не следует забывать, что статистика беспощадна: 70% продаж сомелье составляет простой прием заказов, которые он обязан выполнить с максимальным профессионализмом, и только около 30% – представление вин и рекомендации, в которых проявляется его талант продавца и специалиста по общению. И, наконец, лишь малая толика – один-единственный процент клиентов готов к настоящему разговору на тему вина. Такого гостя сомелье не должен упустить!

ТРИ ЭТАПА ПРИЕМА ЗАКАЗА

Непременно позаботьтесь о том, чтобы аперитив был подан в правильных бокалах.

ПЕРВЫЙ ШАГ. ЗАКАЗ АПЕРИТИВА

Если сомелье (или старший официант) не знает, кто пригласил собравшихся за столом, то, прежде чем передать карту вин (в раскрытом виде), он спрашивает, кто будет выбирать вино. Затем он предлагает аперитив и, прежде чем уйти, привлекает внимание к винам, которые хотел бы продать в первую очередь: специальные акции, операции по продвижению товара, вина, достигшие зрелости. Ни в коем случае сомелье не должен настаивать на этих винах, если он не хочет добиться противоположного результата.
Если поступает заказ на аперитив, он немедленно его выполняет.

В первую очередь клиенту, занявшему место за столиком, предлагается аперитив. Этот шаг ведет к установлению контакта, но, если клиент заранее сделал свой выбор, первый этап может сразу завершиться полным заказом, включающим не только аперитив, но и вино.

СОМЕЛЬЕ НИКОГДА НЕ ДОЛЖЕН НИЧЕГО НАВЯЗЫВАТЬ. ОН ВСТУПАЕТ В ДИСКУССИЮ О ВИНАХ И НАПИТКАХ, ТОЛЬКО ЕСЛИ ЭТОГО ЖЕЛАЕТ САМ КЛИЕНТ. ОН ОБЯЗАН ЧЕСТНО ОПИСЫВАТЬ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВИНА, С ТЕМ, ЧТОБЫ ПОЗДНЕЕ НЕ РАЗОЧАРОВАТЬ КЛИЕНТА.

ВТОРОЙ ШАГ. ПОДГОТОВКА К ЗАКАЗУ

Сомелье справляется у метрдотеля относительно заказанных клиентами блюд и проводит анализ ситуации в соответствии со следующими критериями.

- Возможные сочетания блюд с винами.
- Цены заказанных блюд, косвенно указывающие на финансовые возможности клиента.
- Другие, более субъективные критерии (манера одеваться, марки одежды и часов, социальная категория и т.д.).

Основываясь на данных критериях, сомелье в течение нескольких минут готовится, подбирая несколько подходящих вин, различающихся по цене и характеру, и быстро вспоминает заранее подготовленную аргументацию по этим винам.

ТРЕНИНГ ПРОДАЖ

Прием заказа на самом деле представляет собой продажу. Сомелье (или старший официант) имеют в своем распоряжении всего несколько минут, чтобы одновременно обеспечить рентабельность заведения и наилучшим образом обслужить клиента. Поэтому прием заказа следует тщательно проработать и отрепетировать заранее. Добиться наилучших результатов помогают коллективные репетиции, проводимые сотрудниками, которые высказывают свое мнение по поводу действий каждого из членов персонала. Некоторые рестораны снимают такие тренинги на видеокамеру, что позволяет сотрудникам самим заметить свои слабые стороны и исправить недостатки.

ТРЕТИЙ ШАГ. ОСНОВНОЙ ЗАКАЗ

Сомелье снова подходит к клиенту и задает ему традиционный вопрос:

Вы сделали свой выбор?

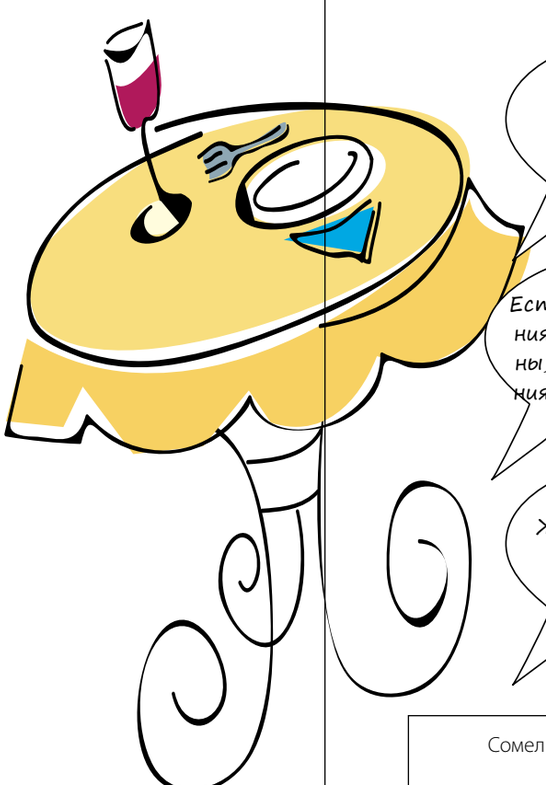
В гастрономических ресторанах чаще всего именно третий этап определяет основной заказ клиента, касающийся напитков. У клиента, заказавшего блюдо, было достаточно времени, чтобы ознакомиться с картой вин, и он уже сделал свой выбор или ждет сомелье, чтобы выслушать его рекомендации.

Либо

Если клиент сделал свой выбор, не следует настаивать на другом вине.

Либо

Если клиент колеблется, то сомелье предлагает следующее.



Могу ли я вам что-то посоветовать?

Есть ли у вас предпочтения относительно страны, области происхождения или сорта винограда?

Желаете ли вы одно вино ко всей трапезе?

Это классический вопрос. Он позволяет предложить либо единственное вино, то есть компромисс, способный подойти ко всем заказанным блюдам, либо предложить несколько вин, позволяющих в таком случае добиться более успешных сочетаний. Для идеальных союзов рекомендуется подача вина бокалами.

Сомелье предлагает клиенту на выбор от одного до трех вин.

Аргументация должна быть краткой и ясной: «Это вино на основе сорта Пино Нуар от очень известного производителя, достигшее зрелости. Оно будет гармонично сочетаться с вашей дичью…» Более подробные сведения о вине сомелье сообщает только тогда, когда клиент сам проявляет к ним интерес.

Когда заказ сделан, сомелье обязательно для подстраховки повторяет его вслух, затем занимается подготовкой соответствующих бокалов и исполнением самого заказа.

Вина и крепкие напитки должны подаваться прежде блюд.

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ

- Владение аргументацией и превосходное знание карты
- Взгляд остановлен на клиенте
- Приветливая улыбка
- Уверенные жесты
- Соблюдение дистанции
- Отсутствие признаков нетерпения
- Понятная и поставленная речь

ПСИХОЛОГИЯ ПОМОГАЕТ ПРОДАВАТЬ

Люди подвергаются классификации, и на каждого из нас можно наклеить ярлык. С гуманной точки зрения, это печальный факт. Не очень радостно думать о том, что все мы являемся определенными типами, представителями конкретных групп и иногда даже карикатурами. Обнадеживает то, что подобные классификации носят упрощенный характер, и каждый из нас представляет собой особый случай в общем каталоге человеческих натур.

Тем не менее, целенаправленные маркетинговые исследования выявили несколько типов покупателей, с которыми мы можем иметь дело или которыми мы сами являемся.

Знание этих типов может оказаться полезным для сомелье, метрдотеля, а также для директора ресторана. Быстрое определение характера клиента помогает предупредить его возможную реакцию, тут же к ней адаптироваться, полнее ответить его запросам и избежать конфликтных ситуаций.

Типы клиентов

Каждый из приведенных ниже психологических типов представляет собой около трети покупателей.

Клиент, знающий, чего он хочет

Достоинства. Человек с решительным и выразительным лицом, который всегда торопится. Он симпатичен, с ним легко вступить в контакт. Он любит пользоваться своим шармом и демонстрировать, что с ним либо все получится легко, либо не получится ничего. Он не может пожаловаться на недостаток юмора и решительности. Он выбирает быстро, но в ответ требует безукоризненного качества.

Недостатки. У «клиента, знающего, чего он хочет» хватает недостатков, и он может быстро показать себя с обратной стороны. И тогда его трудно умиротворить. Чувствуя, что подвергается нападкам на своей территории, он становится агрессивным, авторитарным и претенциозным. Он любит провоцировать, и когда его провокации затрагивают другого персонажа, «знающего, чего он хочет», обстановка накаляется до предела. Он считает себя свободным в выборе, что на самом деле ошибочно. К счастью, он слишком занят своим внешним обликом и не вникает в технические детали. Он плохо знает те товары, которые покупает, причем часто – совершенно спонтанно.

Синтез. Это довольно простой клиент, поскольку он быстро проявляет как свои достоинства, так и недостатки. Вы сразу получаете представление о его характере и успеваете отреагировать. С ним надо быть симпатичным, согласиться с его доводами, не пытаться навязать ему то, чего он не хочет. Ибо он убежден в своем выборе и может просто забавляться тем, как вы понапрасну стараетесь.

Он делает вид, что знает продукт, но не придает большого значения вашим аргументам. Тем не менее, это верный клиент, который согласится пересмотреть свой подход к выбору при условии, что получит взамен что-то заслуживающее внимания.

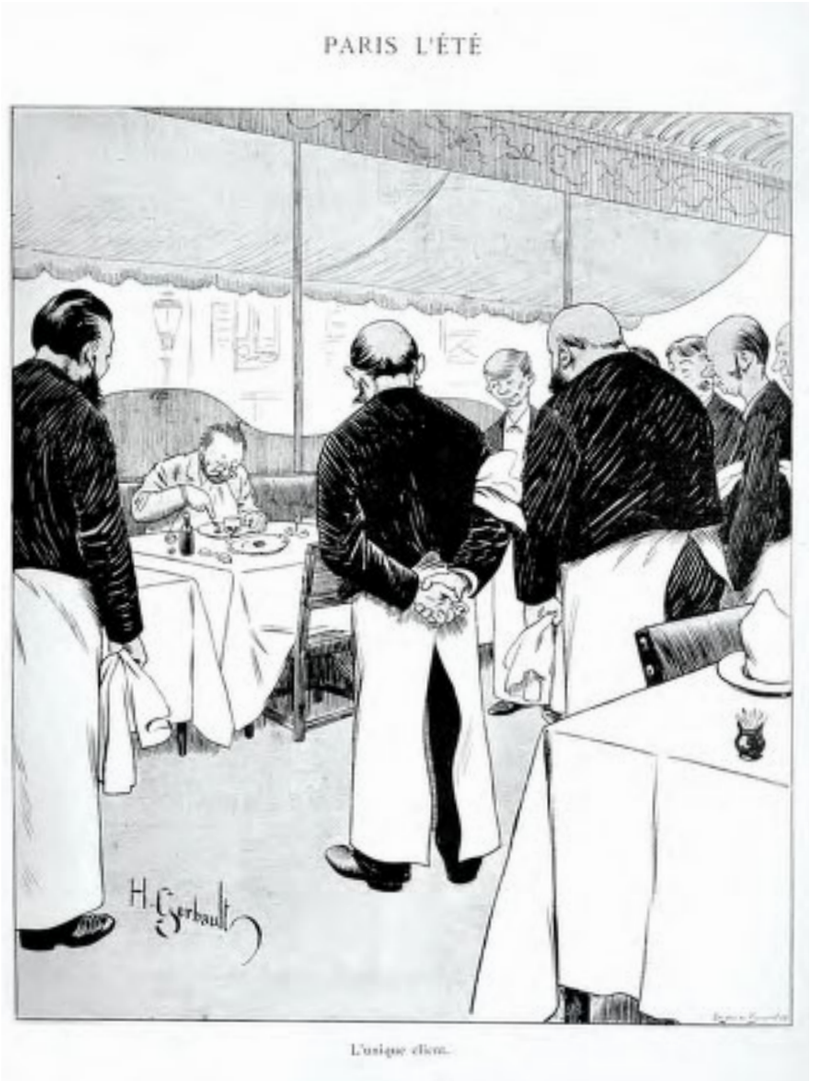
Клиент, не знающий, чего он хочет

Достоинства. Можно почувствовать огромное удовлетворение, работая с клиентом, который не знает, что выбрать. Ибо этот человек – вежливый, спокойный, любознательный, задающий правильные вопросы – кажется полностью расположенным к тому, чтобы, затаив дыхание, выслушать вашу речь о достоинствах какого-либо вина или о-де-ви, прерывая вас лишь только затем, чтобы пополнить свои знания технической информацией. Создается впечатление, что у него полно времени, гораздо больше, чем у вас, в любом случае.

Недостатки. За интересом к вашим знаниям скрываются его нерешительность и осторожность. Внимательно подбирайте слова, ибо он придает значение всему, даже самым мелким деталям. Он раздражает своей медлительностью. Его переполненная информацией голова работает еле-еле. Если через несколько минут его решение не обретает конкретную форму, оставьте его подумать наедине. Может случиться так, что он не купит ни одно из тех вин, о которых он старался все разузнать, и предпочтет сделать «верный» выбор в пользу того напитка, который уже был им опробован раньше – в момент проявления немалого мужества.

Синтез. Такой клиент одновременно легкодоступен и сложен. Он позволяет сомелье продемонстрировать все свое искусство. Сомневаясь в себе, он ждет от сомелье все необходимые и детальные объяснения.

Однако аргументы сомелье оказывают на него не такое уж сильное воздействие. А предлагая ему



Единственный клиент.
Париж летом. 1895 год.

слишком широкий выбор, вы можете привести его в полную нерешительность, и из этого ступора он выйдет только благодаря странному и парадоксальному заказу.

Итак, ему надо предложить несколько вариантов, вникнув в детали, но не слишком расширять предложения, чтобы не ввести его в заблуждение. Стоит особенно стараться с такими посетителями, поскольку по натуре они хорошие «амбассадоры» и станут лучшими посланниками вашего ресторана.

Клиент, который сравнивает

Достоинства. Он мог бы стать идеальным клиентом. Знаток, в курсе последних тенденций, любознателен, владеет обширной информацией, подвергающей серьезному испытанию все то, что вы старательно запоминали, готовясь к конкурсу сомелье. Из-за таких, как он, вам надо быть эрудированным и постоянно освежать свои знания. У этого клиента хороший вкус. Его выбор безошибочен и рассудителен. Он без колебаний тратится на заслуживающую того бутылку. Доверяя вам, он готов попробовать новые вина, следуя вашим советам.

Недостатки. «Клиент, который сравнивает» должен испытывать к вам доверие, чтобы его достоинства не превратились в недостатки. Ибо при малейшем сомнении относительно вашей компетенции или качества ресторана он становится подозрительным. Страх быть обманутым заставляет его торговаться, пытаться заполучить побольше. Он становится похож на «клиента, не знающего, чего он хочет»: раздумье затягивается, вопросы сыплются градом. Ему надо отвечать, давая технические, профессиональные сведения. Это успокоит его, убедит в том, что он – в хороших руках. Ни в коем случае не разочаруйте его выбранным вином, ибо он вам этого не простит.

Синтез. Профессионалы с полным основанием страшатся такого клиента. Ибо этот чаще всего спокойный, образованный и приятный человек являет собой очень расчетливого покупателя. Он любит выискивать, прежде всего, недостатки товара, а не его достоинства. Ему надо предложить лучшее, пользующееся бóльшей известностью, а не то, что вы сами считаете лучшим, основываясь на собственном опыте. Тем не менее, долгая работа с «клиентом, который сравнивает» приносит хорошие плоды. Вы сможете открыть перед ним тысячу и одну дорогу к хорошему вкусу. Но вам следует вооружиться знаниями, терпением и выдержкой.

Типы продавцов

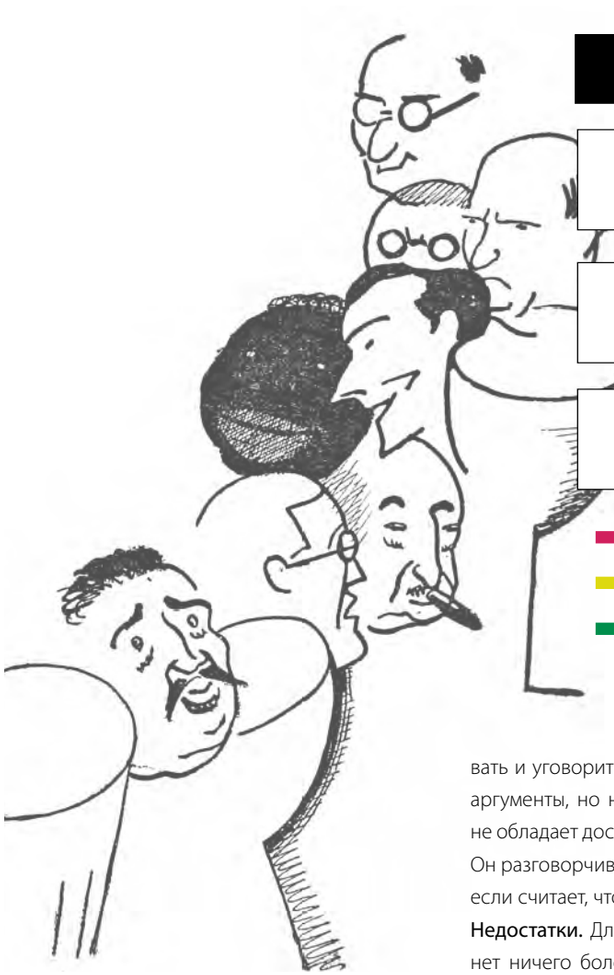
Всесведующие маркетологи обрисовали психологический облик типовых продавцов. Может быть, вы узнаете себя в этой портретной галерее, благодаря чему лучше поймете свои достоинства и недостатки. Работа над своими слабостями и упор на сильную сторону, в конечном счете, позволят вам выйти из человеческого каталога и больше никогда не давать повода вешать на себя ярлык классификации.

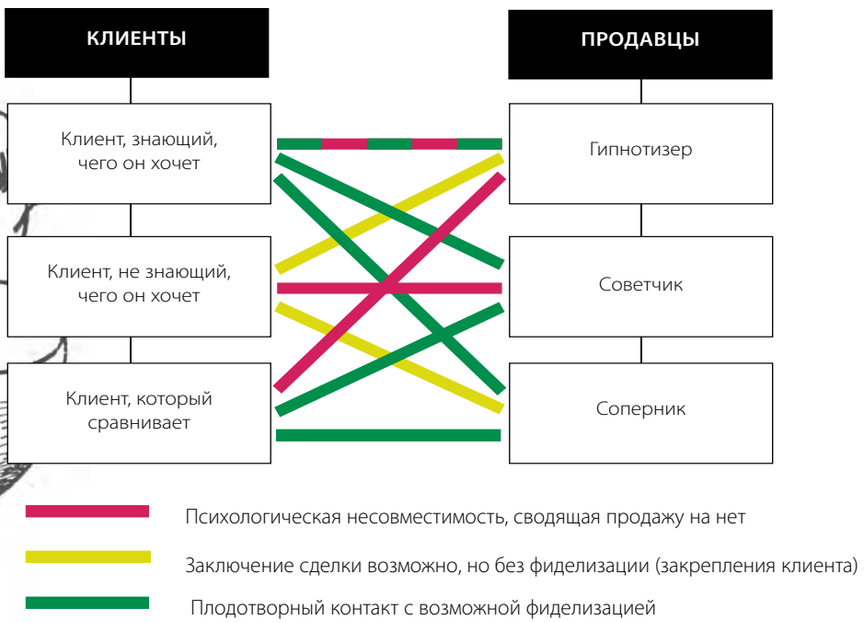
Профессионалы, как и клиенты, подразделяются на три группы. В коммерческом отделе рекомендуется иметь равное количество представителей всех трех категорий, чтобы полностью покрыть потребности психологической стороны продаж. Поскольку, как мы увидим в дальнейшем, каждому типу покупателя соответствует определенный тип продавца.

Гипнотизер

Достоинства. Гипнотизер убежден в одном: он продает благодаря своей харизматичности, силе убеждения и обаянию, а не благодаря достоинствам товара, который, кстати, его мало интересует. Для него сделка служит синонимом убеждения и доминирования. Он пустит в ход все, чтобы вас очаро-

ТИПЫ КЛИЕНТОВ И ПРОДАВЦОВ. ИХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ





вать и уговорить. Он знает наизусть коммерческие аргументы, но не способен их развить, поскольку не обладает достаточными техническими навыками. Он разговорчив и может беседовать на любую тему, если считает, что это поможет заключить сделку.

Недостатки. Для тех, кто не поддается его шарму, нет ничего более раздражающего, чем продавец-гипнотизер. Он продает согласно собственному плану, не заботясь о нуждах покупателя. Если надо срочно распродать запас Божоле, подходящего к опасной возрастной отметке, гипнотизер будет заниматься этим, стараясь изо всех сил и не беспокоясь о подлинных желаниях гостей ресторана.

Синтез. Начальник должен надлежащим образом руководить продавцом-гипнотизером: давать ему точные инструкции и проверять если тот их осмыслил, поскольку иногда гипнотизер трудно поддается воздействию. Ему надо давать жесткие наставления по поводу уважения интересов клиентуры, ее фиделизации и развития долгосрочных отношений.

Лучшие черты гипнотизера очень эффективны для стимулирования продаж. Но он может стать претенциозным или, напротив, агрессивным, когда продажи падают. В нашем воображении гипнотизер часто предстает как карикатура на продавца.

Советчик

Достоинства. У советчика технический склад ума. Он знает товар лучше всех – иногда лучше того, кто его произвел. Иными словами, он полностью реализует себя с «клиентом, который сравнивает» или с «клиентом, не знающим, чего он хочет». Советчик – это настоящий океан терпения и любезности. Он внимательно анализирует потребности клиентов и ищет для них оптимальное решение.

Недостатки. Советчик не очень привлекателен. Приходится беспрестанно заставлять его следить за внешним видом и манерами. Интеллектуал по натуре, он имеет склонность распускаться и мало заботиться о собственном имидже. При общении с клиентами он иногда вязнет в технических аргументах, которые никого не интересуют. К тому же, он медлителен, теряет время и порой даже упускает сделку из-за нехватки оппортунизма, динамизма и обаяния.

Синтез. Советчик – это противоположность Гипнотизера. Поэтому в торговом отделе они дополняют друг друга. Советчик служит отличным индикатором удовлетворенности клиента. Поэтому следует уделять большое внимание его отчетам, которые заслуживают доверия и всегда богаты доводами, хотя иногда и переполнены ненужной информацией.

Соперник

Достоинства. Соперник любит борьбу и обладает развитым чувством состязания. Он очарователен, как Гипнотизер. Красноречивый, мотивированный, эффективный, он полностью изучил свой товар и умеет его продавать. Он похож на Советчика своим

техническим багажом и интересом к клиенту. Короче говоря, он мог бы стать лучшим человеком на Свете, если бы не существовала изнаночная сторона его характера, вбирающая неизбежные слабости.

Недостатки. Успех может сделать Соперника важным и претенциозным, плохо поддающимся влиянию со стороны директора. У Соперника нестабильный характер. Он вкладывает много сил в работу, что его изматывает. Благоприятные, плодотворные периоды сменяются снижением активности. Рассчитывая на свой коммерческий талант, Соперник не является стратегом и не думает о будущем. Он не старается строить долгосрочные отношения с клиентом. Соперник может стать агрессивным, когда он переживает трудные моменты, или когда его продажи снижаются по тем или иным причинам. Однако у него сильно развито чувство собственного достоинства, и в случае проблемы он уйдет от вас первым. Возможно, вы об этом пожалеете.

Синтез. Соперник необходим в штате, поскольку он рожден для продаж. Часто перевыполняя план, он стимулирует других продавцов. Однако его придется поддерживать в моменты слабости, но потом он отплатит вам за это звонкой монетой.

Контакт продавец–покупатель: между диалогом и стычкой

Контакт сомелье с посетителем ресторана может быть удачным или безуспешным. Приведенные далее примеры позволяют осмыслить то, к чему следует готовиться при встрече продавца с покупателем и как избежать слишком сильного потрясения.

«Клиент, знающий, чего он хочет» – Продавец-Гипнотизер. Это экстремальная встреча с непредвиденным результатом. В одном случае конструктивный диалог не может быть построен, поскольку оба персонажа обитают в разных измерениях и сталкиваются из-за психологической несовместимости, чувствуя себя неловко в ходе подобного испытания.

В другом случае общительный и словоохотливый гипнотизер может хорошо взаимодействовать с «клиентом, знающим, чего он хочет» и скрепить с ним надолго прочные узы сотрудничества.

«Клиент, знающий, чего он хочет» – Продавец-Советчик. Вот пример гармоничных взаимоотношений, которые, тем не менее, не исключают конфликтных ситуаций, когда оба действующих лица считают себя правыми и остаются на своих позициях. Эти взаимоотношения могут развиваться в позитивном направлении и принять долгосрочный характер, если продавец сумеет пойти на уступки.

«ДЛЯ ТОГО ЧТОБЫ ПРОДАТЬ ВИНО, КОТОРОЕ НЕ ПРОДАЕТСЯ, СУЩЕСТВУЮТ ТЫСЯЧИ УЛОВОК. МНЕ НРАВИТСЯ СЛЕДУЮЩИЙ ПРИЕМ. СНАЧАЛА Я ИЗЫМАЮ ВИНО ИЗ КАРТЫ, ЗАТЕМ Я СООБЩАЮ КЛИЕНТАМ ТАИНСТВЕННЫМ ТОНОМ: "У МЕНЯ ЕСТЬ ВИНО, КОТОРОЕ НЕ ВКЛЮЧЕНО В КАРТУ. ЭТО НЕЧТО ОСОБЕННОЕ, В ТАКОМ СТИЛЕ, КОТОРЫЙ ВАМ ПОНРАВИТСЯ…" ВЫ МОЖЕТЕ ПРЕДСТАВИТЬ СЕБЕ РЕЗУЛЬТАТ!»

ЖАК МИШО,
СОМЕЛЬЕ, ФРАНЦИЯ

«Клиент, знающий, чего он хочет» – Продавец-Соперник. Хороший контакт, естественные отношения. Каждый из участников оценивает другого таким, каков он есть на самом деле.

«Клиент, не знающий, чего он хочет» – Продавец-Гипнотизер. При такой встрече побеждает продавец, а покупатель сдает позиции, отказываясь сражаться на чужой территории. Новая победа гипнотизера, однако фиделизация клиента не гарантирована.

«Клиент, не знающий, чего он хочет» – Продавец-Советчик. Клиент часто доминирует над продавцом и всегда хочет узнать больше о товаре. Но, в конечном счете, ни один совет не удовлетворит такого клиента. Следует действовать в ином регистре, на что продавец-советчик не способен.

«Клиент, не знающий, чего он хочет» – Продавец-Соперник. При таком взаимоотношении главенствует продавец. Он берет верх над покупателем и заключает сделку, не давая последнему продохнуть. Результат удовлетворителен, но взятый за горло покупатель, вряд ли, станет постоянным клиентом.

«Клиент, который сравнивает» – Продавец-Гипнотизер. Когда харизма гипнотизера больше не действует на его жертву, он сбивается с толку. Он не вооружен против безумно технических вопросов «клиента, который сравнивает», знающего о товаре гораздо больше, чем он сам. Будучи не в состоянии положиться только на коммерческие способности, гипнотизер сдает позиции. Клиент сам выбирает вино с чувством, что он преподнес урок профессионалу.

«Клиент, который сравнивает» – Продавец-Советчик. Отношения гармоничные, фиделизация клиента возможна.

«Клиент, который сравнивает» – Продавец-Соперник. Как и в предыдущем случае, хороший контакт и вероятная фиделизация.

КАК ОЦЕНИТЬ ФИНАНСОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ КЛИЕНТА

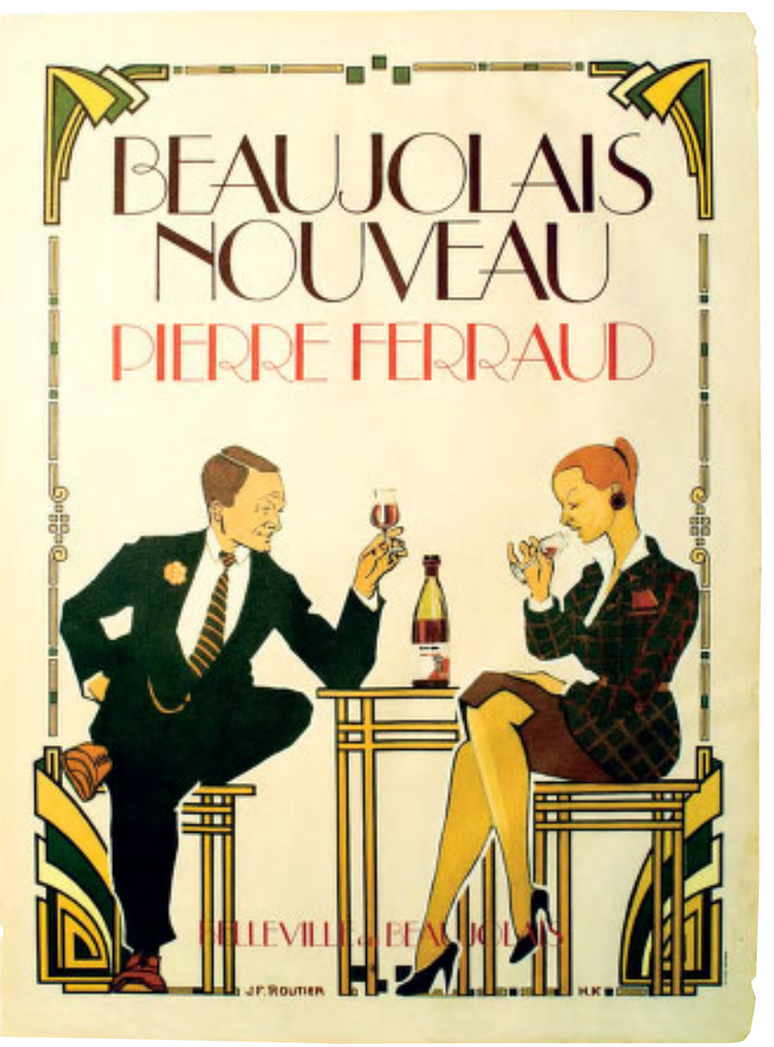
Финансовый статус клиента – это закономерный вопрос, который для набравшего опыт сомелье становится анекдотичным. Действительно, на протяжении своей карьеры сомелье без труда научится оценивать людей и заранее определять их возможности и потребности, даже если для этого ему необходимо время. Разумеется при условии, что он изначально достаточно восприимчив.

Конечно, существует много информативных признаков, по которым можно судить о той сумме, которую клиент готов потратить на бутылку. Деловой человек, желающий соблазнить нового партнера, не будет беспокоиться о расходах, во всяком случае он обратит на них меньше внимания, чем клиент, пришедший в ресторан со своей супругой. Но если гость пригласил любовницу или малознакомую даму, то он пойдет на большие траты… Короче говоря, профессия сомелье – это просто школа жизни.

Жорж Лепре, знаменитый французский сомелье, работавший в отеле Ritz, объяснял:

«Мы оцениваем клиентов, когда они входят в ресторан. То, как они садятся за стол. Мы истолковываем их жесты, их поведение. Молодые не могут этого знать. Это нормально. Этому учатся. Это может продолжаться всю жизнь. Понять вино – это значит понять того, кто его пьет».

Другие сомелье смотрят на одежду, украшения и даже часы клиентов. Может быть, это хороший метод, если только человек, о котором идет речь, не вложил все свое состояние в последнюю модель Audemars Piguet!



«МЫ ОЦЕНИВАЕМ КЛИЕНТОВ, КОГДА ОНИ ВХОДЯТ В РЕСТОРАН. ТО, КАК ОНИ САДЯТСЯ ЗА СТОЛ. МЫ ИСТОЛКОВЫВАЕМ ИХ ЖЕСТЫ, ИХ ПОВЕДЕНИЕ. МОЛОДЫЕ НЕ МОГУТ ЭТОГО ЗНАТЬ. ЭТО НОРМАЛЬНО. ЭТОМУ УЧАТСЯ. ЭТО МОЖЕТ ПРОДОЛЖАТЬСЯ ВСЮ ЖИЗНЬ. ПОНЯТЬ ВИНО – ЭТО ЗНАЧИТ ПОНЯТЬ ТОГО, КТО ЕГО ПЬЕТ»

ЖОРЖ ЛЕПРЕ, СОМЕЛЬЕ, ФРАНЦИЯ

Существуют и другие, более технические и более эффективные способы: посмотреть через плечо на палец клиента, движущийся по винной карте, и узнать, до какого уровня цен доходит его взгляд.

Для некоторых сомелье цена заказанных блюд является хорошим индикатором бюджета на вино. Однако Жан-Люк Путо, лучший сомелье мира 1983 года, считает, что к такому признаку следует относиться крайне осторожно. «Если кто-то заказывает лангуст, то это еще не значит, что он непременно захочет белое Haut Brion. Поэтому я всегда начинаю предлагать скромные вина. Это позволяет клиенту признаться: "Я хотел бы нечто лучшее". Если предложить сразу слишком дорогое вино, то это поставит клиента в неловкое положение и приведет его в замешательство. Гораздо легче подниматься вверх, чем спускаться вниз».

Кроме того, информацию о вкусах и финансовых возможностях клиента дает аперитив. Можно провести некоторые параллели. Те, кто едут зимой в Куршевель, отдыхают летом в Сен-Тропе. Так и любители шампанского на аперитив, отдадут предпочтение бордоскому вину на ужин. Если клиент отказывается от аперитива, то есть вероятность того, что он закажет более дешевое вино. Адепты аперитива с коктейлем любознательны и готовы заказать неизвестные им вина из любых стран и регионов.

Сам клиент посылает нам сигналы, информацию, которую нужно уметь понять, в особенности если он боится сильно растратиться: «Я хотел бы простенькое вино». Или, напротив, он может поощрить сомелье: «Сегодня я хочу доставить себе удовольствие».

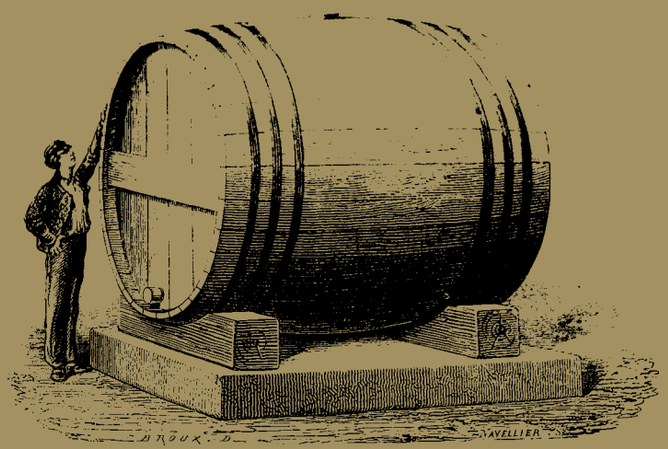
Но даже в этом случае не следует сразу подниматься слишком высоко. «Когда клиент заказывает хорошее Бордо, это не обязательно Château Margaux» – объясняет Поль Брюне, знаменитый сомелье, несравненный педагог, посвятивший свою жизнь воспитанию себе подобных.

Остается, конечно же, самое главное: надо быть честным и искать то, что больше всего подходит клиенту, даже если это дает меньше денег. Таким образом, нельзя объяснить на пальцах, как можно определить потребности клиента. Нужно вступить с ним в контакт, поучиться на ошибках. Это подтверждал сомелье Жан-Мишель Делюк, когда он работал в известном парижском отеле-дворце: «Клиент порой вас ставит на место. Это он вас воспитывает!»

«ЕСЛИ ВО ВРЕМЯ УЖИНА ЖЕНЩИНЫ ДОВОЛЬНЫ, ПАРТИЯ ВЫИГРАНА»

МАРКУС ДЕЛЬ МАНЕГО,
ЛУЧШИЙ СОМЕЛЬЕ МИРА 1998 ГОДА

Словарь сомелье



А

Абсент

Еще на заре своего существования этот спиртной напиток из сушеной полыни, зеленого аниса, фенхеля и мелиссы был назван «зеленой феей». Абсент использовался как средство для дезинфекции воды во время алжирской кампании, затем стал напитком художников и поэтов, наделенным всеми добродетелями, но в 1915 году он был запрещен. Туйон (Thuyone), содержащийся в абсенте, обвинили в том, что он вызывает галлюцинации, которыми гордились многие поэты. В 1998 году в Европейском Союзе было вновь разрешено производить абсент при условии содержания в нем не более 35 мг туйона на литр, а само название «абсент» – косвенно упоминать на этикетках бутылок. С тех пор на рынке появились многие марки этого напитка. Абсент подают с соблюдением традиционного ритуала. Из маленького фонтана в стакан, содержащий абсент, течет вода через кусочек сахара, положенный на специальную ложку.

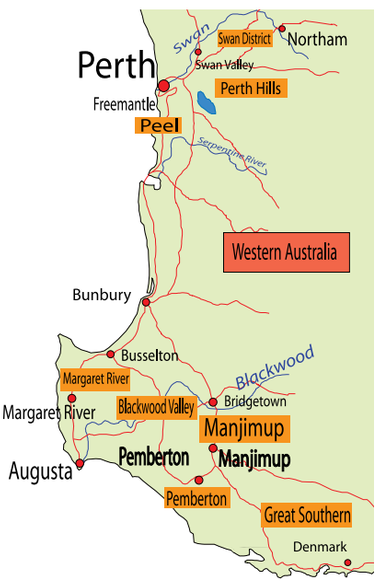
Австралия

Откровенные, чистые, фруктовые, выражающие абсолютную прямоту – такими предстают австралийские вина. Отцу австралийского виноградарства Джеймсу Басби, который около 1850 года посадил первый виноградник в Хантер Велли, было бы чем гордиться, если бы ему удалось увидеть, какого прогресса достигли австралийские вина за столь короткое время и какие позиции они завоевали на мировом рынке.

Можно сказать, что из всех вин Нового Света именно австралийские быстрее всех достигли существенной высоты. Бум австралийского виноградарства обозначился в 1960-е годы и затем усиливался

Винодельческая Австралия.

из года в год. И по сей день продолжается работа над улучшением качества вина. Выкорчевываются лозы, изначально предназначенные для крепленых вин и бренди, их заменяют благородные сорта, которые обрели в этой стране благоприятные условия для обитания. Отныне, наряду с классическими сортами, можно встретить превосходные вина, изготовленные из Мурведра, Гренаша, Вионье, Дольчетто, Санджовезе, не забывая о Мускате, который здесь издавна широко распространен.



Основные сорта винограда

• Совиньон. Вина из этого сорта носят название Fumé Blanc. Они ароматные, очень сухие и иногда выдержаны в дубовых бочках, что придает им сложность и усиливает послевкусие.

• Рислинг. Традиция выращивать Рислинг была утверждена специалистами в этом деле – немецкими колонистами. Сегодня Рислинг процветает на наиболее прохладных склонах холмов, обретая выразительность и ярко проявляя свои разные черты характера: минеральность, душистость или богатство ароматов.

• Семийон дает вина с более выраженной структурой благодаря выдержке в дубовой бочке. Из него также получают ароматные сладкие вина после появления на его плодах благородной гнили. Его выращивают понемногу во всех винодельческих регионах и иногда используют в смеси с Шардоне.

• Шардоне с его ароматами свежего сливочного масла, лимона, дыни и персика, разумеется, является одним из королевских сортов Австралии. Из него изготавливают либо классические белые вина, часто выдержанные в дубовой бочке, что при-

дает им серьезную полноту, либо игристые вина, которые быстро разливают по бутылкам, ибо в них оценивают свежесть и фруктовую сторону.

• Шираз (он же французский сорт Сира). Это флагман австралийского виноделия. Из него изготавливают превосходные темные, сочные вина, ароматическая палитра которых варьируется в зависимости от почвы и климата. Пряные и даже ментоловые вина получают в наиболее прохладных виноградниках, а вина из более сухих, солнечных долин проявляют более выраженные ароматы сливы.

• Каберне-Совиньон дает крепкие вина с ароматами красных фруктов и шоколадными нюансами. В сочетании с сортом Шираз он образует классическое красное австралийское вино, которое быстрее раскрывает свои богатые ароматы.

• Мерло, как и Пино Нуар, появились в Австралии относительно недавно. Специально подобранные клоны этих двух сортов отлично адаптированы к эксцессам австралийского климата и дают фруктовые вина (из Мерло) и тонкие (из Пино Нуар). Пино Нуар разводят в наиболее прохладных зонах, позволяющих использовать весь его потенциал.

Винодельческие регионы. На севере Австралии господствует слишком жаркий и засушливый климат, препятствующий благоприятному развитию лозы. Поэтому основные винодельческие регионы расположены в южной четверти страны и достигают наибольшей концентрации на юго-востоке. Здесь при огромном климатическом разнообразии расстояния между виноградниками насчитывают сотни километров. Кроме того, высота над уровнем моря, расположение долин, континентальное и океаническое влияние благоприятствуют образованию микроклимата, что вместе с изменением состава почвы позволяет каждый раз выбирать лучший сорт и получать наилучший результат, а также изготавливать вина, характерные черты которых различаются в зависимости от года урожая.

Австрия

Австрия имеет давние винодельческие традиции. На площади примерно в 50000 гектаров, неравномерно поделенной на 4 основных производственных региона, которые, в свою очередь, разделены на 16 зон, расположены посадки местных сортов винограда, демонстрирующих весь опыт Австрии в изготовлении сухих белых вин с нежным ароматом. Рислинг, Мюллер-Тургау, местный сорт Грюнер Вельтлинер (самый распространенный) соседствуют с несметным числом других автохтонных сортов, свидетельствующих об огромном богатстве этой страны. Не следует также забывать о высоких ликерных винах, которые часто достигают исключительного уровня. Таков, например, легендарный Рустер Аусбрух. Наконец, хорошего уровня могут достигать и красные вина, даже если они менее известны. Их изготавливают из местных сортов винограда или из сортов, давно выращиваемых в этой стране, – таковы Блауер Цвайгельт, Блауфранкиш или Блаубургундер (Пино Нуар), или из незаменимых международных сортов, как, например Каберне-Совиньон, который благодаря долгому лету достигает хорошей зрелости.

Несмотря на германское звучание, австрийские вина во многом отличаются от немецких. Они изготовлены в более благоприятных климатических условиях, и влияние, которому они подверглись, исходило из Венгрии, а также из Италии и даже Швейцарии. В конечном счете, это сделало Австрию уникальной в своем роде страной, которая высоко котируется среди сомелье.

Алиготе (Aligoté)

Алиготе – белый сорт винограда – происходит из Бургундии. Его крупные ягоды дают впечатляющее количество сока, из которого получают легкие и свежие вина для скорого употребления. Они послужат хорошим аперитивом. Самое известное вино из Алиготе происходит из окрестностей бургундского городка Бузрон и носит его название (Bouzeron).

Альянико (Aglianico)

Красный итальянский сорт винограда, известный со времен античности. Из-за чувствительности к серой гнили его использование ограничено и сконцентрировано на юге Италии, где он дает мощные и элегантные вина с потенциалом к выдержке (Taurasi и Aglianico del Vulture).

Американский виски

Искусство изготовления виски было завезено в Америку первыми ирландскими колонистами. Изобилие кукурузы, чистая речная вода, умение и желание переселенцев иметь собственный алкоголь позволили им создать мощный напиток с особым характером. Американский виски получают в основном из кукурузы, а также из ржи и пшеницы. Молотые злаки варят, затем смешивают с дрожжами и остатками предыдущей ферментации согласно процедуре, называемой Sour Mash. Полученное после брожения пиво дистиллируют до достижения им крепости 70–80% vol. Затем спирты выдерживают в течение минимум двух лет в предварительно обожженных бочках. Благодаря кукурузе, американский виски обладает типичной округлостью во рту, к которой порой присоединяется легкая горчинка ржи и неизбежные ванильные ароматы опаленной древесины, придающей напитку вкусный и мощный характер.

Ампелография

Наука о виноградной лозе.

Анисовая настойка

Во всех странах Средиземноморья есть свои анисовые напитки, которые пьют в основном на аперитив. Все эти напитки очень древнего происхождения. Турецкое раки и греческое узо – почти столь же старинные, как пиво и вино. Но ни в одной из этих стран анисовые настойки не были окружены, как во Франции, такой притягательной скандальной аурой, таким бунтарским характером, столь французским духом, что обусловило их господство на залитых солнцем террасах провансальских кафе в тот час, когда удлиняются тени и наступает время аперитива. Все анисовые настойки, подаваемые сегодня в известных кафе и модных заведениях, восходят к рецепту абсента, разработанному в Швейцарии доктором Ординером и воспроизведенному Анри-Луи Перно в 1797 году. Абсент был быстро принят мыслителями и артистами. От Верлена до Тулуз-Лотрека, от Ван Гога до Рембо «зеленая фея» имела репутацию напитка, стимулирующего созидательный гений. Поэтому анисовые настойки наделяются огромными полномочиями – от самых невероятных, таких, как, например, изменение мира, и до самых прозаических, таких, как защита от вируса птичьего гриппа благодаря бадьяну, входящему в их состав.

Антракноз

Антракноз (Gloesporium ampelophagum) иногда называют «сибирской язвой». При этом заболевании на листьях лозы появляются небольшие пятна, которые затем превращаются в дырки с черными зубчатыми обожженными краями.

Аргентина

Аргентина относится к числу тех стран, чьи вина определенно считаются принадлежностью Нового Света, хотя виноградарство развивается здесь уже почти 500 лет. Можно все же считать, что такого промежутка времени было достаточно, чтобы отобрать сорта и развить прочные традиции вино-

«Ricard, иначе – ничего». Реклама известной анисовой настойки, 1980-е годы.

делия, которые сегодня придают аргентинским винам стиль и позволяют им проявить себя в рамках международной конкуренции. Темпранильо, Мальбек, Мерло, Барбера для красных вин; Шенен Блан, Совиньон и Педро Хименез прекрасно адаптировались к климату, почве, а порой и высоте виноградников, среди которых есть одни из самых высотных в мире. Что касается Мальбека, то следует заметить, что Аргентина одарила его истинно дворянским титулом, преподнеся миру освещенный по-новому сорт, способный на массивное вино, концентрирующее ароматические богатства, танины и обладающее хорошей кислотностью. Под влиянием великих виноделов планеты, которые быстро оценили потенциал аргентинской почвы, Мальбек купажируют с Сира и Каберне-Совиньоном. Короче говоря, будущее этой страны обещает нам вино исключительного качества – разумеется, в международном стиле, но на самом высоком энологическом уровне.

Арманьяк

Арманьяк считается самым древним спиртным напитком Франции. Первое официальное упоминание, свидетельствующее о его существовании, относится к XV веку. Среди сортов винограда, используемых для арманьяка, господствует Уньи Блан. Есть два способа его дистилляции: арманьячный и коньячный.

Коньячный способ дистилляции коньяка допускается в Арманьяке с 1972 года, но им пользуется лишь одна пятая производителей, поскольку шарантский аппарат стоит слишком дорого. Он позволяет точнее отсекать «головы» и «хвосты» и более разумно отбирать «сердце» дистиллята. Арманьячный способ перегонки предусматривает непрерывную дистилляцию, которая является предметом подлинного культа в некоторых семьях, производящих арманьяк. Как, например, у Самаленсов, которые контролируют ее до мельчайших деталей. Мне пришлось вместе с владельцем этого Дома засунуть голову в аппарат типа Verdier, чтобы понять, сколь важную роль играет перегонка в культуре региона. Термин «непрерывная дистилляция» может создать впечатление, что подобно patent still, аппарат выдаст вам сразу водку, нейтральную и безвкусную. Нет ничего более ошибочного. Дисковый аппарат Verdier отрегулирован уже в самой своей конструкции так, чтобы давать алкоголь крепостью примерно 55% vol., богатый вторичными элементами. Спирту потребуется долгая выдержка в бочках, чтобы смягчиться, округлиться и получить цивилизованный вид, подобно медведю, надевшему смокинг. Единственное, что может помочь «подогнать по фигуре костюм», – это регулирование температуры нагрева перегонного аппарата: чем она выше, тем крепче и чище алкоголь, а чем ниже, тем слабее и пахучее. Однако колебания температуры должны быть незначительными.

Каждое вмешательство потребует нескольких десятков минут, чтобы распространиться по всему аппарату. Поэтому, если нагрев слишком сильный или, наоборот, недостаточный, это может привести к катастрофе. Вам останется только покинуть Арманьяк и попытать счастья в Париже.

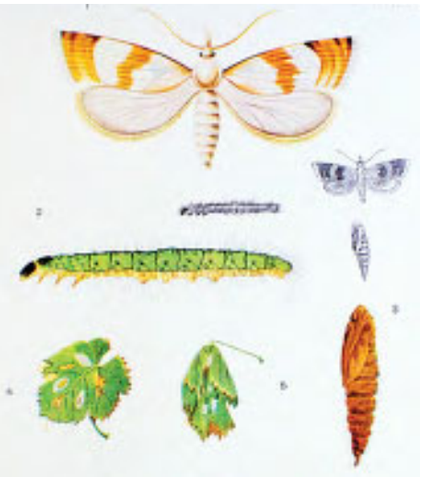
В силу этих трудностей мелкие производители арманьяка во многом различаются между собой. Одни предложат вам тусклый напиток, в котором вторичные элементы бросаются в глаза, как жир в борще, другие способны преподнести лучшее о-де-ви мира.

Наконец, если тот или иной производитель, использующий коньячную двойную дистилляцию или непрерывную арманьячную перегонку, попытается убедить вас, что его метод – наилучший, он, разумеется, будет прав. В зависимости от сорта винограда и характера почвы некоторые спирты гораздо лучше адаптированы к той или иной дистилляции. Но считать, что традиционная арманьячная дистилляция лучше коньячной, было бы большим заблуждением, столь же грубым, как и противоположное предположение.

Б

Бабочки

Бабочки – вредные насекомые, чьи личинки живут в гроздьях винограда. Вылупляющиеся из личинок гусеницы, ползая от одной ягоды к другой, высасывают из них соки. Они оплетают грозди шелковыми нитями, образуя скопления из 3-10 подточенных ягод. Эти ягоды становятся мягкими и затем либо сохнут, либо гниют. С бабочками необходимо бороться каждый год, ибо, помимо снижения качества урожая, они способствуют появлению и развитию серой гнили. С ними борются при помощи сильных дезинсекционных средств, которые также наносят вред винограднику. Поэтому уже нескольких лет на территориях лучших наименований используют новый метод, называемый «половая путаница»: в воздухе распыляют гормоны женских особей, привлекающие мужских особей, которые, таким образом, уже не могут найти самок, что мешает появлению на свет нового поколения бабочек.



Бабочка-вредитель – виноградная листовертка.

Барбера (Barbera)

Итальянский красный сорт винограда. В Пьемонте из него изготавливают одноименные вина, обладающие легкой горчинкой и приятной живостью.

Сжигание подрезанных побегов лозы становится неотъемлемой частью пейзажа виноградников в начале зимы. Это один из способов борьбы с возможным появлением вредных насекомых.

1. Haut-Médoc (О-Медок)
2. Listrac-Médoc (Листрак-Медок)
3. Moulis-en-Médoc (Мули-ан-Медок)
4. Saint-Estèphe (Сент-Эстеф)
5. Pauillac (Пойак)
6. Saint-Julien (Сен-Жюльян)
7. Margaux (Марго)
8. Pessac-Léognan (Пессак-Леоньян)
9. Cérons (Серон)
10. Barsac (Барсак)
11. Sauternes (Сотерн)
12. Saint-Emilion (Сент-Эмилион)
13. Pomerol (Помроль)
14. Lalande de Pomerol (Лаланд-де-Помроль)
15. Fronsac (Фронсак)
16. Montagne Saint-Emilion (Монтань-Сент-Эмилион)
17. Lussac Saint-Emilion (Люссак-Сент-Эмилион)
18. Saint-Georges Saint-Emilion (Сент-Жорж Сент-Эмилион)
19. Côtes de Castillon (Кот-де-Кастийон)
20. Bordeaux Côtes de Francs (Бордо-Кот-де-Фран)
21. Côtes de Bourg или Bourg или Bourgeais (Кот-де-Бур / Бур / Бурже)
22. Blaye (Блай), Premières Côtes de Blaye (Премьер-Кот-де-Блай)

Батоннаж (Bâtonnage)

Эта операция заключается в перемешивании белого вина в момент завершения брожения в бочке. Батоннаж осуществляют через втулочное отверстие с помощью специального металлического весла, и он играет важную роль в судьбе вина. В ходе этой операции осадок насыщает вино своими веществами. Батоннаж можно также проводить особой палкой, оснащенной цепями, что еще сильнее взбивает вино, придавая ему дополнительную маслянистость. Слишком интенсивное и частое перемешивание может дать очень полное вино, которое, однако, быстро окислится. Без батоннажа вино может получиться слишком легким. Искусство в данном случае заключается в знании меры.

«Белое из белых» (Blanc de Blancs)

Белое вино, полученное путем купажирования только белых сортов винограда. Обычно этот термин используют для игристых вин, и он характеризует легкие, воздушные и живые вина с деликатными ароматами. Ему противостоит термин «белое из черных» (Blanc de Noirs), который используется только в Шампани для белых вин, получаемых из красных сортов. Такие вина – менее деликатные, с более выразительными ароматами. Они больше подходят для гастрономических сочетаний.

Биттер

Слово bitter означает «горький», что может насторожить потенциального потребителя. Однако биттеры занимают важное место в баре и в мире аперитивов. В некотором отношении они незаменимы. Действительно, изготовленные на основе пряностей, коры, рожденные в монастырях и появившиеся на свет благодаря голландским торговцам, они обладают широкой ароматической палитрой. В малых количествах биттеры динамизируют коктейли и придают им нотку сложности, которая вызывает у клиента нетерпение перед Americano, Spritz или Negroni. Короче говоря, сомелье, бармен и ресторатор не должны забывать, что биттеры – лучшие союзники аперитива.

Батоннаж – перемешивание через втулочное отверстие – неотъемлемая операция взращивания некоторых белых вин.

Наконец, их также предлагают на дижестив: ведь если они пробуждают аппетит, то считается, что они могут также облегчить пищеварение после слишком обильного ужина. Таким образом, предполагается, что биттеры снимают недомогание, которое сами же и спровоцировали.

Благородная гниль, см. *Серая гниль*

Бленд де люкс (Blend de Luxe)

В действительности купаж – роскошь по определению. Сигары представляют собой смесь разных табачных листьев, бордоские вина – альянс сортов винограда, а бургундские – союз участков и лоз. В природе, как и в жизни людей, а также в создаваемых ими чудесах, альянс представляет собой мощь. Другими словами, нет ничего прочного, долгосрочного, что не было бы купажом, вплоть до ножа вашего шеф-повара, изготовленного из стали, имеющей свою формулу сплава. Поиск недостижимого, но близкого совершенства заставил производителей превзойти самих себя и предложить бленды категории люкс. Относительно недавний рост числа любителей, ищущих все более эксклюзивные напитки, привел к созданию еще более редких блендов, состоящих из еще более эксклюзивных спиртов, достоинства которых складываются и приумножаются кропотливым искусством купажирования. Квинтэссенция, бесчисленная смесь, порой включающая спирты из уцелевших бочек давно исчезнувших винокурен, бленды класса люкс обретают превосходное выражение, в том числе и в тарифах.

Божоле (Beaujolais)

Божоле – это родина красных вин из сорта Гамэ. Они приобретают живость и фруктовость на холмистых и гранитных землях региона, и их следует выпить молодыми, пока они не утратили эти черты характера.

Болезни лозы

В течение всего растительного цикла виноградная лоза подвергается воздействию различных заболеваний. Это могут быть грибки (среди них *Антракноз, Милдью, Оидиум, Серая гниль, Черная гниль и Эска)*, вирусы и вредные насекомые (в частности, известная в прошлом *Филлоксера,* а также *Бабочки* и *Кошениль*).

Бордо (Bordeaux)

Можно по-разному представлять Бордо – в зависимости от того, интересуетесь ли вы великими винами, сияние которых распространяется по всей планете, порождая всемирное увлечение, или же вас больше привлекают вина попроще, подвергающиеся жестоким ударам конкуренции со стороны Нового Света. Великие вина Бордо были одними из первых классифицированны за их

Работники бочарной мастерской замка Марго за заслуженным завтраком.

высокое качество. Среди них существует иерархия, впрочем, регулярно оспариваемая некоторыми дегустаторами, и статус каждого вина четко определен. Их названия сияют на небесном своде роскоши: Lafite, Latour, Petrus, Cheval Blanc, Margaux или Yquem (ограничимся упоминанием лишь некоторых из них). Они известны во всех странах мира и недосягаемы с точки зрения престижа. Но Бордо – это также земля разнообразия, где несколько допущенных сортов позволяют производить почти все вина – белые, красные, розовые, сухие и ликерные, даже игристые. Так, путешествующий гурман сможет найти здесь вина с характером, которые за последнее десятилетие достигли поразительного прогресса. Эти вина находятся под защитой виноделов, привязанных к земле и не утративших чувства реальности. Сомелье-знаток сможет выбрать из их числа аутентичные вина по доступным ценам. Короче говоря, Бордо, земля культуры и истории с разнообразными меняющимися пейзажами – это не некий блочный массив, как его часто представляют. Благодаря множеству наименований и виноградников Бордо – это подлинный рай для любителя хорошего вина, какими бы ни были его познания и финансовые возможности.

Бордоская каша

Ныне запрещенный специальный раствор, называемый «бордоской кашей», или «бордоской смесью», использовали для всех растений в целях борьбы с плесенью. Получали бордоскую кашу из медного купороса и извести.

Фрагмент рекламы бордоской каши и других средств фитосанитарного назначения, скоропалительно заявляющей о совместимости традиций виноделия и новых достижений химии. 1950-е годы.

Бочка

Деревянная емкость, в которой хранят вино перед тем, как разлить его по бутылкам.

Бочки различаются по своему размеру, по породе дерева, послужившего для их изготовления, по степени обжига.

Бочка активно участвует в обогащении вина, насыщая его танинами, ароматами и даже нюансами цвета. Некоторые вина взращивают в новых бочках, дерево которых придает им больше танинов и ванилина. Если вино было полностью выдержано в новых бочках, его называют «100% fûts neufs» – «100% новых бочек». Иногда применяют выдержку, называемую «200% новых бочек», при которой вино крепнет несколько месяцев в новых бочках и затем переливается в другие новые бочки, где оно продолжает выдержку. Однако редкие вина способны улучшиться от такого продолжительного контакта с новой древесиной. В этом случае требуется очень фруктовое вино. Бургундские вина на треть хранятся в новых бочках, на треть – в годовалых бочках и на треть – в двухлетних, что уравновешивает поступление танинов.

Перед набивкой обручей бочку обжигают. Это высвобождает дополнительные танины и ароматы, повышает пористость древесины и придает ей жареные ноты. Бочки обжигают в большей или меньшей степени.

В зависимости от объема различают бордоские баррики (barrique) емкостью 225 литров, божолезские бочки емкостью 216 литров, бургундские бочки емкостью 228 литров и пипы (pipe) емкостью от 400 до 500 литров, которые используют в Испании и Португалии.

Бренди

Бренди – это спиртной напиток, полученный посредством дистилляции вина. Бренди должен хранить в себе отличительные черты базового продукта, то есть винограда. Во всем мире существует бесчисленное множество бренди, но ни один из них не достиг тонкости и престижа коньяка. Однако это не мешает, к примеру, греческим и армянским бренди достигать высокого уровня, радовать любителей этого напитка и добиваться успеха не только на своем отечественном рынке, где их потребляют уже издавна, но и при продаже на экспорт.

Брожение алкогольное

Алкогольное брожение – ключевой момент в изготовлении вина. Это сложнейший этап, выходящий далеко за рамки его обычного упрощенного представления, то есть превращения сахара под воздействием дрожжей в спирт и углекислый газ. Развитие дрожжей и ряд последовательных сложнейших химических реакций высвобождают множество составляющих, которые более или менее

Брожение сусла вместе с кожицей (cuvaison) – ключевой этап в создании красного вина.

благоприятно влияют на вино и во многом определяют его успех.

Брожение в чане (Cuvaison)

Французским словом cuvaison называют процесс брожения сусла (вместе с кожицей) и экстракции красящих веществ и танинов. Его могут также называть мацерацией (вымачиванием). См. *Винификация*

Брожение виннокислое

Может случиться так, что винная кислота под действием входящих в ее состав молочнокислых бактерий разлагается, образуя молочную и летучие кислоты. Вино становится тусклым и плоским. Это болезнь виннокислого брожения. В последнее время она стала редкой благодаря применению сернистого ангидрида во время винификации. Вино, пережившее виннокислое брожение, быстро теряет яркий цвет, может стать слегка шипучим и приобретает так называемый «мышиный» вкус.

Брожение яблочно-молочное

При яблочно-молочном брожении содержащаяся в вине резкая яблочная кислота под воздействием бактерий превращается в молочную кислоту с менее выраженным вкусом. Оно требует точных температурных условий и порождает углекислый газ. Его всегда проводят при производстве красных вин. Но оно не применяется при изготовлении ряда белых вин, которые должны сохранить достаточный уровень кислотности. В этом случае вино необходимо соответствующим образом профильтровать, а иногда и обработать сернистым ангидридом, чтобы исчезла бактерия, вызывающая эту ферментацию.

Яблочно-молочное брожение желательно для вин из северных виноградников, которые должны частично утратить свойственную им сильную кислотность. Но оно не столь необходимо в южных широтах, где дополнительная кислотность придает больше свежести несколько вялым винам.

Букет

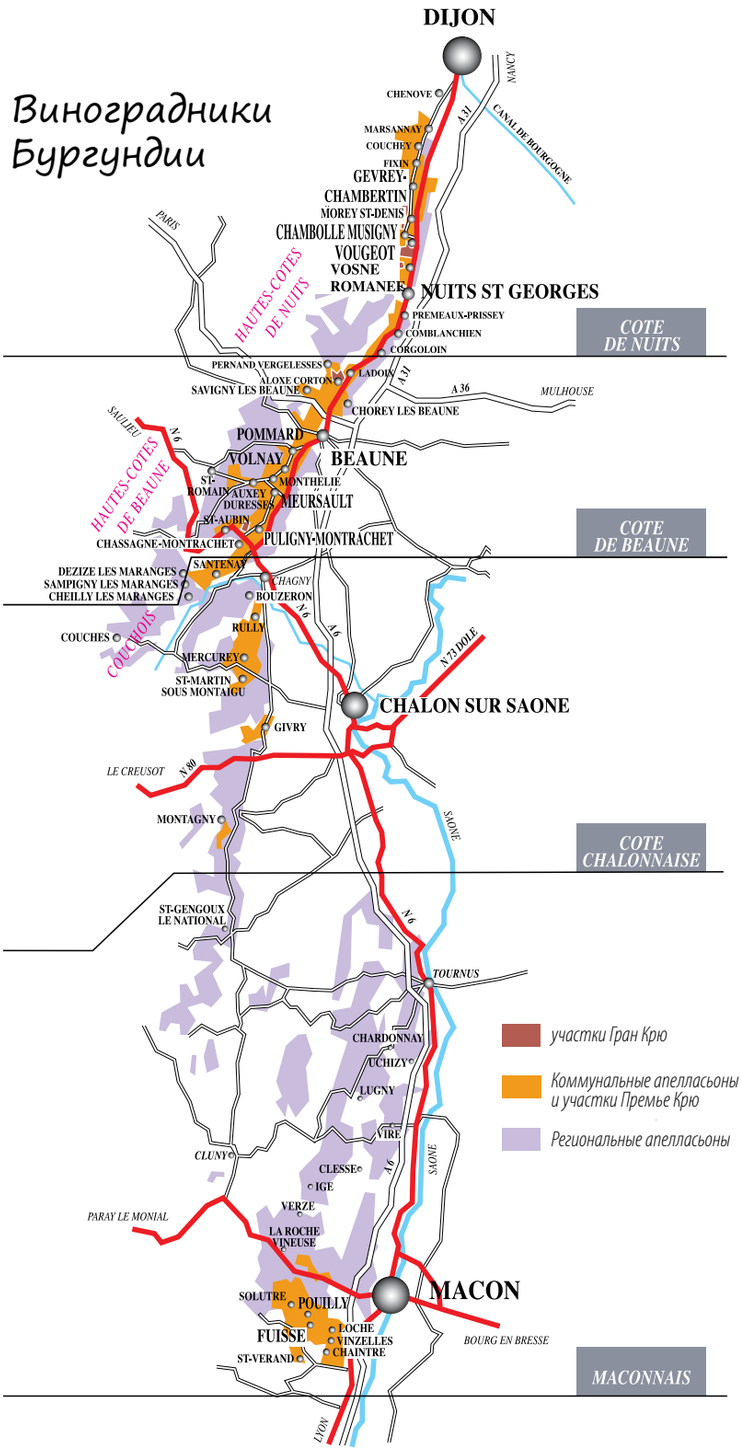
Слово «букет» имеет особое значение в винном мире. Букет представляет собой совокупность ароматов вина, достигшего расцвета, в котором слились в одно целое (сложное и благородное) его первичные (фруктовые), вторичные (возникшие при брожении) и третичные (появившиеся в ходе выдержки) ароматы.

Бурбон

Американский виски из штата Кентукки. Получен из смеси злаковых, содержащей не менее 51% кукурузы (но большинство производителей доводят уровень кукурузы, по крайней мере, до 70%).

Бургундия (Bourgogne)

Бургундия – это вызов для сомелье-дебютанта.



Каким образом, – спрашивает он, – только два сорта – Шардоне и Пино Нуар – или три, если учесть Алиготе, смогли породить целый океан наименований, такое великое множество разнообразных вин? Тем более что различия во вкусе некоторых близких вин не столь уж очевидны. Ответ, без сомнения, следует искать в истории Бургундии, в дроблении участков, что привело к появлению множества владельцев, каждого со своим характером. Сегодня бургундские вина отличаются удивительной динамикой. У Бургундии есть свои посланцы – несколько великих вин, способствующих прославлению региона во всем мире, – и свои упорные защитники, соблазненные (что вполне понятно) тонкостью и августейшей точностью красных вин и столь переменчивым характером белых. Превозносимые в фильме «На обочине», который возвел в абсолют сорт Пино Нуар, бургундские вина прогрессируют также благодаря череде регулярных годов урожая. Вина Бургундии, безусловно, являются одним из главных центров интереса сомелье: каким бы ни был опыт его гостя, он всегда сможет удивить его новым открытием.

Бутылка

Первым вином, разлитым в бутылки, было Châteaux

Lafite. Это произошло в 1781 году. Прежде вино пили из бочек, и оно быстро портилось. Шапталь сообщает, что первые бутылки закупоривали очень длинными пробками и таким образом экономили вино. Знакомая нам бутылка с точно установленным объемом появилась только после Первой мировой войны.

В

Вегетативный цикл лозы

Как и все растения, виноградная лоза переживает за год несколько этапов развития: за периодом покоя следует период раскрытия почек, затем – пора цветения, период плодоношения, созревания и, наконец, период опадания листьев, за которым вновь наступает период сна. Момент начала каждого из этих периодов зависит от сорта винограда, а также от температурных условий, солнечного освещения и влажности.

• **Распускание почек.** Это первый важный период растительного цикла лозы: ведь появление почек свидетельствует о начале активизации растения после продолжительного периода отдыха. Распускание почек (в северном полушарии) происходит в марте-апреле в зависимости от сорта винограда и местности.

• **Распускание листьев.** До июля рост виноградной лозы ускоряется: ее ветви удлиняются, а листья, образовавшиеся из распустившихся почек, увеличиваются.

• **Цветение.** В этот период (май-июнь) почки на виноградном кусте постепенно превращаются в цветы. Заметим, что эти цветы уже сгруппированы в маленькие гроздья.

• **Образование завязей.** Только после опыления оплодотворенные цветки дают рождение винограду. Этот процесс образования завязей происходит с мая по июль, разумеется, в зависимости от сортов винограда и местности.

• **Начало созревания плодов (смена цвета винограда).** В этот важный период плоды набирают цвет. Он начинается в июле или августе и знаменует собой решающую дату в календаре винодела, ибо с этого момента с каждой неделей время сбора урожая становится все более определенным.

• **Созревание.** В этот период день за днем кислотность винограда снижается, а количество сахара повышается. В тот момент, когда уровень кислоты в плодах стабилизируется, наступает идеальное время для сбора урожая. Это происходит не раньше конца августа, обычно – в сентябре, а в некоторых случаях и для определенных вин урожай собирают вплоть до декабря.

• **Опадание листьев.** Осенью листья лозы желтеют и опадают. Она вступает в длинный период зимнего сна, что позволяет ей в случае необходимости пережить сильные холода – до –15°C.

Верментино (Vermentino)

Верментино (на Сардинии), он же Роль (на юге Франции) – это белый не слишком прихотливый сорт винограда, дающий приятные и живые вина, которые следует пить молодыми.

Вермут

Нет ничего немецкого ни в красочных барочных этикетках вермутов, ни в их имидже, отражающем итальянский стиль жизни. Ничего – кроме названия («wermut» по-немецки – полынь), которым они обязаны работавшему в Баварии итальянскому торговцу лекарственными травами. Возможно, вермут существовал еще в глубокой древности. И когда он вновь возник в XVIII веке, его появление опиралось на древнее сложное искусство смешивания вин и насыщения их природными ароматами трав, кореньев и корочек, в частности, полыни, которые, помимо всего прочего, способствуют сохранности напитка. Сегодня вермуты не только употребляют в смесях и коктейлях, но и подают в чистом виде с ломтиком лимона или апельсина. Ароматические растения, используемые для их производства, и умеренное содержание алкоголя превращают вермуты в привилегированный аперитив, подаваемый в сочетании с оливками, тонкими ломтиками пармезана или достаточно сухого тосканского пекорино, чтобы подарить мгновение счастья.

Взращивание (Elevage)

Весь длительный и важный период между окончанием брожения и разливом вина по бутылкам. В течение этого срока вино находится в бочках, периодически его сцеживают, взмешивают, доливают и при необходимости лечат.

Винификация, см вставку на стр. 338–341

Винный камень

Вещество, образующееся в вине из-за наличия винной кислоты (основной кислоты вина). Излишки винного камня осаждаются на стенках бочек и

чанов. Однако случается, что часть винного камня, сохранившегося в растворенном виде, под действием холода резко осаждается в бутылке в виде мелких прозрачных кристаллов.

Вионье (Viognier)

Белый французский сорт винограда, который разводят, главным образом, на берегах Роны. Он дает характерные вина с экзотической палитрой ароматов, которую подчеркивают ноты абрикоса, груши и липового цвета.

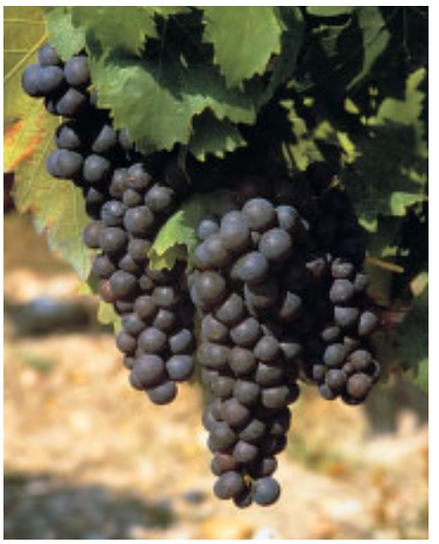
Виски, см. *Американский виски, Бленд де люкс, Ирландский виски, Купажированный шотландский виски, Односолодовый шотландский виски.*

Водка

Водка зародилась на востоке Европы – либо в России, либо в Польше, а, может быть, и в обеих странах. По-видимому, ее появление восходит к XII веку. Однако ее всемирный успех – явление новейшей истории, относящееся лишь к началу XX века. С тех пор водку производят во всем мире. Напомним, что первоначально ее называли «зелено вино» по-русски и «gorzale wino» по-польски. Это, вероятно, свидетельствует о том, что в то время она занимала место вина среди повседневных продуктов питания. Наделенная таким наследием, водка – самый чистый алкогольный напиток, в котором меньше всего ощущаются ароматы и черты исходного сырья, – сегодня получила наибольшее распространение в кулинарной традиции, уступив пальму первенства лишь вину и пиву.
Водку получают путем перегонки зернового сусла до высокой крепости. Как правило, применяют несколько последовательных дистилляций в многоколонных аппаратах, что позволяет избавиться от большинства вторичных составляющих. Для дополнительной очистки водку часто фильтруют через активированный древесный уголь, что придает ей шелковистую структуру. Последующее добавление очищенной воды снижает ее крепость до 40% vol. Основные отклонения от стандартного производственного процесса связаны с ароматизацией или с использованием более традиционных методов перегонки, что дает водку с особым характером. Ароматизация осуществляется путем дистилляции спирта вместе с ароматическими эссенциями различных фруктов, ягод и пряностей или же, проще, путем простой настойки.

Возраст вина

Возраст – это решающий элемент, обуславливающий удовольствие, которое можно получить от вина. Существуют вина, которые следует пить только в их ранней молодости, то есть в течение двух лет после разлива по бутылкам. Это справедливо в отношении большинства белых вин, легких красных вин и практически всех розовых вин. Вместе с



«Неверный сорт» Гамэ отличается высокой урожайностью.

тем, существуют другие вина, например, высокие бордоские, которые неразумно пить раньше, чем по прошествии пяти лет их старения в бутылке. Однако, не принимая в расчет некоторых любителей, следует учитывать, что лучше пить вино слишком молодым, чем слишком старым, находящимся уже на закате своих дней. Впрочем, в наше время работа над вином направлена на то, чтобы получать вина концентрированные, но с достаточно тонкими танинами, которые могут выдержать определенное хранение, но не заставляют себя ждать в течение десятка лет.

Г

Гамэ (Gamay)

Красный французский сорт винограда, известный своей многоплодностью. На гранитных землях Божоле при ограниченной урожайности дает фруктовые очаровательные вина, которые следует пить молодыми.

Гаражное вино

Выражение Vin de Garage (гаражное вино) впервые использовал бывший банковский сотрудник Жан-Люк Тюнвен, который приобрел маленький сент-эмилионский виноградник – шато Де Валандро. Он решил изготавливать лишь несколько тысяч бутылок вина в год, осуществляя при этом практически «хирургический» уход за виноградником. Выращивая немного лоз и пользуясь оборудованием небольшого размера, он установил бочки с вином в гараже вместо трактора.
На самом деле то вино, которое сегодня называют «гаражным», изготавливают согласно принципам помрольского замка Ле Пен: урожайность 20 гектолитров с гектара и уход за каждой лозой, словно за комнатным растением. В результате получаются черные вина с очень интенсивными ароматами и феноменальной полнотой и концентрацией во рту. Часто непобедимые в дегустациях, они могут быть с трудом допиты во время ужина.

Гевурцтраминер (Gewurztraminer)

Красновато-розовый высокий сорт винограда. Из него получают белые, чаще всего сладкие, вина с ароматами пряностей и экзотических плодов, которые хорошо сочетаются с азиатской кухней. Его разводят в Эльзасе, Германии, США, Австралии.

Германия

Если в Германии всегда пили больше пива, чем вина, то теперь здесь пьют все меньше и меньше пива и все больше и больше вина. Национального производства вина не хватает, чтобы удовлетворить нужны населения, и Германия с радостью импортирует вина из всех стран, в частности из Франции и Италии. Расположенные у границы выращивания виноградной лозы, в ожидании подтверждения глобального потепления, немецкие виноградники нашли убежище на южных склонах холмов и долин, а также у водных артерий, выполняющих роль термического регулятора. Укрывшись таким образом от крайностей сурового климата, они предлагают особые вина, значительно отличающиеся от тех, которые встречаются в других странах. При классификации немецких вин в качестве основных критериев принимаются в расчет содержание сахара в сусле и крепость в алкоголе, поскольку виноград порой с трудом достигает спелости. Согласно восходящей шкале вина классифицируются следующим образом: Kabinett, Spätlese, Auslese, Beerenauslese (которое включает также Eiswein, ледяное вино). Однако при долгом вызревании виноград развивает тонкие и проникновенные ароматы, которые обретают свое самое феноменальное выражение в ликерных винах Trockenbeerenauslese, называемых просто TBA. Это вино получают лишь каждые 3–5 лет в смехотворных количествах. Цены на него также выходят за пределы самого изобретательного воображения.

ВИНИФИКАЦИЯ

ПРЕОБРАЗОВАНИЕ ВИНОГРАДА В ВИНО

После сбора урожая наступает черед винификации, то есть процесса преобразования винограда в вино. В хороший год урожая грамотно проведенная винификация позволит продемонстрировать весь потенциал вина, а в трудный год – восполнить несовершенство природы. Далее следуют описания основных этапов этого трудоемкого процесса.

Дробление

Плоды направляют в дробилку, где лопается кожица ягод и высвобождается виноградный сок. Виноград становится суслом. При дроблении не должны быть повреждены косточки, чтобы в сусло не попало их масло, которое может передать ему свою горечь.

Отделение гребней

Как правило, при производстве красных вин сусло отделяют от гребней, которые содержат танины и могут сообщить их вину в избыточном количестве в ходе брожения и мацерации. При винификации по белому методу раздробленный виноград прессуют вместе с гребнями еще до брожения.

Удалить листья, неподходящие ягоды и другие отбросы, чтобы использовать только здоровые и спелые плоды, – такова задача сортировки, которую проводят вручную перед винификацией. Значение сортировки особенно возрастает в трудные годы урожая.

Очистка сусла

Очистка сусла (по-французски – debourbage) – это процесс удаления осадка и посторонних элементов из сусла белого вина до начала брожения. Эта операция избавляет сусло от растительных остатков и земли, которые могут придать зарождающемуся вину нежелательный привкус.

Брожение вина в чане (Cuvaison)

Сусло помещают в чан, где под строгим контролем со стороны человека с ним случится настоящая метаморфоза, и оно превратится в вино. Перед брожением в чан могут добавить серу и дрожжи.

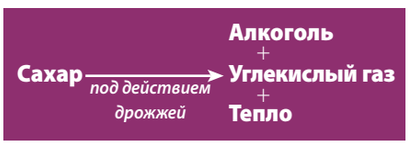
Добавление серы. Серу (а точнее сернистый ангидрид), обладающую антисептическим действием, добавляют в бродильный чан, чтобы защитить вино от бактерий, вызывающих заболевания.

Добавление дрожжей. Чтобы активизировать брожение, винодел может добавить в сусло дрожжи. Однако это не является обязательной процедурой при винификации.

Техника прессования виноградного сусла пережила очень серьезные изменения со Средних веков до наших дней (на одной из фотографий пресс из бургундского замка Кло де Вужо, сооруженный монахами в середине XVI века) .

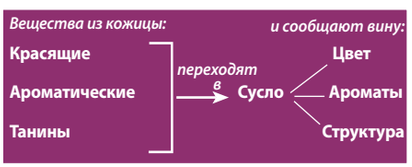
В бродильном чане сусло подвергается двум преобразованиям – алкогольному брожению и мацерации.

Алкогольное брожение. Под влиянием дрожжей сахар превращается в алкоголь и углекислый газ, выделяя тепло.



Температура сусла поднимается, и ее строго контролируют, поскольку она во многом определяет качество будущего вина. Оптимальная температура брожения красных вин – 28–30°С, белых – 16–20°С.

Мацерация. Сусло насыщается красящими и ароматическими веществами и танинами, содержащимися в кожице винограда. Длительность нахождения сусла в чане определяет характер будущего вина.



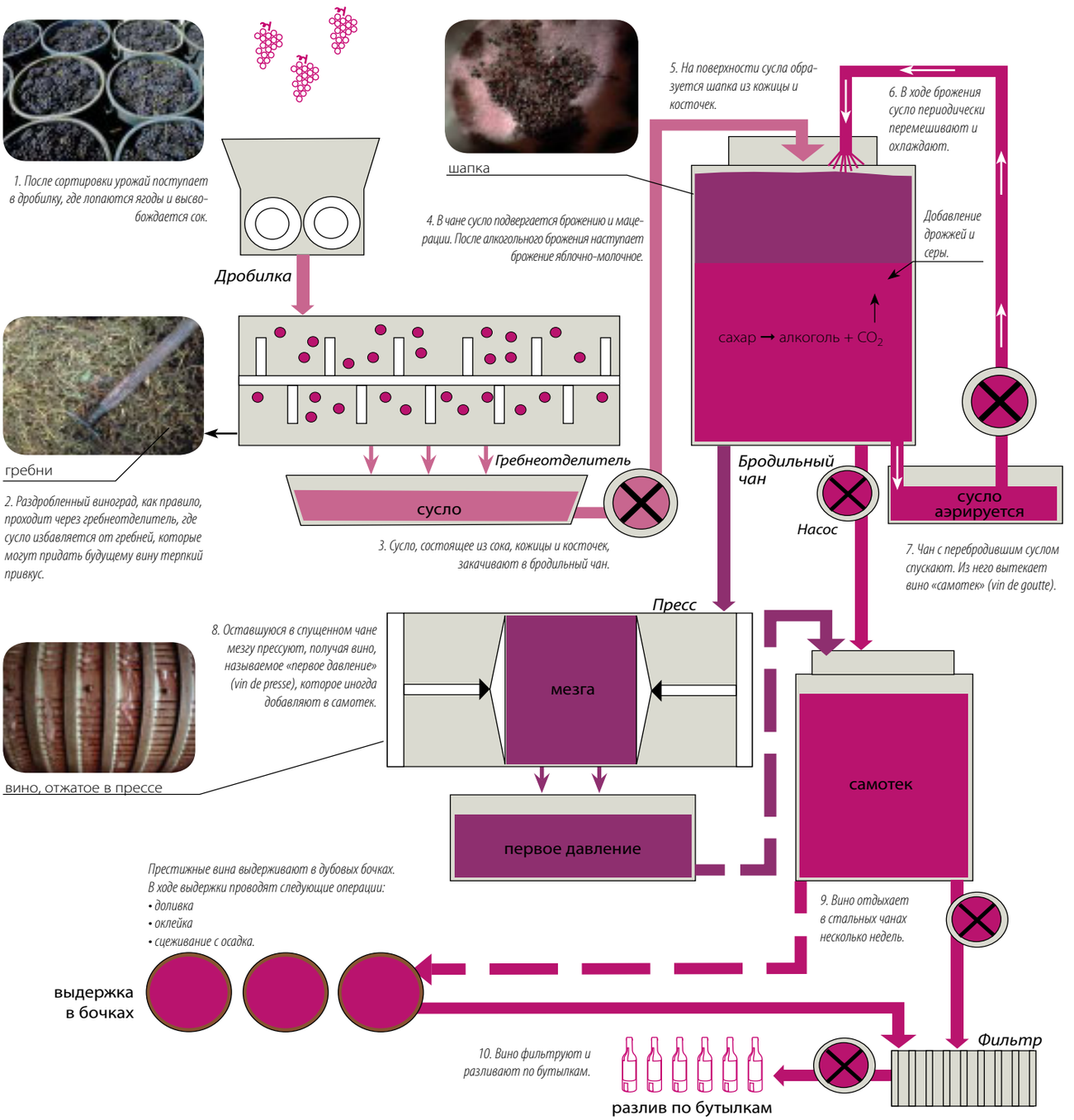
Мацерации подвергаются только красные вина, поскольку при производстве белых вин кожица ягод отделяется еще до брожения.

Шапка. Во время брожения красного вина на его поверхности под действием поднимающегося углекислого газа скапливаются твердые частицы (кожица и косточки), которые образуют так называемую «шапку».

Перемешивание сусла. Шапку необходимо периодически перемешивать с суслом, чтобы ее твердые частицы лучше вымачивались в вине и сообщали ему танины, красящие и ароматические вещества. Для этого шапку либо погружают в сусло, либо поливают ее суслом, откачанным со дна чана. При этом сусло насыщается кислородом, что способствует лучшей жизнедеятельности дрожжей и благоприятствует брожению.

Яблочно-молочное брожение. Яблочно-молочное брожение наступает после брожения алкогольного. Это натуральный способ снижения кислотности вина. Содержащаяся в вине

ВИНИФИКАЦИЯ ПО КРАСНОМУ МЕТОДУ



(схема производства классического красного вина)

Производство молодых вин (vins primeurs)

При винификации вин, которые надлежит выпить молодыми (например, Божоле и некоторые вина Руссильона и Лангедока), ягоды не дробят и проводят особое брожение – так называемую углекислую мацерацию.

Углекислая мацерация

Цельные, неповрежденные ягоды винограда помещают в чан, наполненный углекислым газом. При отсутствии воздуха при температуре 20–25°C в ягодах начинается слабое брожение, дающее от 1 до 2% vol. алкоголя, что растворяет красящие и ароматические вещества, содержащиеся в кожице винограда. При этом сусло не получает танины из кожицы и косточек, высвобождение которых затруднено у нераздавленных ягод. Такая мацерация продолжается от 8 до 20 дней, а затем переходит в классическое брожение с участием кислорода, превращающее весь оставшийся сахар в алкоголь. В результате получается вино глубокого красного, иногда почти фиолетового цвета с меньшим количеством танинов и предельно фруктовым вкусом. Такое вино мало подготовлено к хранению, и его, разумеется не выдерживают в бочках.

Производство крепленых красных вин

Основой крепленого вина служит богатый сахаром перезрелый виноград. Его готовят к брожению согласно классической схеме. Но само брожение прерывают добавлением спирта от 5 до 20% от общего объема сусла. Спирт нейтрализует дрожжи. Брожение останавливается, и в вине сохраняется остаточный сахар. Как правило, красные крепленые вина выдерживают в бочках.

Чаны из разных материалов используются при винификации. Традиционные дубовые чаны очень эстетичны, но они негерметичны, и их трудно чистить. Чаны из нержавеющей стали гораздо удобнее в применении и позволяют лучше контролировать температуру брожения. Реже используются чаны из железа и цемента, которые внутри покрывают резиной, чтобы вино не приобрело плохой привкус.
На фото – деревянные чаны Шато Тальбо (Сен-Жюльян) и чаны из нержавеющей стали Шато Ла Лагюн (О-Медок).

резкая яблочная кислота под воздействием бактерий превращается в молочную кислоту с менее выраженным вкусом. Яблочно-молочное брожение требует точных температурных условий и порождает углекислый газ. Его используют при производстве красных вин (но не всегда для белых, которые должны сохранить достаточный уровень кислотности).

Спуск чана

В Бордо сусло остается в бродильном чане в течение 10–15 дней, в Бургундии – 4–8 дней. По окончании этого периода чан спускают. Из него естественным путем вытекает «самотек» – самая качественная фракция вина.

Прессование

Оставшуюся в чане мезгу – смесь перебродившего сока, кожицы и косточек – направляют в пресс, где ее отжимают, получая вино, называемое «первое давление». Самотек и «первое давление» иногда купажируют друг с другом, с учетом того что первый содержит больше алкоголя, а второй богаче танинами. Последующие отжимы дают вино худшего качества, которое дистиллируют или перерабатывают в уксус.
При производстве белых вин, как уже было отмечено, виноград прессуют еще до брожения, сразу после дробления плодов.

Отдых в чане (Отстаивание вина)

Полученное вино переливают либо в неподвижные чаны из нержавеющей стали, либо в деревянные бочки. Вину, помещаемому в чаны, уготована судьба быть выпитым в скором будущем. Это вино «отдыхает» в чане несколько недель, а затем его перецеживают, отделяя от осадка, и направляют на фильтрацию.

Выдержка в бочках

После брожения и мацерации престижные вина почти всегда взращивают в дубовых бочках, где завершается их брожение. Небольшое количество кислорода, вступающего в контакт с вином через поры дубовой древесины, способствует дозреванию напитка, с которым происходят следующие преобразования:

- первичные и вторичные ароматы уступают место сложным древесно-ванильным ароматам выдержки (третичным);
- древесина бочки обогащает вино дополнительными танинами, что увеличивает его потенциал к выдержке в бутылках.

Срок выдержки в бочках зависит от типа получаемого вина. Одни вина выдерживают около года, другие – до двух лет и иногда больше. Однако слишком долгая выдержка вредна для равновесия вина. Поэтому считается, что только немногие вина способны стареть в бочке больше двух лет.
В ходе выдержки в бочках вино доливают, оклеивают и сцеживают с осадка.

Доливка. Старея в бочках, вино испаряется и освобождает место для воздуха. Однако оно не должно непосредственно с ним соприкасаться, чтобы избежать различных болезней и инфекций, наносящих непоправимый вред. Поэтому, компенсируя испарение, бочки регулярно доливают вином доверху. Эта операция называется «доливкой» (по-французски – ouillage).
Для этого используют жестяной кувшин с очень длинным «носиком» и иногда воронку. Доливка требует от работников аккуратности и отнимает у них большую часть времени, ведь в погребах иногда хранится более тысячи бочек с вином. В каждой из них вино должно доходить до уровня втулочного отверстия. Доливают бочки, разумеется, вином одинакового качества и того же года урожая.

Оклейка. Вино очищают (осветляют) от взвесей путем операции, называемой «оклейка». В бочки добавляют рыбий клей, яичный белок, бентонит (разновидность глины) или другие вещества. Под действием винных танинов они образуют хлопья с частицами, взвешенными в вине. Через некоторое время эти хлопья оседают на дне бочки. Очищенное вино – блестящее, прозрачное и красивое – сцеживают с осадка.
Оклейка, как правило, не освобождает вино от фильтрации перед разливом по бутылкам.

Сцеживание с осадка. Сцеживание с осадка (по-французски – soutirage) чаще всего проводят после оклейки. Вино переливают в другую бочку, где оно продолжает созревание.

Фильтрация

Это необходимый этап при производстве вина, благодаря которому вино становится блестящим и красивым. Однако слишком сильная фильтрация обедняет вино и понижает его потенциал к выдержке. А значит фильтрация должна быть умеренной и адаптированной к типу каждого конкретного вина.

Разлив по бутылкам

К вину, разливаемому по бутылкам, предъявляют следующие требования:

- яблочно-молочное брожение должно быть завершено или прервано путем нейтрализации вызывающей его бактерии;
- сухие вина не должны содержать остаточный сахар;
- вино должно стабилизироваться;
- в вино с остаточным сахаром должна быть добавлена достаточная доза антисептика для предотвращения вторичного брожения в бутылках;
- выдержанное в бочках вино должно обогатиться всеми элементами, необходимыми для его качества.

Операция разлива по бутылкам включает в себя также и закупорку бутылок: бутылки закрывают пробками и оставляют в вертикальном положении не менее 24 часов, чтобы пробка прилегла как можно лучше к горлышку бутылки и защитила ее от протеков.

ВИНИФИКАЦИЯ ПО БЕЛОМУ МЕТОДУ

Ключевые моменты винификации по белому методу

Белые вина склоняются по самым разным вкусовым и ароматическим падежам. Среди них есть совсем легкие, душистые и молодые вина, которым не знакома выдержка в бочке, или, наоборот, дородные, маслянистые вина с ароматами дубовой древесины, развитыми в ходе выдержки. Среди белых вин числятся ликерные вина, к которым относится знаменитый Сотерн, «соломенные» вина из высушенных плодов, пропитанные солнцем сухие и сладкие крепленые вина, а также мистели с ароматами свежего винограда. Вот их главные особенности производства.

- Степень зрелости и состояние винограда определяет тип вина: от сухого до ликерного.
- Прессование винограда осуществляется до брожения: сок сразу отделяется от кожицы, косточек и гребней.
- В отличие от красных вин мацерация (вымачивание сока в кожице) не проводится.
- Вино может бродить прямо в дубовых бочках.

Особенности производства сладких белых вин

Сладкие вина получают из перезрелого винограда, потерявшего влагу и богатого сахаром.

В определенных природных условиях плоды покрываются «благородной гнилью» (Botrytis Cinerea), которая еще сильнее высушивает ягоды, концентрирует в них сахар и насыщает ароматами и глицерином. Такой урожай собирают в несколько приемов и изготавливают из него маслянистые ликерные вина с нотами акации и меда, которые могут храниться практически бесконечно.

В северных широтах (например, в Канаде и Германии) ликерные вина получают из винограда, замерзшего на лозе. Виноград прессуют замороженным, избавляясь от ледяных кристаллов воды и сохраняя только сладкий концентрированный нектар. «Ледяное вино» обладает ароматами личи, персика и манго.

В том случае, когда собранный урожай высушивают либо в подвешенном виде, либо раскладывая на решетках или соломенных подстилках, полученное из него вино называется «соломенным» (Vin de Paille).

Особенность процесса производства сладких вин заключается в том, что при брожении не весь сахар, содержащийся в сусле, способен превратиться в алкоголь. При определенном уровне крепости дрожжи умирают, а вино сохраняет остаточный сахар. Однако часто брожение сусла прерывают искусственно, добавляя сернистый ангидрид.

Особенности производства крепленых белых вин

Крепленые вина обладают развитыми ароматами и мягкой алкогольной теплотой. Их получают из перезрелого винограда, высушенного либо на лозе, либо уже после сбора урожая. Вначале процесс их производства подобен винификации по белому методу. Но потом брожение сусла останавливают, добавляя спирт в количестве 5–10% от общего объема. В зависимости от той стадии, на которой было прервано брожение, а значит от количества остаточного сахара, различают разные крепленые вина – от сухих до сладких.

Мистели. В том случае, когда спирт добавляется в сусло еще до начала брожения, получается напиток с выразительными фруктовыми ароматами, называемый «мистелем».

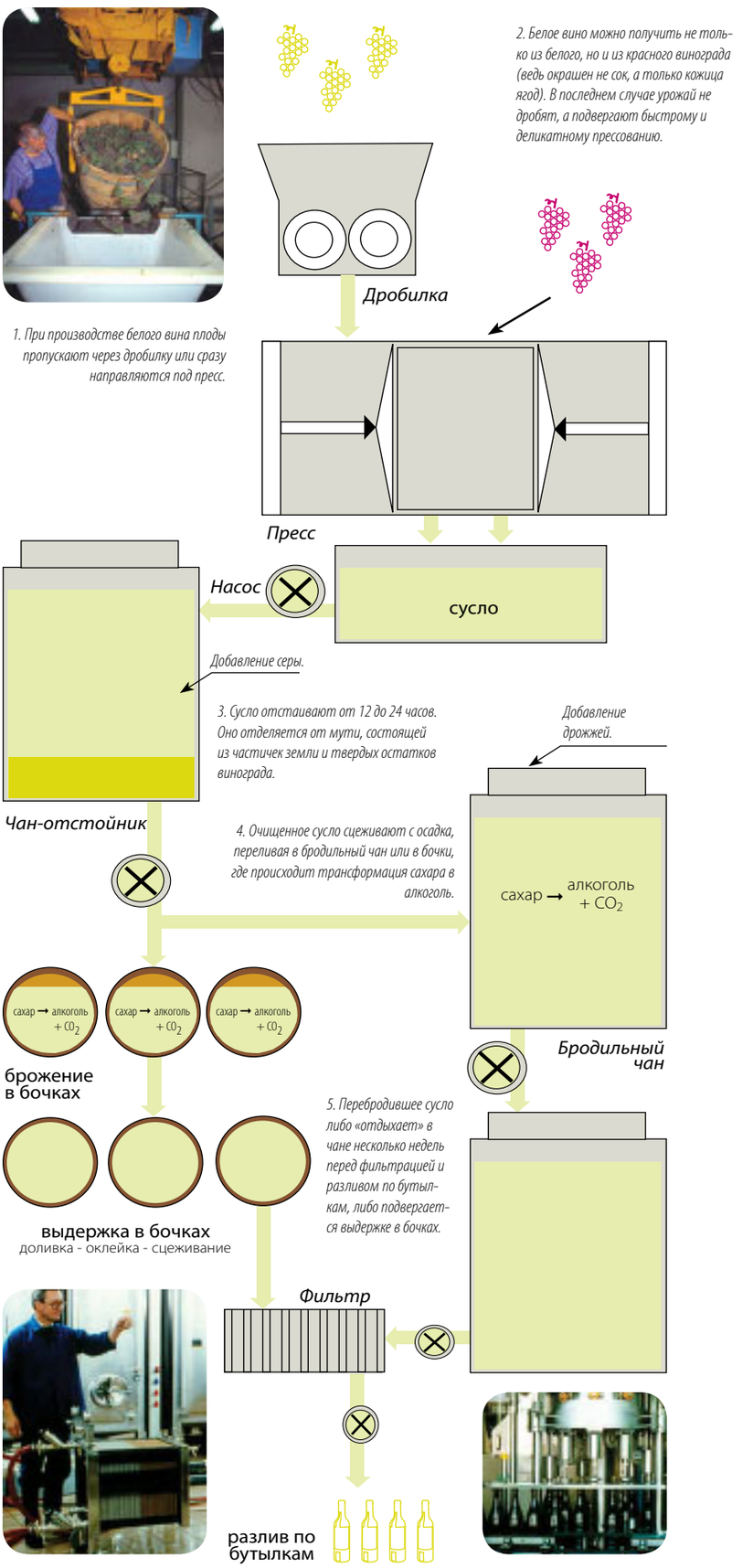
Производство розовых вин

Розовые вина – легкие и фруктовые – получают из красного винограда одним из двух способов.

Аналогично красным винам. При этом мацерация укорочена до 12–48 часов. Когда достигнут желаемый цвет, чан спускают, и выпущенный самотек подвергают дальнейшему брожению.

Аналогично белым винам (винификация по серому методу). Виноград прессуют до брожения, в результате необходимые красящие вещества экстрактируются из кожицы плодов. Полученное сусло помещают в чан, где оно бродит при температуре, поддерживаемой на уровне 18–20°C.

Розовые вина никогда не получают из смеси белого и красного вина (исключение – шампанское).



(схема производства сухого белого вина)

Глицерин

Глицерин известен своим маслянистым и ласкающим нёбо характером. Он появляется во время брожения, и его содержание в вине будет тем выше, чем слаще было сусло. Таким образом, уровень глицерина служит косвенным показателем спелости винограда в момент сбора урожая. В винах, полученных из позднего урожая и из отобранных «благородных» ягод, глицерин играет особую роль, ибо в этом случае он порожден благородной гнилью.

Год урожая

Вино служит отражением погодных условий. А поскольку погодные условия каждый год разные, появляется понятие «год урожая». Год урожая (по-французски Millésime, по-английски – Vintage) часто указывается на этикетке вина. Если вино не помечено годом урожая, то это значит, что содержимое бутылки представляет собой смесь урожаев нескольких лет. Это часто происходит с шампанским. Для других вин такое явление – редкость, и оно никогда не затрагивает высоких вин. В лучшем случае вино, не помеченное годом урожая, будет обладать хорошим соотношением цены и качества. Года урожая принято классифицировать в зависимости от достоинства их вин – от банальных до превосходных.

Градус алкогольный

Один алкогольный градус соответствует одному кубическому сантиметру чистого спирта в литре водно-спиртового раствора при температуре 15°C.

Гребень, см. *Гроздь винограда*

Гренаш (Grenache)

Гренаш, имеющий три цветовых «склонения» – белое, серое и красное, обрел земли для лучшего самовыражения по берегам Средиземного моря. Он часто используется для производства сладких крепленых вин и широко распространен в Испании, где его называют Garnacha.

Гроздь винограда

Виноградная гроздь состоит из ягод и гребня. Ягоды держатся на гребне, по которому к ним поступают питательные вещества.

Гребень содержит танины и кислоты. При механическом сборе урожая гребни остаются на лозе, при ручном – гроздь срезается целиком.

Гребни некоторых красных сортов настолько богаты танинами, что их следует отделять от ягод перед брожением. Типичным примером тому послужит Каберне-Совиньон. Другие сорта – менее концентрированные (например, Пино Нуар), и только в некоторые годы их гребни могут придать вину неприятный вкус.

В недостаточно танинном сусле гребни могут частично оставить, что натуральным образом восполнит несовершенство года урожая.

При производстве белого вина сусло, как правило, бродит, уже будучи отделенным от гребней.

Ягода – это мякоть с косточками, покрытая кожицей.

• Мякоть, прежде всего, состоит из воды. Вода постепенно накапливается в ягодах, и размер плодов увеличивается. Другая важная составляющая мякоти – это сахар, который представлен в форме глюкозы и фруктозы. Он концентрируется в винограде по мере созревания, и его содержание в мякоти поднимается в десять раз. При брожении сахар полностью или частично превращается в алкоголь. Кроме того, мякоть содержит органические кислоты, придающие вину живость и рельеф. От начала созревания плодов до сбора урожая содержание кислот в винограде снижается в несколько раз. Также среди элементов, входящих в состав мякоти, следует упомянуть минеральные соли и азотистые вещества, необходимые для жизнедеятельности дрожжей.

• Косточки винограда богаты танинами и содержат масло, которое не должно попасть в вино, чтобы не придать ему горечь. Поэтому дробить ягоды нужно очень аккуратно.

• Кожица составляет незначительную часть виноградной ягоды. Однако она содержит многие ключевые элементы, среди которых танины, а также красящие и ароматические вещества. Наибольшее значение имеет кожица красного винограда, набирающая цвет в ходе созревания плодов. Именно она окрашивает вино в красный или розовый цвет, так как за редким исключением сок винограда всегда белый. Для получения красного вина сок бродит вместе с кожицей и вытягивает из нее красящие вещества и танины. Лучшие вина получают из винограда с мелкими ягодами, в котором кожица пропорционально играет более важную роль. Сверху кожица винограда покрыта матовым налетом. На этом налете развиваются дрожжи, необходимые для брожения сусла.

А

Дегоржаж

Так называют операцию, при которой из горлышек бутылок (в частности, с шампанским) удаляют находящийся в них дрожжевой осадок.

Джин и дженевер

Джин – это спиртной напиток, полученный путем ректификации спирта из злаков и ароматизированный многочисленными ягодами, растениями и, в частности, можжевельником, который сообщает напитку свой основной вкус и лежит в основе его названия.

Методы ароматизации, добавление или недобавление сахара обуславливают различные версии джина, который восходит к первым голландским можжевеловым настойкам (дженевер). Дженевер – более мощный по вкусу, хотя и менее крепкий в алкоголе, – получают из неректифицированного спирта. Он все еще обладает характером солода и обречен на выдержку.

Доливка бочек, см. *Винификация*

Дрожжи

Дрожжи – это микроскопические грибки, живущие в естественных условиях на земле и кожице винограда. Они попадают в сусло и вызывают его брожение, поглощая сахар и вырабатывая спирт и углекислый газ. Получается, что спирт относится к отходам жизнедеятельности дрожжей. Кроме того, в большом количестве спирт становится для них токсичным. Существует несколько разновидностей дрожжей, и все они обладают своими характерными чертами, развиваясь при разной температуре и сообщая вину специфические ароматы.

Благоприятные для дрожжей факторы:

• обилие воды;
• наличие сахара, минеральных и азотистых веществ;
• температура в пределах 10–35°C;
• контакт с воздухом.

Неблагоприятные для дрожжей факторы:

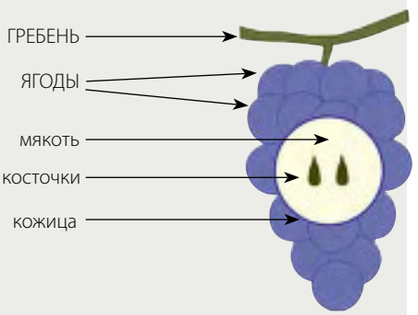
• использование химических средств для защиты лозы от паразитических насекомых;
• дождь перед сбором урожая;
• избыток танинов, сахара или кислот в сусле;
• высокая алкогольная крепость;
• излишнее применение сернистого ангидрида для предохранения сусла от бактерий;
• слишком низкая или слишком высокая температура при брожении.

Дрожжи автохтонные

Эти дрожжи обитают на кожице винограда, в отличие от селекционированных дрожжей, которые добавляют в сусло.

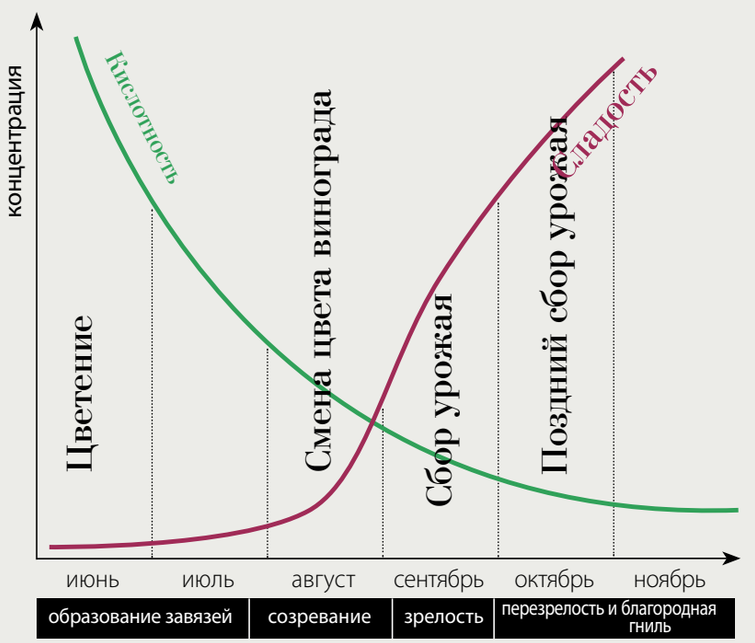
ГРОЗДЬ ВИНОГРАДА – ЧУДО ПРИРОДЫ

СТРОЕНИЕ ГРОЗДИ



Созревая, завязи винограда постепенно увеличиваются в размере и превращаются в ягоды. Они теряют кислотность, набирают сладость, а также обогащаются красящими и ароматическими веществами, необходимыми для получения вина.

СЛАДОСТЬ И КИСЛОТНОСТЬ В СОЗРЕВАЮЩЕМ ВИНОГРАДЕ



РОЛЬ СОСТАВЛЯЮЩИХ ВИНОГРАДНОЙ ГРОЗДИ

ВЕЩЕСТВА	МЕСТО СОДЕРЖАНИЯ	РОЛЬ
Вода	Мякоть	Составляет вино на 80%, растворяет другие вещества, содержащиеся в вине
Сахар	Мякоть	В процессе брожения под действием дрожжей превращается в алкоголь
Кислоты	Мякоть	Придают вину рельеф, живость, сообщают ему потенциал к выдержке
Танины	Гребень, кожица, косточки	Участвуют во вкусе и цвете красных вин, образуют их структуру, увеличивают потенциал к выдержке
Красящие вещества	Кожица	Сообщают цвет красным и розовым винам
Ароматические вещества	Мякоть, кожица	Образуют первичные ароматы вина
Дрожжи	Налет на кожице	Поглощают сахар и вырабатывают алкоголь

З

Замок (Château)
Слово Château (шато) могут использовать французские винодельческие хозяйства, владеющие зданием, в котором проводится винификация вина. Виноград должен быть выращен, а само вино изготовлено в пределах этого хозяйства.

Зеленый сбор, *см. Лоза и факторы воздействия*

Зинфандель (Zinfandel)
Красный сорт винограда итальянского происхождения и с калифорнийской «пропиской», дающий красные, розовые и белые вина с фруктовыми ароматами.

И

Игристое
Вино с большим количеством углекислого газа, для которого необходима специальная пробка (например, шампанское).

Известняк
Лучшие европейские виноградники чаще всего разбиты на известняковой почве, которая сообщает будущим винам дополнительную элегантность. Но не всем сортам винограда подходит такая земля, ибо она может вызвать хлороз, при котором лоза желтеет из-за недостатка питательных веществ.

Ирландский виски
Ирландский виски изготавливают в основном из ячменя, хотя также можно использовать рожь, овес и кукурузу. Заметим, что если злаки превращают в солод, их не подвергают воздействию торфа. После того как перемолотое зерно смешают с теплой водой и подвергнут брожению, получается пиво, которое направляют на тройную дистилляцию. Перегонка сохраняет традиционный характер: ее проводят в больших аламбиках. Будущий виски выдерживают от трех до двадцати лет в бочках, в которых до этого хранился херес, бурбон или порто. Тройная дистилляция вместе с разнообразием основных ингредиентов и использование различных бочек позволяют производить самые разнообразные виски, которые обладают отличительной чертой – шелковистой текстурой во рту.

Испания
Испания обладает большими козырями в мире вин и могла бы заставить содрогнуться всех своих конкурентов, если бы некоторые из этих козырей не оборачивались неприятностями. Например, чрезмерно большой виноградник площадью в миллион гектаров требует гигантских капиталовложений, чтобы продолжать адаптировать сорта, способные давать высокие, а не столовые вина, потребление которых снижается во всем мире. Множество наименований вин (DO) требует колоссального маркетинга, чтобы представить все их потенциальные возможности и разнообразие. Что же касается преимуществ, то климат, почва и стоимость рабочей силы (которая ниже, чем в других европейских странах и во многих странах Нового Света) позволяют Испании осуществить огромный рывок вперед. Ведь Испания обладает опытом, который продолжает вдохновлять многих великих виноделов, уникальными почвами, историческими сортами и великими винами с устойчивой репутацией. А ее прошлое сулит вину великую судьбу, которую лишь нужно претворить в жизнь.

Италия
А что если родина гастрономии – это Италия? Если искусство жизни нашло убежище именно здесь, между Пьемонтом и Тосканой, или на ее

Винодельческие регионы Италии

1. ВАЛЛЕ Д'АОСТА *(Valle d'Aosta)*
2. ПЬЕМОНТ *(Asti, Barolo, Barbaresco, Gavi, Barbera, Dolcetto)*
3. ЛИГУРИЯ
4. ЛОМБАРДИЯ *(Valtellina, Franciacorta)*
5. ТРЕНТИНО-АЛЬТО-АДИДЖЕ *(Alto Adige, Trentino)*
6. ВЕНЕТО *(Recioto di Soave, Bardolino, Soave, Valpolicella)*
7. ФРИУЛИ-ВЕНЕЦИЯ-ДЖУЛИЯ *(Collio, Friuli Grave)*
8. ЭМИЛИЯ-РОМАНЬЯ *(Albana di Romagna, Lambrusco, Sangiovese di Romagna)*
9. ТОСКАНА *(Chianti, Brunello di Montalcino, Rosso di Montalcino, Pomino)*
10. УМБРИЯ *(Orvieto, Torgiano)*
11. МАРКЕ
12. ЛАЦИО *(Frascati, Castelli Romani)*
13. АБРУЦЦИ
14. МОЛИЗЕ
15. КАМПАНЬЯ *(Taurasi, Greco di Tufo)*
16. АПУЛИЯ
17. БАЗИЛИКАТА
18. КАЛАБРИЯ
19. СИЦИЛИЯ *(Marsala, Etna)*
20. САРДИНИЯ *(Vermentino di Gallura)*

Бордоский замок Baron Pichon de Longeville.

чудесных островах, детях вулканов, которые на время предоставили свои склоны в распоряжение виноградарей?
В Италии культура и гастрономия составляют единое целое. Путешественники за обе щеки уплетают искусство, в то время как блюда и вина вступают в союз, создающий цепочку маленьких удовольствий, неизбежно вызывая у гурмана ощущение счастья. Для любителя вин Италия – это не только страна Barolo, Chianti, Brunello di Montalcino или Valpolicella. Это, прежде всего, живая память, самая древняя винодельческая страна, которую часто представляют как музей, способный предложить вам умопомрачительное разнообразие сортов винограда. Воспользовавшись такими почти безграничными щедротами, сомелье всегда сможет почерпнуть в них новое вдохновение, чтобы сделать свою карту оригинальной и притягательной, наделив ее культурой и вкусом.

К

Каберне-Совиньон (Cabernet-Sauvignon)

Каберне-Совиньон вместе с Мерло – это самые известные в мире сорта красного винограда. Каберне-Совиньон способен на высокие вина, прежде всего, в регионе Бордо (откуда он происходит) и в других странах: в Италии, Калифорнии, Новой Зеландии. Однако он очень чувствителен к многоплодности, и многие вина, полученные при урожайности свыше 150 гл./га, грубо эксплуатируют его благородную репутацию.

Каберне-Фран (Cabernet-Franc)

Менее известный, чем его «собрат» Каберне-Совиньон, этот сорт слабее окрашен и обладает более мягким вкусом с ароматами малины и цветов. Входит в купаж бордоских вин, распространен в долине Луары, во Фриули, Калифорнии и в других странах.

Калифорния

В Америке вино находит все больше почитателей. Под давлением искушенных знатоков качество вина непрестанно повышается. Конечно, и раньше в калифорнийском виноделии были свои «жемчужины» – исключительные кюве. Но это явление переживает подъем, и сегодня, наряду с промышленным виноделием, появляется все больше вин, изготовленных страстными виноделами, которые готовы ко всем испытаниям, вкладывают значительные финансовые средства и достигают почти абсолютного энологического совершенства. Из очень благоприятных условий Нэпа Вели, Мендосино или Сономы им удается извлечь первоклассные нектары, которые, несмотря на снижение курса доллара, могут соперничать по цене с великими бордоскими винами.

Кариньян (Carignan)

Кариньян происходит из Испании и носит название города Кариньена. Раньше он был одним из самых распространенных красных сортов. Однако падение спроса на столовое вино привело к тому, что в Европе его посадки стали сокращать, сохраняя их только на самых благоприятных участках. Кариньян, придающий вину цвет и мощь, часто купажируют с другими сортами винограда.

Касс (Casse)

Слово «касс» означает вино, в котором образовался осадок на дне бутылки. Такой процесс может не оказать влияния на качество вина, если мы имеем дело с винным камнем, появившимся от холода или в результате излишнего контакта вина с воздухом перед разливом в бутылки. Однако касс может вызвать у вина более тяжелые последствия в случае выпадения осадка, содержащего медь или железо. Но такой феномен встречается в наши дни очень редко.

Кислота уксусная

Уксусную кислоту также называют летучей, ибо она отделяется вместе с водяными парами при дистилляции. Вино, содержащее значительное количество уксусной кислоты, приобретает характерный запах уксуса.

Кислотность

Вино – всегда более или менее кислое. Недостаточная кислотность – это на самом деле такой же дефект вина, как и слишком сильная кислотность. В первом случае вино – слабое, без характера и с ограниченным потенциалом к выдержке. Во втором случае вино – слишком живое и становится неприятным. Яблочно-молочное брожение снижает кислотность вина. Иногда в жарких странах яблочно-молочное брожение частично останавливают, чтобы сохранить в вине живость и свежесть.

Классификация 1855 года

Классификация 1855 года охватывает самые высокие шато Медока и Сотерна. Ее создавали для логичного представления вин этих регионов на универсальной выставке, организованной в 1855 году в Париже. Эта классификация базировалась на средней цене вина, рассчитанной на основе нескольких «поколений» его котировки. Таким образом, было выделено 60 наиболее дорогих вин Медока, которые, с учетом их долгосрочной тенденции стоимости, разделили на пять классов. За небольшим исключением, указание классификации появилось на этикетках только в начале XX века. Постепенно, благодаря той пользе, которую классификация оказывала как негоциантам, так и потребителям, составленная для одного события, она стала вечной, и ее обоснованность только укрепилась со временем. Дополнительную информацию о Классификации 1855 года и о ее великих винах можно узнать на русскоязычной версии сайта: www.grand-cru-classe.com

Клере (Clairet)

Французским словом «клере» называют светло-красные, почти розовые вина, полученные путем короткой мацерации. Не следует путать clairet с английским словом claret, которым англичане называют красные бордоские вина.

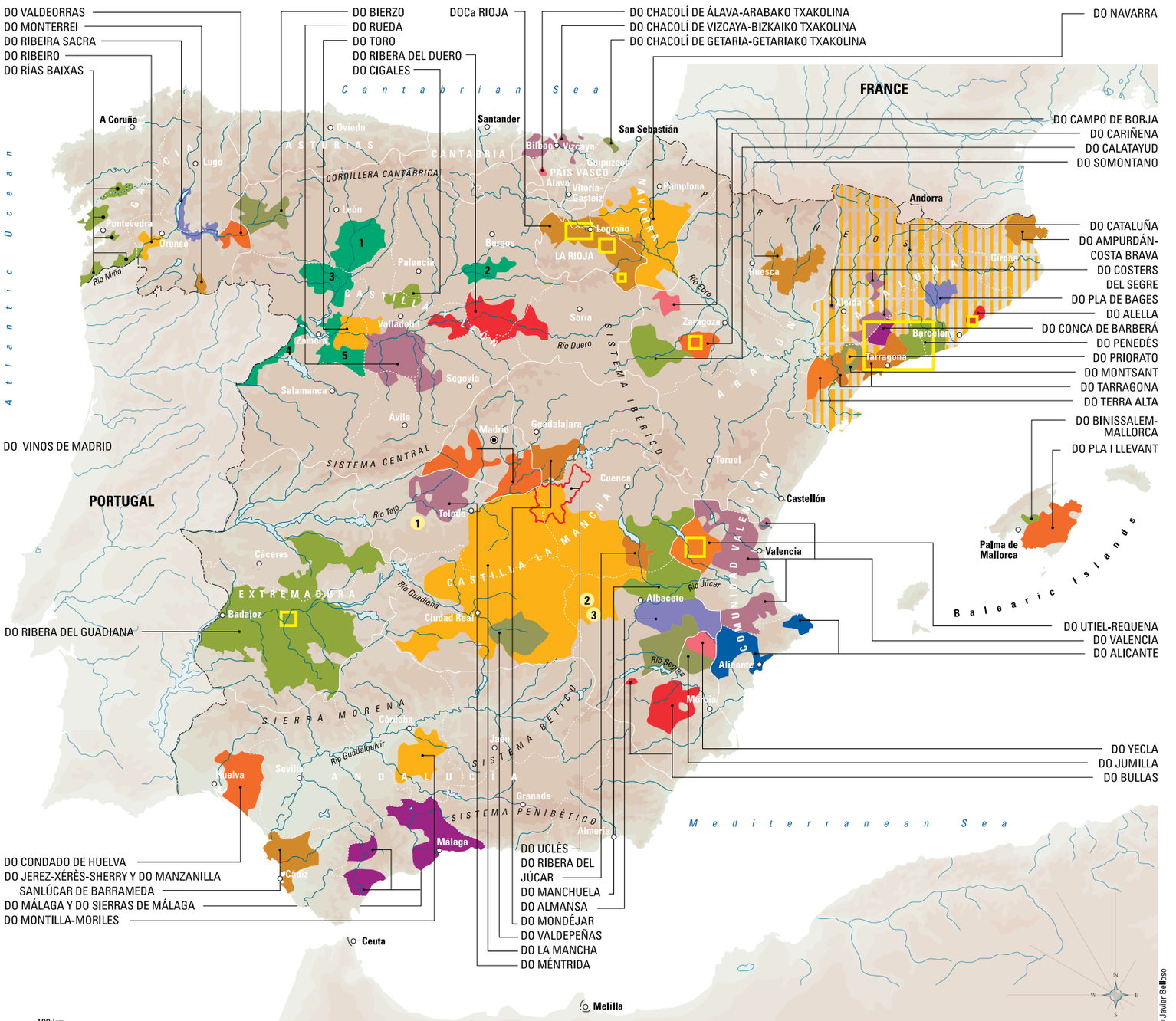
Клима (Climat)

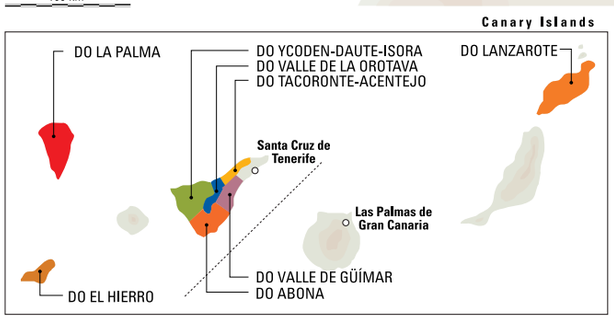
Climats – это самые мелкие виноградники Бургундии. В некотором роде клима соответствует бордоскому понятию крю.

Клоны

Сорт винограда представляет в некотором роде семью, обладающую собственными характерными чертами, что не мешает различать в ней отдельных ее представителей, то есть некоторые лозы, которые имеют свои особенности.
Так, некоторые лозы более урожайны по сравнению с другими, принадлежащими к тому же сорту винограда. Они могут обладать соком худшего качества и быть, например, более чувствительными к заболеваниям. И несмотря на все старания винодела, они дают сок слабее окрашенный, менее кислый и менее сладкий. Их виноград может достигать спелости чуть раньше или чуть позже типичного для представителей сорта срока, что усложняет задачу винодела по определению времени сбора урожая. В результате эти лозы могут дать вино худшего качества.
Виноделы, заботящиеся о результатах своего труда, не соглашаются с существованием таких больших различий между особями одного и того же сорта.

Винодельческая Испания.
Карта наименований по происхождению (DO)





DOCa Qualified Denomination of Origin

DO Denomination of Origin

D.O. Cava (multiregion)

D.O. Catalunya

Quality Wine with Specific Geographical Indication

1. Tierra de León
2. Arlanza
3. Valles de Benavente
4. Arribes
5. Tierra del Vino de Zamora

Single-Estate Wine

1. Dominio de Valdepusa
2. El Guijoso
3. Finca Elez

Autonomous Administrative Area

Provincial Administrative Area

State Borders

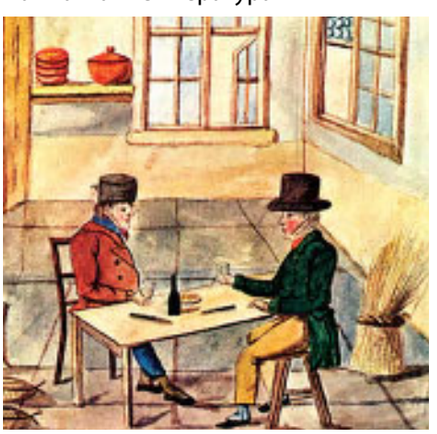
Поэтому они решили беспощадно отобрать среди них те, которые, по их мнению, дают вино лучшего качества, и получить от них так называемый «клон». Научное определение слова «клон» звучит следующим образом: «Клон – это множество, образованное одной растительной особью и всем ее потомством, полученным при бесполом размножении». На простом языке это значит, что виноградарь срезает несколько веток с отобранной им лозы и прививает их к черенкам других лоз (американского происхождения, способным противостоять филлоксере), получая при этом точные копии выбранной лозы.

Все растения, полученные таким образом, будут совершенно идентичны. Благодаря своим общим сильным сторонам, они могут дать наилучший результат.

Однако клонирование имеет также свои недостатки, ибо оно сокращает генетическое богатство виноградника. Если выбранный клон оказывается подверженным редкому заболеванию, то все растения пострадают одновременно, и виноградник, состоящий из клонов, погибнет гораздо быстрее обычного виноградника.

Кожица, *см. Гроздь винограда*

Комнатная температура



Этот термин сохранился с тех времен, когда не существовало центрального отопления, а температура в помещении в холодное время года не превышала 17°C. Однако несмотря на то, что сегодня комнатная температура чаще всего оказывается выше 20°C, вино следует подавать, как и прежде, то есть при температуре не более 18°C.

Коньяк

Коньяк – это о-де-ви, полученное из винограда, в частности сорта Уньи Блан, традиционным методом перегонки во французском регионе Коньяк. Во всем мире нет другого спиртного напитка, который мог бы так же хорошо и, главное, столь же долго выдерживаться, как коньяк. И только снижение крепости заставляет, в конечном счете, извлекать спирты из бочек, где они стареют порой в течение 60 лет, и переливать их в стеклянные бутыли, где перед ними открывается вечность. Впрочем, не все спирты Коньяка способны выдерживаться одинаково. Спирты из Гранд-Шампани обладают наилучшим потенциалом для старения, и чем выше мы поднимаемся по шкале великих сортов коньяка, тем больше в них доля Гранд-Шампани. Но это вовсе не означает, что остальные спирты ниже по качеству. Они образуют богатство коньяка, его разнообразие. Они наделяют коньяки способностью развивать сложные ароматы в течение более короткого срока выдержки, раскрывая утонченность в сочетании с соблазном. Это больше соответствует продолжительности человеческой жизни и приобщает их к невероятному всемирному успеху, достигнутому коньяком сегодня в большей мере, чем когда-либо прежде. Так, элегантность Петит-Шампани, лимонные нотки Бордери, ароматы свежего винограда Фен-Буа, а также спирты с участков Бон-Буа и Буа-Ординер участвуют в кастинге мастера погребов, который может соединить их воедино при создании конечного купажа.

Корректировка сусла

В тот год, когда погодные условия не благоприятствовали урожаю, зрелость винограда оказалась недостаточной, а дождь лил беспрестанно, сусло может обладать следующими дефектами:

- недостаток сладости,
- недостаток красящих веществ,
- недостаток или излишек кислотности,
- недостаток танинов.

Винодел может восполнить несовершенство природы и несколько улучшить качество вина, используя определенные методы корректировки сусла. Вот самые распространенные из них.

Шаптализация. Добавление сахара в сусло перед брожением называется шаптализацией. Этот метод еще в XIII веке использовали монахи аббатства Сито при получении вина Кло-де-Вужо. Гораздо позднее – на рубеже XVIII и XIX веков — он был подробно описан Жан-Антуаном Шапталем. Благодаря шаптализации из недостаточно сладких плодов можно получить более крепкое в алкоголе вино. Оно также будет более ароматным, поскольку алкоголь служит опорой для ароматических субстанций. Шаптализация сусла должна быть очень умеренной, чтобы не лишить вино равновесия.

Шаптализация стала практически нормой виноделия в странах с прохладным климатом. Однако в некоторых регионах она запрещена (как, например, в виноградниках юга Франции).

Известно, что для повышения крепости вина на 1% vol. требуется добавить 17 граммов сахара на литр сусла.

Концентрация части сусла. Этот метод заключается в выпаривании части сусла, которое затем смешивают с оставшимся свежим суслом. Первое детальное описание этого метода было составлено в 1769 году. Однако он, по всей видимости, задолго до этого был знаком монахам из Сито. Концентрация части сусла позволяет получать более мощные, насыщенные и ярче окрашенные вина, но ее следует использовать только в специфические годы урожая. Кстати, этот метод запрещен при получении многих французских вин категории AOC.

Раскисление. Этот метод заключается в снижении слишком высокой кислотности вина до уровня средней кислотности, свойственной винам данного региона в нормальный год урожая. Сильное раскисление выдает себя при химическом анализе присутствием щелочи, которая, как известно, снижает кислотность.

Окисление. Этот метод противоположен раскислению. Слишком низкую кислотность вина повышают до уровня средней в данном регионе в нормальный год урожая, добавляя винную кислоту.

Танизация. Использование танизации, при которой в вино добавляют танин, свидетельствует о недостаточной компетенции или попустительстве винодела, поскольку естественные способы получения танинного вина всем известны (среди них, например, меньшее отделение гребней от винограда, более долгое вымачивание гребней в сусле, выдержка вина в новых дубовых бочках).

Косточки, *см. Гроздь винограда*

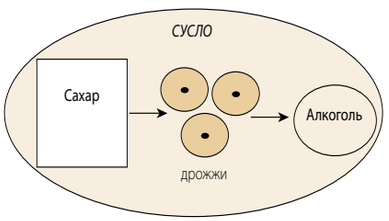
Кошениль

Кошениль – разновидность гусениц и паразитическое насекомое. Вначале она просто распространяется по винограднику, перемещаясь в разные стороны. Затем кошениль останавливается, и место ее первого «обеда» становится местом всей ее жизни, а значит и смерти, которая, увы, чаще всего совпадает со смертью всех пораженных ею плодов. Кошениль истерзает лозу, испуская сладкую жидкость наподобие медвяной росы, которую обожают муравьи и целая армада грибков.

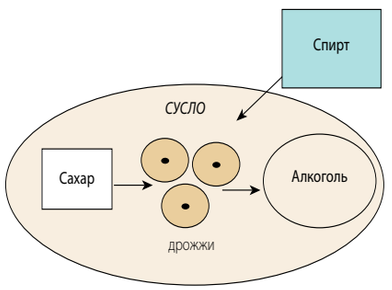
Крепление

Как остановить брожение и сохранить в вине натуральную сладость винограда? Этим вопросом человек задавался с давних пор, когда еще не было известно о существовании дрожжей. Считается, что ответ на него нашел алхимик Арно де Вилланова в 1285 году. Он изобрел метод, который назвали креплением. Суть крепления состоит в том, что во время брожения в сусло добавляют спирт. Алкоголь нейтрализует дрожжи, что прерывает брожение, и сохраняет в вине остаточный сахар, сообщая вину особую мягкость. Известные крепленые вина производят на юге Франции (белые из Муската, красные – из Гренаша), а также в Испании (херес) и в Португалии (порто).

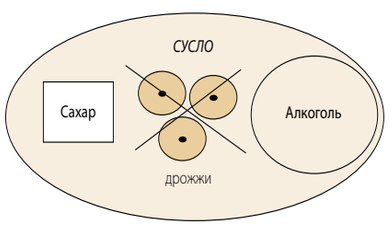
МЕХАНИЗМ КРЕПЛЕНИЯ
СПАСЕНИЕ СЛАДОСТИ ОТ ДРОЖЖЕЙ



1. В бродящем сусле сахар превращается в алкоголь под действием дрожжей.



2. В тот момент, когда в сусле еще сохранился сахар, в него добавляют спирт, доводя крепость вина до 15–20% vol.



3. При такой повышенной крепости дрожжи погибают, брожение останавливается, и вино сохраняет остаточный сахар.

Крю (Cru)
Крю – это участок земли и продукция, произведенная из выращенного на нем урожая. Это типично французское понятие кажется расплывчатым для непосвященного и удивительно точным для знатока. Крю является результатом сочетания почвы, покрывающей участок с установленными границами, господствующего здесь климата и сортов винограда, которые дают вкусовой отзыв на адаптацию к данным условиям. Таким образом, крю – это всегда комбинация факторов, которая дает или должна дать уникальный, незаменимый и неподражаемый продукт.

Купажирование
Смешивание завершивших брожение вин, происходящих с тех же земель, но, например, полученных из разных сортов винограда. Купажирование, получившее свой «дворянский титул», скорее всего, благодаря Дону Периньону, иногда сравнивают с симфонией ароматов, которой управляет мастер погребов, словно дирижер оркестра. На самом деле большинство вин, даже полученных из одного сорта винограда, являются купажами – смесью «самотека» и «пресса»; смесью содержимого новых и старых бочек или бочек из разной дубовой древесины, или же бочек в разной степени обожженных. Цель купажирования состоит не только в смешивании вина, но, прежде всего, в получении наилучшего вина, превосходящего по качеству все те вина, которые входят в его купаж.

Купажированный шотландский виски
Именно купажированный виски позволил шотландцам добиться большого успеха на международных рынках. Если на протяжении XIX века самый потребляемый виски поступал из Ирландии, то изобретение непрерывной дистилляции, особенно аппарата patent still Энеса Коффи, совершили переворот в производстве шотландского виски. Отныне скотч выходит за рамки кустарного производства и становится известным за пределами своей страны. Но прогресс в технической области не имел бы последствий без параллельного развития того, что представляется искусством, то есть купажирования.
Зерновые спирты (из ячменя, ржи, пшеницы) шелковисты по своей структуре, но сравнительно нейтральны по вкусу. Их считают основой, «белым холстом», который необходимо усовершенствовать посредством односолодовых виски, чтобы полотно достигло своего размаха. В этот момент в процесс изготовления виски вмешивается знаковый персонаж – мастер-блендер, воссоздающий окончательную картину своего купажированного виски, добавляя single malts разного возраста, разного происхождения и разного характера. Заметим, что срок выдержки, указанный на бутылке, относится к самому молодому виски, входящему в купаж.

Кюве (Cuvée)
Это, прежде всего, бургундский термин. Его самое распространенное объяснение таково. Обычно из одного и того же винограда получают вино двух видов – «самотек», вытекающий из чана, и «пресс», полученный путем прессования оставшегося в чане содержимого; купаж этих двух вин и есть кюве.

Л

Лоза виноградная
Виноградная лоза, в диком виде представляющая собой огромную лиану, – одно из древнейших растений, которое появилось на свет, по всей видимости, на Кавказе и на берегах Каспийского моря. Она принадлежит к семейству виноградовых (Ampelidaceae), которое состоит из большого числа видов. Из них только один дает все лучшие вина: это Vitis Vinifera. Vitis Vinifera, в свою очередь, подразделяется на множество подвидов: это известные сорта винограда.

М

Мадеризация
Мадеризация – это процесс старения вина при контакте с кислородом. Это название возникло от того, что постаревшие таким образом вина обладают сходством с винами острова Мадейра, которые подвергают выдержке при повышенной температуре.
Однако мадеризация – это изъян для большинства других вин, приобретающих коричневый оттенок в результате долгого контакта с воздухом из-за плохих условий хранения или слишком длительной выдержки.

Мальбек (Malbec)
Красный сорт Мальбек частично обязан своей относительной известностью бордоским винам, в которые он входит в небольшом количестве. В большей степени он представлен в винах Каора. Здесь, выращенный на известняковых склонах в долине реки Ло, он дает вина в глубоком, почти черном платье с мощными ароматами и шелковистыми танинами (конечно же, при участии сортов Таннат и Мерло). Он участвует «в одиночку» в винах долины Луары, безусловно приятных, но достаточно ординарных.

Марсан (Marsanne)
Белый сорт винограда с юга долины Роны, где он купажируется с Руссаном, что дает знаменитое вино Hermitage в его белом варианте.

Мацерация, см. *Брожение в чане*

Медали
Медали, горделиво украшающие некоторые бутылки словно в доказательство своего высокого качества, носят как вина, так и люди. И не всегда самые отважные получают больше наград. Одни вина (и люди) охотятся за медалями, словно лиса за курами. Другие пренебрегают ими как слишком зеленым виноградом. Существуют и те, кто слишком занят другими вещами, и медали их мало интересуют.
Об одном можно говорить с уверенностью: разочарование в вине ощущается гораздо острее, если на этикетке красуется медаль, ибо гастрономическое разочарование вызывает еще и досаду, оттого что злоупотребили вашим доверием. А это никогда не забывается. Можно простить плохой год урожая, но не обман.

Меркаптан, см. *Сероводород*

Мерло (Merlot)
Этот знаменитый красный сорт винограда способен на мощные, густые вина, достаточно быстро готовые к употреблению, но обладающие большим

ЛОЗА И ФАКТОРЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ

На жизнедеятельность лозы непосредственно влияют многие параметры. Среди них – природные факторы и работа человека.

Климат

Для того чтобы дать хорошее вино, виноградной лозе необходимо много солнечного света и тепла, определенное количество осадков и температурные условия, не выходящие за привычные рамки. Лоза не любит экстремальные климатические ситуации. Сильные весенние заморозки могут нанести большой ущерб распускающей почки лозе и даже погубить урожай целого виноградника. Плохие погодные условия весной удлиняют период цветения. Это сократит количество плодов, которые созреют в разное время, что вынудит собирать их по несколько раз (отбирая только зрелые гроздья) и растянет сроки сбора урожая. При этом повышается риск наступления дождей и появления серой гнили.

В конце лета повышенная влажность может испортить санитарное состояние лозы, поскольку в таких условиях быстро развивается серая гниль, что часто вынуждает слишком рано собирать урожай, не дождавшись идеальной спелости плодов. Важно защитить виноград от этого опасного врага, который способен окончательно испортить вкус вина, лишив его красивого цвета, и, наконец, позднее, уже во время выдержки, сделать его чувствительным ко многим заболеваниям.

Погодные условия в августе оказывают решающее влияние на качество вина, ведь в этом месяце созревают ягоды. В хороший год урожая август радует виноделов солнечной погодой и малым количеством дождей.

Несмотря на все вышесказанное, края с постоянным, теплым климатом, наиболее благоприятным для лозы, не могут похвастаться лучшим вином. В этом и заключается парадокс вина: оно может стать лучшим Крю, только претерпев страдания и тревоги, но превращается в посредственный напиток, когда лоза получает все, что хочет.

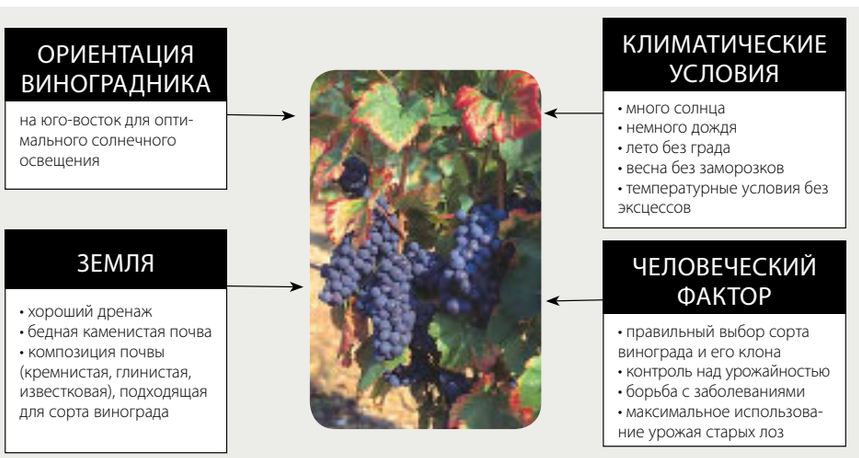
Почва

Виноградная лоза – это не очень прихотливое растение. Благодаря своим корням, которые могут достигать глубины более 10 метров, она способна добывать питательные вещества не в самых благоприятных условиях. Даже вошло в привычку говорить, что лоза растет там, где больше ничего не растет. Тем не менее, содержание питательных веществ в почве является решающим фактором для качества вина. На каменистых почвах со скудными питательными элементами лоза должна бороться за выживание. И ее вино несет в себе отголоски этой борьбы: оно обладает благородством, утонченностью и элегантностью, которых нет у вин, полученных с густых виноградных кустов, растущих на тяжелой и плодородной земле.

Не все сорта реагируют одинаково на разный состав почвы. Сира и Гамэ дают лучшие результаты на гранитных склонах. Гренаш любит сухие каменистые холмы, а Шенен Блан развивается лучше всего на известняково-меловых землях.

Ориентация виноградника

Виноградник получает оптимальное солнечное освещение, когда он обращен к юго-востоку. Для северных виноградников такое расположение крайне важно. В более теплом климате ориентация к солнцу теряет свое значение, но возрастает роль предпочтений конкретного сорта винограда. А в жарких странах виноградники даже обращают к северу, чтобы защитить плоды от палящих солнечных лучей.



Работа человека

Брошеная на произвол судьбы или плохо подрезанная лоза дичает, разрастается, выпуская длинные ветви и побеги, и дает совсем мелкий виноград. Дикие лозы, растущие в лесах, похожи на огромные лианы, а их плоды – это атрофированные мелкие гроздья с несколькими ничтожными ягодками. Это свидетельствует о том, что труд человека очень важен: без него лоза была бы таким же диким растением, как и другие, и давала бы мелкие, кислые и практически несъедобные ягоды.

Подрезка. Главнейший фактор, влияющий на качество вина, – это урожайность виноградника. Чтобы укротить урожайность лозы, винодел подрезает ее побеги. В лучших винодельческих поместьях подрезку доверяют ответственным работникам, и сами хозяева нередко следят за ее ходом. Ведь от нее зависит качество будущего вина.

Зеленый сбор. Снизить урожайность можно также при помощи прореживания или так называемого «зеленого сбора». Винодел оставляет на кусте только лучшие гроздья, которые сконцентрируют в себе достоинства, необходимые для получения хорошего вина. «Зеленый сбор» может быть организован несколько раз до или после цветения винограда. Он часто проводится в виноградниках, дающих высокие вина. Разумеется, его необходимость диктуется годом урожая и возрастом лозы. Он увеличивает соотношение между площадью листьев и ягодами, что делает виноград концентрированным в сахаре, ароматах и танинах. «Зеленый сбор» перед началом созревания плодов помогает всем гроздьям одновременно достичь спелости, что важно при сборе урожая.

Обрезка листьев. В некоторых виноградниках в некоторые годы во время созревания плодов на лозе обрезают часть листьев (окружающих гроздья), чтобы ягоды лучше освещались солнцем, быстрее созревали, лучше продувались воздухом и меньше подвергались риску развития серой гнили. Однако это дорогостоящая операция, и к ней прибегают не везде, принимая во внимание ту очень важную роль, которую играют листья в растительном цикле лозы.

Борьба с заболеваниями. В течение всего растительного цикла виноградной лозе угрожают различные болезни. Задача винодела сводится к постоянной борьбе с этими врагами, цель которых, как кажется, состоит в том, чтобы уничтожить все результаты его труда.

Удобрение. Разведение винограда ведет к обеднению почвы, поэтому удобрение виноградника необходимо для восстановления равновесия и поддержания минерального баланса. После сбора урожая образцы почвы анализируют в лаборатории и определяют необходимые для нее удобрения.

потенциалом к выдержке. В Бордо его купажируют с Каберне-Совиньоном, которому он придает мягкость. Наряду с Францией Мерло разводят в Италии, Калифорнии, Чили.

Микроклимат
Хорошие вина получают в регионах с благоприятным климатом, великие вина – в виноградниках с особым микроклиматом. Так обстоит дело почти со всеми высокими винами мира. Ярким примером тому может служить бордоский виноградник Сотерн, для которого утренние туманы с реки Сирон имеют решающее значение: ведь от них зависит появление благородной гнили на плодах.

Милдью
Милдью, или ложная мучнистая роса (Plasmopara viticola) имеет американское происхождение; она была обнаружена впервые в Жиронде в 1778 году и распространилась практически по всем виноградникам мира. Долгое время милдью считали грибком, однако это, возможно, водоросль, развивающаяся внутри листьев и гроздьев винограда. Милдью выступает белесыми пятнами на зараженных участках и приводит к полному высыханию лозы.

Мильрандаж
При мильрандаже мелкие недоразвитые ягодки винограда, часто без косточек, появляются на грозди вместе с нормально сформированными ягодами. При этом они остаются мелкими, даже полностью созрев. Некоторые сорта винограда чувствительны к мильрандажу, что часто способствует повышению качества вина. Ибо, во-первых, сокращается урожайность, а во-вторых, увеличивается пропорциональное соотношение между кожицей и мякотью винограда, что дает сусло, богатое ароматическими веществами.

Мистель
Мистель – это напиток, полученный путем добавления спирта в виноградное сусло перед началом его брожения, чтобы помешать активизации этого процесса. Так, например, Пино де Шарант представляет собой мистель. Мистели отличаются выразительным вкусом виноградного сока и свежих фруктов, и их следует пить сильно охлажденными. Обычно их подают к десерту.

Молочное скисание
При молочном скисании в вине образуется молочная кислота. Она появляется под действием бактерий в тех винах, которые содержат остаточный сахар и не получили соответствующего ухода.

Молчание вина
Вино может «замолчать» – закрыться на несколько месяцев после перелива в бутылки и не вызывать у дегустатора никаких ощущений – ни вкусовых, ни обонятельных. Молчание вина называют «болезнью бутылки».

Монтепульчано (Montepulciano)
Древний красный сорт винограда, распространенный в Италии. Он способен на бархатистые и приятные вина, которые следует пить молодыми.

Мурведр (Mourvèdre)
Красный сорт винограда, из которого на юге Франции получают темные танинные вина с выразительной структурой и высоким потенциалом к выдержке.

Мускаты (Muscats)
Мускатные сорта очень широко распространены во всем мире, особенно в средиземноморских странах, где они дают как вино, так и столовый виноград. Из них получают характерные вина, ценимые за их приятные ароматы винограда и фруктов, которые наиболее ярко проявляются в крепленых винах.

Мутирование, см. *Крепление*

Мучнистая роса, см. *Оидиум*

Мюллер-Тургау (Müller-Thurgau)
Этот белый сорт винограда – результат скрещивания Рислинга и Сильванера. Выведенный в 1882 году Х. Мюллером, выходцем из города Тургау, он сегодня занимает первое место по количеству гектаров в виноградниках Германии. Его вина – приятные, но без притязаний на большее – обладают стабильным качеством, простыми ароматами и слегка напоминающим Мускат вкусом.

Н

Наименование, контролируемое по происхождению (Appellation d'Origine Contrôlée)
Контролируемые наименования имеют те вина, которые получают в соответствии с установленными законодательством ограничениями, что гарантирует их происхождение, типичность вкуса и характера. Первой страной, разработавшей такое законодательство, была Франция. Ее примеру последовали Италия (создав категорию вин Denominazione di Origine Controllata) и Испания (Denominación de Origen). Сегодня эти законодательства иногда подвергают критике: некоторые утверждают, что они тормозят развитие производства вин в условиях возрастающей мировой конкуренции, когда в новых винодельческих странах вино производят без ограничений в отношении сортов или, например, урожайности, полагая, что свободный рынок должен быть единственной гарантией защиты потребителя.

Неббьоло (Nebbiolo)
На удачно расположенных участках Пьемонта поздно созревающий сорт Неббьоло дает крепкие красные вина, которые могут стать исключительными, развивая ароматы розы и фиалки. Среди них – Barolo и Barbaresco.

Новая Зеландия
История новозеландского виноградарства, начавшаяся в 1819 году, – может быть, не очень древняя, но эта страна обладает прекрасными возможностями для прогресса, поэтому знатоки внимательно следят за эволюцией ее вин.
Новая Зеландия включает два острова: Северный, где расположены около 80% виноградников, поскольку здешние климатические условия благо-

ОСНОВНЫЕ ВИНОДЕЛЬЧЕСКИЕ РЕГИОНЫ НОВОЙ ЗЕЛАНДИИ

Северный остров
- **Мартинборо** (Пино Нуар и Шардоне)
- **Хок'с Бей** (Шардоне, Каберне, Мерло)
- **Гисборн** (Шардоне, Совиньон, Гевурцтраминер)
- **Окленд – остров Уейхеке** (Каберне, Мерло)

Южный остров
- **Мальборо** (Совиньон, Шардоне, Рислинг, Каберне-Совиньон и Пино Нуар)
- **Кентербери** (Рислинг, Совиньон, Пино Нуар)
- **Отаго** (Шардоне, Пино Нуар)
- **Нельсон** (Шардоне, Гевурцтраминер, Пино Нуар)

приятствуют получению красных вин, и Южный, где выращивают, в частности, Совиньон, который заложил основы первых успехов страны на международных рынках.
Так, используя климатическое разнообразие, большинство классических сортов винограда – Совиньон, Шардоне, Гевурцтраминер для белых вин и Пино Нуар, Мерло, Каберне-Фран, Каберне-Совиньон для красных – обретают в Новой Зеландии благоприятные условия для самовыражения.

О

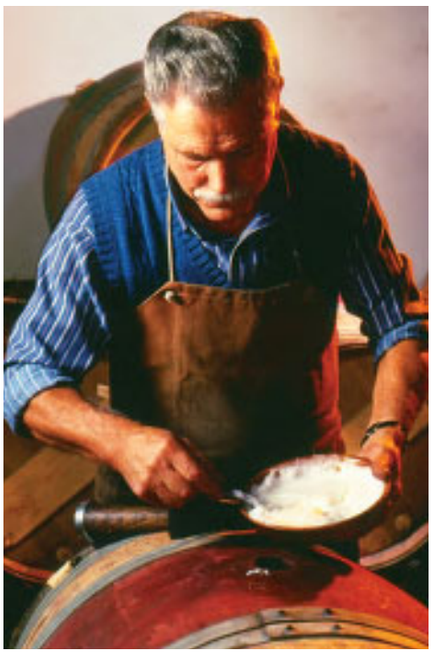
Обрезка листьев, *см. Лоза и факторы воздействия*

Односолодовый шотландский виски

Single malt – это инкарнация в жидкой и обжигающей форме первозданной красоты шотландского пейзажа. Разнообразие односолодовых виски говорит не столько об их числе, сколько об их единстве. Действительно, находясь под влиянием окружающей среды, single malts обладают ярко выраженным характером. И этот характер, эта сила образует связующие узы. Основные элементы, влияющие на характер шотландского односолодового виски, – это применение или неприменение торфа для сушки солода, расположение винокурни, форма перегонного куба, длительность выдержки и все в большей степени – используемые бочки. Но в действительности при производстве виски приходится учитывать так много деталей, что даже построив две винокурни по соседству, разместив в них совершенно одинаковые перегонные кубы, используя тот же торф, те же бочки, те же дрожжи и, скажем, наняв того же мастера перегонки (разумеется, повысив его жалование), легче получить два разных, а не два одинаковых виски.

Оидиум

Оидиум, или мучнистая роса (Uncinula necator) – это грибок-вампир, появившийся в Америке, но открытый в Париже в 1847 году. Он заметен по сероватому войлоку на листьях, ветвях и ягодах, из которых грибок высасывает все соки. Зараженные плоды постепенно высыхают, и необходимо очень быстро лечить виноградник, ибо его урожай может быть полностью уничтожен. Даже в том случае, когда мучнистая роса не успевает иссушить плоды, она их ранит, делая очень чувствительными к атакам серой гнили, которая, в свою очередь, «добьет» истерзанный виноград.
В тот год урожая, когда виноградник поражает мучнистая роса, все получаемое вино приобретает неприятный привкус. С ней борются при помощи серы, чтобы вернуть ее в ад, из которого она явилась на свет.



Оклейка старинным способом – с помощью яичного белка – помогает осветлить вино и очистить его от взвесей.

Оклейка, *см. Винификация*

Осадок

Осадок, находящийся в бочке в большом количестве после первого сцеживания вина, состоит из дрожжей, растительных частиц, битартрата калия и прочих веществ. Осадок может также образоваться после долгого хранения вина в бутылке. Он обычно состоит из выпавших в осадок окрашивающих и танинных элементов.

Осыпание завязей

Осыпание завязей происходит из-за плохого опыления цветков винограда. В большинстве случаев оно связано с неблагоприятными климатическими условиями. При влажной, холодной и дождливой погоде пыльца мокнет, и пестик промывается. Процесс опыления нарушается. В результате часть завязей опадает, а оставшиеся подвергаются мильрандажу, то есть развиваются, но остаются мелкими. Эти ягоды будут очень сладкими и станут генераторами качества, обладая крайне благоприятным соотношением кожицы и мякоти. Однако урожай в такой год будет скудным.

Отбор

Не следует путать отбор урожая с его сортировкой. При отборе виноград собирают в несколько приемов, выбирая каждый раз ягоды, затронутые благородной гнилью.

Отделение гребней, *см. Винификация*

Охлаждение

Охлаждение – это, наверное, одно из самых прогрессивных достижений современной энологии. Оно позволяет управлять скоростью брожения, которая играет определяющую роль в совершенствовании вина.

Очистка сусла

Удаление большого осадка и посторонних элементов из сусла белого вина до начала брожения. Эта операция очень важна, поскольку она позволяет очистить сусло от растительных остатков и частичек земли, которые могут придать зарождающемуся вину нежелательный привкус.

П

Парцелляция

Парцелляция – разбивка виноградника на несколько участков небольшого размера (парцелл), на каждом из которых за лозой ухаживают наиболее подходящим способом. Собранный с каждой парцеллы урожай винифицируют отдельно и таким образом получают множество разных вин. Среди них отбирают самые лучшие, чтобы составить самый удачный купаж. Этот очень дорогостоящий метод, ибо он требует увеличения количества чанов, бочек и людей, поэтому он используется только для самых престижных вин, в частности, – для бордоских вин класса Гран Крю.

Пассерияж (Passerillage)

Период, когда гроздья винограда, не пораженные благородной гнилью, оставляют сушиться на лозе.

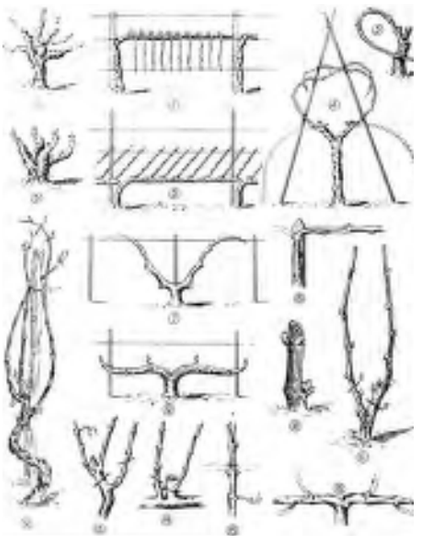
Пастеризация

Эта операция, названная по имени ее изобретателя Луи Пастера, иногда используется для повышения сохранности вина. Вино доводят примерно до 60°C и несколько минут нагревают при этой температуре, чтобы убить дрожжи и бактерии. При «пастеризации-вспышке» вино доводят до более высокой температуры, которую сохраняют в течение всего лишь нескольких секунд. Сегодня при изготовлении вина пастеризацию чаще всего не применяют, отдавая предпочтение более сильной фильтрации и большей антисептической обработке, которые, может быть, меньше искажают природу вина. Впрочем, полемика по поводу преимущества того или иного метода еще не закончена.

Пино Блан (Pinot Blanc)

Белый сорт винограда Пино Блан лежит в основе многих вин с севера Италии. Он также представлен в Эльзасе и в белых бургундских винах. Его широко используют в Германии и в Австрии. Вина из Пино Блана обладают мощью и выразительными ароматами.

Винодел укрощает урожайность лозы, подрезая ее побеги (вверху).



Различные виды подрезки (справа).

Пино Гри (Pinot Gris)

Этот серо-красный сорт винограда дает хорошие белые вина, обладающие различным характером: от очень легких и живых, усыпанных «бисером» углекислого газа, как, например, фриуланское Pinot Grigio, до более мощных и тяжелых вин, которые могут улучшаться после нескольких лет выдержки. Среди вин из Пино Гри встречаются даже сладкие, которые высоко ценятся в Германии.

Пино Менье (Pinot Meunier)

Красный сорт Пино Менье используется практически только в купажах шампанских вин. Его посадки дополняют в виноградниках раньше распускающий почки сорт Пино Нуар, чтобы ограничить последствия весенних заморозков, которые могут быть очень сильными в Шампани.

Пино Нуар (Pinot Noir)

«Черный Пино» – это элегантный бургундский сорт, который лежит в основе самых высоких красных вин: Romanée Conti, Clos Vougeot, Corton...
Мы находим его также в долине Луары, Шампани и Эльзасе. Он широко распространен в Германии. Его разводят в самых прохладных регионах Италии и даже в Испании. Пино Нуар встречается, разумеется, в Калифорнии и Орегоне, в Новой Зеландии, в Австралии и в Южной Африке. Пино Нуар подвластен капризам года урожая и очень чувствителен к серой гнили.

Погреб

Помещение для хранения и выдержки вина. Условия хранения вина всем известны: стабильная температура (около 12°C), контролируемая влажность, чистота, тишина и темнота. Только так вина смогут со временем улучшиться, а не угаснуть.

Подвязывание лозы (Palissage)

При подвязке виноградную лозу привязывают к металлической проволоке, натянутой рядами. Такой метод чаще всего используется в прохладных краях, чтобы плоды получили больше солнечного света и лучше обдувались воздухом, что снижает риск развития болезней. В жарких регионах подвязку используют реже. Здесь лоза, прикрываясь собственными листьями, защищается от жгучего солнца и таким образом предохраняет себя от высыхания.

Подрезка

Подрезка – это основной способ контроля над урожайностью. В северном полушарии ее проводят с декабря по март.
С помощью подрезки винодел регулирует не только продуктивность лозы, но также соотношение между листьями и гроздьями (важно для фотосинтеза и регуляции обмена веществ) и продолжительность жизни самой лозы.
Те виноградные кусты, которым предстоит дать много плодов, и те растения, на которых будет только несколько гроздьев, не подрезают одним и тем же способом. Кроме того, вид подрезки зависит от сорта винограда: от прочности его ветвей, скорости роста, а также от региона, силы ветра в данной местности и т.д.
Не следует забывать и о многих других причинах, обуславливающих подрезку. Она также предназначена для приближения или удаления ягод от земли (и в этом случае их защиты от утренних заморозков), для лечения виноградника, для облегчения механического сбора урожая и т.д.
Каждый тип подрезки позволяет лозе дать рождение более-менее определенному количеству гроздей. Винодел также придает лозе форму, удобную для ее дальнейшей обработки.
Подрезку гобле («под стакан») используют для виноградной лозы в Божоле. Это короткая подрезка: ствол, вертикально растущий из земли, разделяется на множество ветвей. При такой подрезке урожай собирают вручную.
При подрезке Гюйо срезают часть побегов лозы, оставляя только одну или две плети, которые поддерживают в горизонтальном положении, привязывая к натянутой проволоке.

Показатель спелости

Это ключевой показатель при определении идеального времени сбора урожая. Вначале его вычисляют раз в неделю, затем все чаще и в конце, ближе к судьбоносной дате, ежедневно.
Показатель спелости позволяет уточнить соотношение сладости и кислотности винограда.

$$\text{СПЕЛОСТЬ} = \frac{\text{Вес сахара в литре сусла}}{\text{Вес общих кислот в литре сусла}}$$

Почва

Почва является решающим фактором для качества вина. Можно сказать, что каждая почва наделяет вино своим характером.
Считается, что состав почвы влияет на вино следующим образом.
• Известковая почва → округлые вина.
• Кремнистая почва → утонченные и изысканные вина.
• Глинистая почва → солидные, танинные, ярко окрашенные вина.
• Сланцевая почва → мощные вина с хорошей структурой.
• Песчаная почва → легкие и тонкие вина.
• Плодородная почва → невыразительные вина.
Конечно же, этот упрощенный подход не учитывает особенностей сорта винограда и влияние других природных факторов.

Порто (Porto)

Крепленое вино из долины Дору, Португалия. Может быть нескольких видов: от легкого белого порто для аперитива (White Port) до престижного красного порто Vintage, которое требует декантации, подается на дижестив и в сочетании с шоколадом. Крепость порто составляет около 20% vol.

Прививка

С тех пор как филлоксера заполонила виноградники Европы, прививка лозы стала неотъемлемой процедурой при посадке винограда. Сегодня виноградный куст состоит из двух частей: подземной – подвоя американской разновидности винограда, устойчивого к этому насекомому, и надземной – привитого к американским корням черенка местной лозы, которая дает плоды. Существует множество американских подвоев. Они не относятся к виду Vitis Vinifera, а чаще всего получены скрещиванием других видов Vitis. Они носят

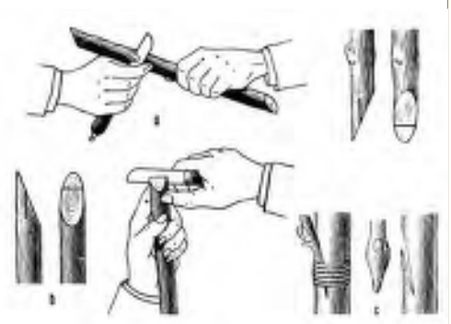
такие закодированные названия, как 34EM (гибрид Vitis Berlandieri и Vitis Riparia, созданный в Монпелье), 101-14, RSD1 и т.д. Выбор подвоя очень важен, ведь он тоже должен быть адаптирован к местным условиям. От него зависит урожайность, сопротивляемость заболеваниям, чувствительность к засухе, адаптация к почве и т.д.

Привкус пробки

Привнесенный корой пробкового дерева привкус пробки – наиболее распространенный дефект вина. И хотя доля таких вин на рынке постепенно снижается, они, тем не менее, встречаются еще весьма часто.

Вкус пробки всегда легко уловить, даже слишком легко: по статистике в 90% случаев клиент отказывается в ресторане от бутылки из-за привкуса пробки. Но здесь необходимо проявлять осторожность. Случается, что у танинных вин, выдержанных в дубовых бочках, легкий запах пробки обнаруживается сразу после откупоривания бутылки. Но следует подождать несколько минут, ибо, если это слабый запах, он может улетучиться после насыщения вина кислородом.

Прививка черенка лозы к подвою американского винограда позволяет растению противостоять филлоксере.



Привкус света

Этот недуг поражает, прежде всего, белые и шампанские вина, которые находились под солнечными лучами или долго пребывали под ярким искусственным светом.

Пробка

Натуральная пробка (из коры пробкового дерева) – это пока еще самый распространенный способ закупоривания бутылок с элитным вином. Однако по нескольким причинам – высокий спрос, длительный период возобновления коры, высокие цены, а также риск придания вину так называемого «привкуса пробки» – производители все чаще пытаются заменить натуральную пробку синтетической, гораздо менее элегантной, но, может быть, более эффективной и во всяком случае менее дорогой, что немаловажно, поскольку цены на пробки поднимаются ежегодно более чем на 15%.

Р

Разлив по бутылкам, см. *Винификация*

Рансио (Rancio)

Рансио – это особый привкус, который приобретают крепленые вина в ходе выдержки. Привкус рансио возникает во время окисления вина в бочках или бутылях, которое ускоряется под действием солнечных лучей. Этот привкус встречается также у нескольких порто, а также у старых коньяков и арманьяков, в которых рансио становится символом высшей элегантности.

Раствор тиражный

Тиражный раствор содержит именно то количество сахара, которое необходимо для второго брожения в бутылке при изготовлении шампанского. Благодаря тиражному раствору, вино набирает пену.

Раствор экспедиционный

В процессе второго брожения в бутылке игристое вино набирает пену и образует осадок, который извлекают, откупоривая бутылку на несколько мгновений. В этот момент также добавляют экспедиционный раствор, содержащий вино, различное количество сахара и коньяк. Экспедиционный раствор обуславливает существование разных видов шампанского: сухого, полусухого, сладкого.

Ремюаж (Remuage)

Каждый день бутылки с шампанским, размещенные на подставках-пюпитрах, поворачивают на четверть оборота и слегка наклоняют вниз. В этом заключается ремюаж, цель которого – перевести дрожжевой осадок на пробку, чтобы избавиться от него в дальнейшем.

Рислинг (Riesling)

Рислинг – это распространенный белый сорт Германии, где его считают самой благородной лозой и используют для получения вина всех типов. Он прекрасно адаптирован к прохладному климату. В своем лучшем выражении Рислинг обладает ароматами цитрусовых и оригинальными минеральными нотами, образуя удивительную смесь легкости, тонкости и прочности, которая без труда преодолевает время.

Роль (Rolle), см. *Верментино*

Ром

История смоделировала ром в большей степени, чем любой другой напиток. Если это только не ром смоделировал историю. В 1493 году Христофор Колумб, погрузивший несколько растений сахарного тростника в трюмы кораблей для своего второго путешествия, дважды изменил облик мира.

В общем можно сказать, что существуют два вида рома. Сельскохозяйственный ром в основном получают на французских Антильских островах прямо из перебродившего сока сахарного тростника. В этом случае стебли сахарного тростника прессуют, полученный сок после брожения дистиллируют в традиционных перегонных кубах (как коньяк или арманьяк), а затем выдерживают в бочках, где он обретает мягкость и сложность.

Сельскохозяйственный ром обычно противопоставляют так называемому промышленному рому, получаемому из побочных продуктов сахарной промышленности. В наши дни ром такого типа наиболее распространен.

Для изготовления промышленного рома в воде растворяют патоку, остающуюся после выработки сахара, а затем добавляют дрожжи для брожения.

Сбор урожая в замке Икем, Бордо.

Чем дольше длится брожение и чем ниже его температура, тем мощнее будут ароматы рома. Напротив, более легкий ром получится в том случае, когда брожение патоки проходит быстрее, примерно за пятнадцать часов, и при более высокой температуре. При изготовлении некоторых видов рома дистилляция происходит в традиционных перегонных кубах, как при производстве виски или коньяка. Она дает ром с богатыми ароматами, которому потребуется длительное старение.
При изготовлении других видов рома непрерывная дистилляция позволяет получить гораздо более легкий алкоголь. В действительности, что касается промышленного рома, то все его разнообразие, все торговые марки, встречающиеся на рынке, различаются единичным или комбинированным употреблением всех вышеупомянутых элементов как в процессе брожения, так и при дистилляции. При этом не следует забывать, что некоторые виды рома получают путем купажирования разных его видов, когда небольшое количество тяжелого ароматного рома придает характер рому тонкому и легкому.

Руссан (Roussanne)

Долина Роны служит главным пристанищем этого белого сорта винограда, чувствительного к погодным капризам. Здесь его смешивают с другими сортами, и он придает купажу выразительные ароматы меда и абрикоса, а также потенциал к выдержке.

C

Санджовезе (Sangiovese)

Красный итальянский сорт Санджовезе способен на прекрасные вина с типичными ароматами фиалки, окутанными в тонкие танины, и с хорошей кислотностью, предопределяющей их для гастрономии. Самые известные представители Санджовезе – это тосканские вина Chianti и Brunello di Montalcino.

Сбор урожая

Качество будущего вина напрямую зависит от зрелости винограда и его санитарного состояния. Поэтому винодел должен во что бы то ни стало собрать урожай тогда, когда ягоды обладают идеальной спелостью – оптимальным равновесием между сладостью и кислотностью.
Красный виноград лучше собирать при достижении полной спелости. Это позволит изготовить более окрашенные и полные вина. Белый виноград, как правило, предпочтительнее снять с лозы несколько раньше полного созревания. Из него получится более свежее, живое и элегантное сухое вино.
Сладкие вина делают из перезревшего винограда, с наиболее высокой концентрацией сахара.
Погодные условия во время сбора урожая. Часто говорят, что погодные условия во время сбора урожая наполовину делают вино. «Надо налить солнце в чан» – говорится в старинной пословице, и эти слова подразумевают, что собирать урожай лучше под ярким солнцем. Ибо, как известно, дождь при сборе урожая – это враг вина. В последний момент влага разбавляет нектар, который долго накапливался в ягодах. Использование специальных ящиков для стока воды, а также концентрация части сусла путем нагревания (см. *Корректировка сусла*) помогают ограничить ущерб, который причиняет дождливая погода во время сбора урожая.
Санитарное состояние плодов. Санитарное состояние лозы служит объектом пристального внимания. *Серая гниль* (Botrytis Cinerea) вторгается в календарь винодела. Она появляется при влажной погоде на листьях и ягодах винограда и непоправимо портит плоды. *Серая гниль* особенно легко развивается в гроздьях с плотно прилегающими друг к другу ягодами, которые хранят влагу. Сорт Пино (Нуар, Блан, Менье и Гри) – самый уязвимый. Его плоды настолько компактны, что одно время он мог даже исчезнуть из-за чувствительности к серой гнили.
Botrytis Cinerea вынуждает собирать урожай раньше намеченного срока, не дождавшись оптимальной спелости ягод, и при этом как можно скорее. Быстрые перемещения сборщиков урожая по виноградникам в ответ на мрачные атаки серой гнили напоминают военные маневры под руководством одаренного полководца.
Год с масштабным нашествием серой гнили едва ли даст хорошее вино.

Сера

В своих различных формах – сульфатах, сульфитах, сернистом ангидриде и т.д. – сера участвует в качестве антисептика во всей жизни лозы и вина.
Ее распыляют на виноград для борьбы с заболеваниями, в частности, с оидиумом. Ею окуривают бочки, дезинфицируя их перед выдержкой вина. Ее добавляют в вино, чтобы убить возможные бактерии или дрожжи и воспрепятствовать брожению в бутылке.
Однако сера никогда не должна ощущаться в вине, поэтому ее следует использовать в количествах, неуловимых человеком. Увы, так происходит не всегда, и колючий запах, как тот, который испускает только что зажженная спичка, выдает ее излишнее применение.

Серая гниль

Грибок с латинским названием Botrytis Cinerea поражает виноградники осенью. В зависимости от климата, сортов винограда и погодных условий, он может дать две разновидности гнили.
В одном случае – при утренних туманах в солнечные дни – это будет благородная гниль, которая, высушивая ягоды, обогащает их сахаром, ароматами и особенно глицерином. Из таких плодов в Бордо изготавливают знаменитое ликерное вино Сотерн.
В другом случае Botrytis Cinerea становится серой гнилью, которая нападает на лозу влажной, дождливой осенью. Скрываясь в гроздях лозы, она наиболее опасна для тех растений, которые уже ослаблены другими заболеваниями. Серая гниль страшна, ибо она обычно поражает виноград перед сбором урожая, мешая ему достичь полной спелости, и вынуждает спешно собирать плоды.

Это заболевание, в первую очередь, касается северных виноградников, например, расположенных в Бургундии и Шампани.

Сероводород

Все согласятся с тем, что сероводород – газ с запахом тухлого яйца – совершенно неприятен, особенно в вине. Сероводород образуется из-за неумелого использования серы при обработке вина и может исчезнуть после простой аэрации. Напротив, сложный эфир, называемый «меркаптаном» обладает тем же запахом, но отличается бóльшей устойчивостью. От него практически невозможно избавиться. Такая проблема возникает чаще всего с белыми винами, которым уже никакая аэрация не в силах помочь.

Семийон (Sémillon)

Главный козырь этого белого сорта винограда – чувствительность к благородной гнили, которая позволяет ему давать высокие сладкие бордоские вина (Sauternes и Barsac). Он также входит в состав сухих белых вин Бордо, придавая купажу маслянистость и повышая его потенциал к выдержке. Его выращивают не только во Франции, но и в других странах: Австралии, Южной Африке, Чили, США.

Сильванер (Sylvaner)

Несмотря на то что этому белому сорту часто ставят в вину отсутствие характера, на лучших участках он способен на легкие, уравновешенные и фруктовые вина. Его культивируют, главным образом, в Германии и Эльзасе.

Сира (Syrah)

На подходящей почве и при жестко контролируемой урожайности красный сорт Сира служит лучшей экспрессией своей земли. Это флагман австралийского виноделия. Здесь его называют Шираз (Shiraz). Во Франции он дает наиболее удачные результаты в северной части долины Роны: это роскошные вина Hermitage и Côte Rôtie.

Скисание

Скисание вина провоцируют уксусные бактерии, которые окисляют алкоголь, и он превращается в уксусную кислоту. Вино становится неприятным и кисло-сладким на вкус.

Смена цвета винограда, см.

Вегетативный цикл лозы

Совиньон (Sauvignon)

Этот высокий белый сорт винограда адаптируется к самым разным почвам, чем объясняются многообразие его вин, а также международный успех и популярность во всех винодельческих странах. Его винам присущи поразительная свежесть и душистые ароматы.

СОСТАВ И ВКУС ВИНА

Вино включает огромное количество составляющих. Остановимся на наиболее значительных компонентах и классифицируем их в зависимости от того вкуса, который они сообщают вину.

Нейтральный вкус

Первый компонент вина – это, разумеется, вода. В среднем она составляет вино на 80%. Чистая вода, по определению, не имеет ни запаха, ни вкуса. Большее или меньшее количество воды обуславливает, соответственно, водянистый или, наоборот, концентрированный вкус вина.

Сладкий вкус

Говоря о компонентах, обуславливающих вкус вина, часто объединяют сахар со спиртом, поскольку и тот, и другой сообщают вину сладость. В действительности любой энолог вам скажет, что сладкие составляющие, придающие винам мягкость и маслянистость, не всегда являются сахаристыми веществами.

Сахара. Сахара входят в вино в большем или меньшем количестве, в зависимости от его типа (от менее 2 граммов на литр в сухих винах до нескольких десятков граммов – в сладких винах).

Спирты. Спирты известны своей способностью придавать сладость содержащим их жидкостям. Два основных спирта, входящих в состав вина, – это этанол (этиловый спирт) и глицерин.

- **Этанол** – вторая по величине составляющая вина после воды. В добавок к его сложному вкусу и сладким нотам, запах этилового спирта служит опорой для ароматов и букета вина.
- **Глицерин** широко представлен в винах, полученных из винограда, пораженного благородной гнилью. Он обладает более сладким вкусом по сравнению с этанолом.
- **Другие спирты.** Существует еще несколько спиртов, входящих в вино в гораздо меньшем количестве и играющих гораздо более скромную роль.

Чтобы примерно рассчитать количество спирта в литре вина, его крепость умножают на 8. Так, литр вина крепостью 12% vol. будет содержать около 96 граммов чистого спирта.

Кислый вкус

Кислотность вина образуется следующими органическими кислотами.

Винная кислота. Это специфичная кислота, присущая винограду и вину. Она формирует кислотность вина на четверть или даже на треть. Иногда ее добавляют в сусло, чтобы пробудить у будущего вина кислотный характер.

Яблочная кислота. Резкая яблочная кислота наиболее распространена в растительном мире. Она представлена в большом количестве в еще зеленом винограде, и ее уровень сильно падает в процессе его созревания. Затем ее количество опять сокращается под действием дрожжей во время брожения. Наконец, под действием бактерий яблочная кислота может практически полностью превратиться в кислоту молочную. И вино теряет резкий кислый вкус.

Уксусная кислота. Она возникает во время брожения, а также в ходе яблочно-молочной ферментации и некоторых заболеваний вина, вызванных бактериями.

Лимонная кислота. Эта кислота присутствует в винограде, но исчезает при брожении. Иногда ее добавляют в вино искусственным путем, например, для предупреждения некоторых болезней.

Молочная кислота. Молочная кислота, отсутствующая в винограде, образуется в вине после брожения. Это происходит в процессе яблочно-молочной ферментации. В больных винах молочная кислота может образоваться в излишнем количестве.

Аскорбиновая кислота. В естественных условиях аскорбиновая кислота (то есть витамин С) представлена в вине в очень маленьком количестве. А значит ее значительное присутствие не может быть естественным. Эту кислоту порой используют для профилактики некоторых болезней, а также ее добавляют в ароматные белые и ранние красные вина, для того чтобы сохранить как можно дольше очарование их молодости.

Соленый вкус

Вино содержит незначительное количество элементов с соленым вкусом.

Горький и вяжущий вкус

Это фенольные составляющие, среди которых – танины. Помимо вкуса, они придают вину цвет и большую часть ароматов. Эти вещества обуславливают разницу во вкусе между белыми и красными винами. Они постепенно слабеют в красном вине и осаждаются в виде осадка, обеспечивая эволюцию напитка.

Сорт винограда

Сорт винограда, название которого часто указывается на этикетке вина, – это группа особей, отличающихся от остальных множеством признаков. Кроме внешних отличий – размер и форма листьев, ягод и гроздей – сорта винограда различаются многими другими чертами и дают вина с разными ароматическими и вкусовыми характеристиками. Существует более 500 сортов винограда, однако для получения хороших вин подходят лишь немногие из них. Бордоские вина получают из нескольких сортов винограда, бургундские чаще всего – из одного. Многие вина, особенно начальной ценовой гаммы, в качестве главной информации о вине носят название своего сорта на этикетке. Но они будут обладать его чертами только в том случае, если виноград был выращен в подходящих условиях и при урожайности, позволяющей сохранить его характер. Поэтому, если указание сорта на этикете и успокаивает потребителя, оно ни в коем случае не гарантирует качества вина.

Сортировка

Сортировка урожая – очень деликатная операция: перед работниками по транспортеру движутся собранные гроздья, у которых нужно удалить все неподходящие ягоды и прочие отбросы. В трудные годы урожая различие между винами кроется в тщательной сортировке.

Стабилизация вина

О стабилизации рассказывают очень мало при посещении винодельческих хозяйств, как будто рядом с искусством винификации и благородством виноградника стыдно говорить о различных способах обработки вина, цель которых – гарантировать его постоянное качество. Однако стабилизация имеет первостепенное значение. Она заключается в том, чтобы путем охлаждения или фильтрации обеспечить вину стабильность, которая необходима перед его разливом по бутылкам. При перевозках, иногда очень дальних, стабилизация вина помогает сохранить как можно лучше все его достоинства.

Старые лозы (Vieilles Vignes)

Год за годом корни лозы глубже врастают в землю, и только время способно умерить ее юношеский пыл. Необходимо ждать много лет, иногда 5 или 7, а порой и более 10, для того чтобы молодая лоза, остепенившись, начала давать хорошие ягоды, и более 20 лет, для того чтобы на лучших участках из нее, наконец, получилось высокое вино. Этого момента терпеливо ждут виноградари, ухаживающие за каждой своей лозой все эти долгие годы. Термин «старые лозы» обычно применяется к растениям старше 30 лет. Они составляют гордость винодела, и он использует их плоды для получения своих лучших вин.

Сусло

Суслом называется масса, образующаяся после дробления винограда и состоящая из жидких и твердых компонентов – сока, кожицы, косточек и гребней. Ниже перечислены вещества, входящие в его состав:

• вода от мякоти винограда – 70–80%;

• сахар – 150–300 г на литр, в зависимости от типа будущего вина и года урожая. При брожении он превращается в алкоголь;

• органические кислоты – 3–9 г на литр. Среди них различают винную, яблочную и лимонную кислоты;

• азотистые вещества – в небольшом количестве, они важны для жизнедеятельности дрожжей;

Послевоенная реклама тракторов «Винодел».

• другие компоненты также присутствуют в сусле, среди них – минеральные соли, а также пектиновые и красящие вещества.

Сцеживание с осадка, *см. Винификация*

Т

Танины

Танины – это комплекс органических веществ, близких к фенолам, которые содержатся в твердых частицах винограда – кожице, косточках и гребнях. Танины представлены в красных винах, поскольку их сусло бродит вместе с упомянутыми кожицей, косточками и иногда – с гребнями, если последние не были отделены после дробления винограда. При выдержке вина в новых бочках уровень танинов повышается. Оклейка вина, осуществляемая перед разливом по бутылкам, представляет собой первый элемент, понижающий танинность вина. Второй элемент – это время. Старея, красное вино сбрасывает с себя часть танинов, которые осаждаются на стенках бутылки.

Текила

Предком текилы является пульке, перебродивший сок магеи, разновидности агавы, который употребляли с древнейших времен. Настоящую текилу получают из агавы Tequilana Blue Weber, которую также называют синей агавой. Из этого растения извлекают сахаристый, студенистый и темный сок, который смешивают с водой, чтобы началось брожение, а затем дистиллируют. Выдержка продолжается не более пяти лет и проводится в дубовых бочках. В теплом мексиканском климате процессы растворения древесных веществ значительно ускоряются, так что текила быстро наполняется древесными танинами и не нуждается в слишком длительном старении.

Темпранильо (Tempranillo)

Красный сорт Темпранильо лежит в основе самых известных испанских вин, в частности из Риохи. На лучших участках при правильном уходе он развивает тонкие и сложные малиновые ароматы с нотами заспиртованной вишни.

Терруар (Terroir)

Географическо-социальный комплекс, придающий получаемому здесь вину особые, неподражаемые черты.

У

Углекислая мацерация, *см. Винификация*

Уньи Блан (Ugni Blanc)

Заслуга неприхотливого сорта Уньи Блан состоит в том, что в жарком климате он дает белые вина с повышенной кислотностью, что предрасполагает его для дистилляции. Он находит широкое применение в Коньяке. В Италии, где его называют Trebbiano Toscano, из него получают порой горьковатые и часто нейтральные сухие вина, предназначенные для скорого употребления. В частности, он входит в состав известного итальянского вина Orvieto.

Урожайность

Один из основных факторов, влияющих на качество вина, – это контроль над урожайностью виноградника. Урожайность измеряется в гектолитрах вина, полученных с гектара земли.

Идеальная урожайность варьируется в зависимости от сорта винограда и типа почвы. И это настолько справедливо, что во многих странах были изданы законы, устанавливающие максимально допустимую урожайность для каждого региона и для каждого наименования вина.

Повышенная урожайность негативно сказывается на вине. С одной стороны, она ухудшает качество вина; а с другой – многоплодная лоза быстро изнашивается, а ее жизнь сокращается. По этой причине она не сможет достичь того зрелого возраста, когда из нее получается наилучшее вино.

Уровень урожайности становится точным показателем только при учете плотности посадки лозы, то есть количества виноградных кустов на гектаре земли. Одинаковое количество гектолитров можно получить как с гектара крупных и многоплодных виноградных кустов, растущих далеко друг от друга (причем, собирая урожай с помощью техники, облегчающей труд винодела), так и с гектара плотно посаженных лоз, несущих на себе мало плодов, которые из-за недостатка свободного пространства приходится собирать вручную. Естественно, что при равной урожайности качество вин из этих двух виноградников будет разным. Также будут различаться затраченный труд и, наконец, цена этих вин.

Ф

Филлоксера

Филлоксеру, поразившую вначале виноградники Франции, а затем и всей Европы, завезли в Старый Свет вместе с грибком оидиумом на экзотических растениях, прибывших из Америки в 60-е годы XIX века.

В то время в некоторых общинах французских департаментов Гар и Буш-дю-Рон обратили внимание на то, что с виноградной лозой творится что-то неладное, доселе невиданное, ведущее к ее неотвратимой гибели. Вначале, словно под действием сильнейшей засухи, желтели листья, затем ветви становились тонкими, как побеги. Наконец, ствол, иссушенный и словно обожженный, порождал лишь ничтожные ростки и постепенно чахнул. Группы умирающих растений расширялись и соединялись друг с другом, распространяясь по всему винограднику. Корни лозы оказывались совершенно разрушенными.

В 1868 году в Провансе на землях замка Де Лагуа, неподалеку от городка Сен-Реми, Луи Планшон, ученый-ботаник из Монпелье нашел причину этой беды. На корнях больной лозы он обнаружил скопление микроскопических насекомых вида Phylloxera («поедатель листьев»), к чему ученый добавил определение Vastatrix, то есть «опустошающий». Насекомое подтвердило в дальнейшем эту оценку.

Все средства для борьбы с филлоксерой, которые только могли предстать в человеческом воображении, были пущены в ход, но потерпели сокрушительное поражение. Так, пытались чередовать ряды виноградной лозы с посадками табака, чеснока или клубники, которые, как предполагалось, должны были притягивать к себе филлоксеру, но они ее только отталкивали. Пытались обрызгивать лозу валерианой, чтобы усыпить насекомое. Для борьбы с ним использовали весь химический арсенал: известь, соль, сажу, золу и даже мышьяк и цианид. Лишь некоторые способы позволяли, если не отделаться от филлоксеры, то хотя бы несколько ограничить ее воздействие: погрузить в воду нижнюю часть лозы или посадить ее в песок. Однако нельзя же затопить все виноградники или превратить их в пляж.

Наряду с этим заметили, что филлоксера не причиняла никакого ущерба американскому винограду. Поэтому были предприняты попытки его выращивания, но получаемое вино не обладало приемлемым качеством.

Наконец, некий ученый из Бордо вместе с энологом из Юры обнаружили, что лоза может ужиться вместе со своим злейшим врагом после прививки к другому черенку: корни заимствовали у американского винограда, устойчивого к филлоксере, к которому прививали лозу желаемого сорта. Так удалось вновь обрести то вино, которое считали уже потерянным навсегда.

Фильтрация, см. *Винификация*

Фоль Бланш (Folle Blanche)

Никто не оспаривает тот факт, что Фоль Бланш – это, скорее всего, тот сорт винограда, который лучше всего подходит для дистилляции коньяка, давая тонкое спиртное с субтильным букетом. Однако высокая чувствительность сорта к заболеваниям, уже почти изгнавшая его из Арманьяка, приводит также к сильному сокращению его посадок в Коньяке.

Франция

Какими бы ни были прогресс виноделия в Новом Свете или конкуренция со стороны традиционных винодельческих стран, французские вина неизменно сохраняют свою ауру во всем мире. «Это из Франции: Тогда это должно быть хорошим!» Такие речи можно услышать в Китае, в России, в Бразилии. Но всегда ли гарантирует успех эта аура, эта репутация превосходного качества? Необязательно. На рынке самых обычных столовых вин или вин малых наименований Франция со всей очевидностью отстает от международного уровня. Ее AOC, которые составляли ее мощь, оказались в невыгодном положении, по сравнению с винами Нового Света. Многочисленные ограничения, касающиеся как виноделия (позволяющие, однако, гарантировать подлинность продукта), так и коммуникации (запрет указывать сорт винограда на многих этикетках), явились таким же мощным тормозом, как и цены в стране с самыми высокими налогами в мире. А мелкие виноделы, которые несут потери из-за медленной деградации внутреннего рынка и не имеют средств для выхода на международную арену, переживают в настоящее время единственный в своем роде кризис с его неслыханной жестокостью.

В такой ситуации в средней ценовой гамме лучше всего выпутываются из затруднительного положения марочные вина. Принадлежа большим компаниям, владеющим инструментами маркетинга и обладающим коммерческой мощью в основных странах-потребителях, они извлекают выгоду из динамики продаж в винном секторе и одновременно из ауры французских вин. В конечном счете, их успех или провал зависят в значительной мере

Виноградники Франции

от них самих. Что касается высоких вин, – бургундских, бордоских или знаменитых вин из других регионов: долины Роны, Луары, Эльзаса, то они продолжают пользоваться спросом. Разумеется, в схватке на самом высоком уровне они всегда могут опереться на надежные аргументы – свою историю, качество и, прежде всего, престиж. Но для того чтобы сохранить свое положение, их производители должны выдерживать сильнейшее давление, подобное тому, которому подвергаются шеф-повара трехзвездочных ресторанов. У них нет права на ошибку!

Наконец, находясь на вершине всемирной иерархии, великие французские вина Гран Крю, шампанское и коньяк никогда не чувствовали себя так хорошо. Их славное прошлое дало им первенство и превосходство, которые они тщательно культивируют, заботясь о том, чтобы не растратить, а умножить эти ценности.

Фурминт (Furmint)

Белый сорт Фурминт нашел все необходимые для себя условия на северо-востоке Венгрии, где земля из древней лавы и лесса, жаркое лето и нескончаемая осень позволяют получать из него знаменитое вино Токай.

Х

Херес

Херес – это белое крепленое вино из Андалусии – региона, расположенного в южной части Испании. Его выдерживают согласно методу Солера. Бочки с вином кладут друг на друга: с самым старым – внизу, а с самым молодым вином – наверху. Вино берут внизу, только из самых старых бочек, компенсируя взятое молодым хересом из бочки следующего ряда и так далее. Считается, что более старое вино «воспитывает» вино более молодое. Но в то же время (и в этом шарм этого напитка) старый херес, омоложенный содержимым верхних бочек, никогда не утратит свою свежесть. Так испанцы предложили свое решение мучительной проблемы бессмертия: совместить беззаботность молодости и мудрость зрелости в одном уникальном напитке. Существует несколько типов хереса.

Fino – это легкий, очень сухой херес светлого цвета. В него добавляют мало спирта во время выдержки в бочке, чтобы сохранить «цветок» – ковер плесени, развившийся на поверхности вина, сообщающий напитку свой особенный вкус. Его крепость составляет около 15% vol.

Manzanilla – это Fino, полученный у кромки океана, так объясняется его несколько соленый привкус. Manzanilla – любимый аперитив на юге Испании. Нужно уточнить, что он обладает специфическим характером и хорошо сочетается с тапас. Manzanilla пьют свежим, как и Fino, при температуре 7°C.

Oloroso – более мощный херес с крепостью около 18–20% vol. Его взращивают без «цветка», поскольку в него добавляют больше спирта. Его характер – пышный, а знаменитый вкус ореха предназначает его для сочетания с некоторыми голубыми сырами.

Amontillado – это херес как бы промежуточного типа. Начав свою жизнь как Fino, он заканчивает ее как Oloroso. Впрочем, это не столько аперитив, сколько столовое вино, подаваемое к блюдам из белого мяса и рыбы, а также к сырам, при температуре 12–15°C.

Херес имеет ограниченный срок жизни в бутылке. Его нужно выпить в течение года после разлива по бутылкам и в течение максимум трех недель после откупоривания бутылки. Логично, что Oloroso сохраняется лучше, чем Amontillado и Fino.

Ц

Цветок

Цветок – это болезнь вина, вызванная размножением грибка Mycoderma Vini, который образует на поверхности вина пленку или даже корку белесого цвета. Этот порок является искомым качеством для некоторых вин (например, для хереса), которым он придает особый вкус, высоко ценимый некоторыми любителями.

Ч

Чашка дегустационная (Tastevin)

Дегустационная чашка, часто сделанная из серебра, имеет форму маленького блюдца с выпуклостями и вогнутостями, которые заставляют вино сверкать. В действительности название «дегустационная чашка» – не очень подходящее, ибо таким способом (который применяют все реже) оценивают, главным образом, только цвет вина.

Черная гниль

Черная гниль (Guignardia bidwellii) – бич виноградной лозы, пришедший из Америки. Этот грибок поражает вначале листья, проявляясь в виде серо-желтых вздутий, круглых и покрытых черными пятнышками, которые превращаются в гнойники. Затем плоды морщатся и тоже покрываются черными гнойниками, что приводит к их полному высыханию.

Чили

Чили имеет древние традиции виноделия, восходящие к первым испанским миссионерам XVI века. А в XIX столетии сюда были импортированы классические французские сорта винограда, которые позже преобразовали эту страну в производителя элитных вин. Решающий импульс, выдвинувший Чили на передний план, обозначился в 1980-е годы. Осознавая, что эта страна, прижавшаяся к Андам, предоставляет исключительно благоприятные условия для выращивания виноградной лозы, многочисленные инвесторы, как местные, так и иностранные, решили использовать весь потенциал здешних виноградников. Так миру стали известны чилийские вина на основе сортов Каберне-Совиньон, Мерло, Карменер, Шардоне, Совиньон, которые впоследствии оказали влияние не только на маркетинг (указание на этикетке сортов винограда), но и на вкус многочисленных вин Старого Света.

Сегодня, используя исключительные природные условия (идеальная освещенность и необходимое климатическое разнообразие, что связано с чередой долин, не говоря об отсутствии филлоксеры, так как Чили – последняя страна с непривитыми лозами), чилийские вина начали новое движение к вершине гаммы. Известные производители вин Старого Света успешно включились в изготовление высоких вин в Чили, которые в результате продаются по тем же тарифам, что и их европейские аналоги.

В отношении Чили, как и других стран Нового Света, будущее уточнит, даст ли стабильные плоды этот почти всеобщий переход к винам высокого класса. Или, может быть, это восстановит положение исторических европейских вин из-за длительности и повышенной стоимости перевозок вин Нового Света.

Ш

Шампанское (Champagne)

Вокруг Реймской горы в Шампани получают шампанское – самое неземное из всех существующих вин. Только вино, полученное в этом регионе из сортов Пино Нуар, Пино Менье и Шардоне согласно особому методу с вторичным брожением в бутылках, имеет законное и естественное право называться шампанским. К сожалению, то игристое вино, которое производилось миллионами бутылок в Советском Союзе, дабы создать иллюзию того, что народ может пить почти за бесплатно напиток, символизирующий богатство, до сих пор по привычке называют «шампанским». К счастью, определение «Советское», обычно добавленное к этому престижному названию, помогает неосведомленному потребителю (хотя, впрочем, он и не ощутил бы разницы во вкусе) установить происхождение игристого напитка.

Шаптализация, см. *Корректировка сусла*

Шардоне (Chardonnay)

С его ароматами свежего сливочного масла, цитрусовых и персика Шардоне является одним из самых благородных белых сортов винограда. Он пользуется огромным успехом у виноделов всего мира. В Бургундии из него делают такие великие вина, как Montrachet и Chablis. Он также используется для получения шампанского. Он дает прекрасные результаты на севере Италии, в Австралии и в Калифорнии.

Шасла (Chasselas)

Из сорта Шасла, который выращивают в Швейцарии, Германии и в прохладных виноградниках Франции, получается белое вино без претензий, но всегда легкое, часто содержащее немного углекислого газа, которое следует пить молодым. Это одно из самых рекомендуемых вин к фондю из сыра.

Шато, см. *Замок*

Шенен Блан (Chenin Blanc)

Это выдающийся белый сорт, способный на высокие белые вина, как сухие, так и более или менее сладкие с большим потенциалом к выдержке. Его разводят во Франции (в частности, в долине Луары), в Южной Африке, Австралии.

Шираз (Shiraz), см. *Сира*

Э

Энолог

Сегодня в искусстве винификации на помощь виноделу приходит энолог. Уже давно прошли те времена, когда вино изготавливалось само по себе по воле неведомых потусторонних сил. В наши дни на каждом этапе лоза, виноград, сусло, дрожжи подвергаются строгому контролю. В зависимости от результатов химического анализа, погодных условий, характера урожая и т.д., энолог выбирает тот или иной тип винификации. После этого он постоянно «прислушивается» к вину, чтобы как можно раньше заметить угрозу надвигающейся болезни. На энологе лежит огромная ответственность, и от него зависит успех или провал вина.

Эска

Это грибковое заболевание называют «апоплексией», ибо оно способно отравить виноградную лозу в рекордно короткий срок, превратив ее в кусок мертвого дерева. Эска свирепствует во время сильной жары. Единственным средством борьбы может стать натриевая соль мышьяковой кислоты, хотя ее воздействие на грибок до сих пор не изучено. Кстати, это средство одинаково опасно как для грибка, так и для виноградаря. По этой причине его использование могут запретить в ближайшем будущем, несмотря на то что замена ему еще не найдена.

Ю

Южноафриканская республика

В большей степени, чем другие вина Нового Света, южноафриканские вина по самой своей сути являются международными винами, характер которых выковывался, начиная с XVII века, поколениями голландских, французских и британских колонистов. Французы привезли с собой сорта винограда, британцы – вкус к мощным и игристым винам, а голландцы – свой талант в области коммерции. Если объединить все эти факторы, используя при этом благоприятный климат, позволяющий получать вина всех типов, и мягкую регламентацию в отношении вина, то неудивительно, что сегодня южноафриканские вина соблазняют столь многих любителей на всех континентах.

Я

Яблочная кислота, см. *Состав и вкус вина*

ЭТИКЕТКА ВИНА

Этикета содержит информацию о вине в соответствии с требованиями законодательства, которое действует в том регионе и/или стране, где произведено данное вино. Ниже приведен пример этикетки бордоского вина.

1. Надпись Grand Vin (высокое вино) ничего не означает, любой производитель может ее использовать по своему усмотрению.
2. Винодельческое хозяйство (Château Lynch-Bages – Замок Ланш-Баж). Приравнивается к марке
3. Пометка о включении замка в Классификацию 1855 года, которая охватывает только самые лучшие хозяйства – Grands Crus
4. Надпись Mis en bouteilles au Château означает: «разлито по бутылкам в замке»
5. Год урожая
6. Pauillac (Пойак) – это AOC (контролируемое наименование), под которым изготавливают данное вино. Оно располагается в Медоке
7. Крепость вина
8. Владелец хозяйства
9. Объем бутылки

Адреса

Автор благодарит руководство отелей, ресторанов и баров, гостеприимно распахнувших перед нами свои двери. Эти заведения отличаются безупречным качеством обслуживания, прекрасной кухней и высоким уровнем всего того, что они готовы предоставить. Именно это позволяет рекомендовать их любому гостю.

Отели

Intercontinental

В масштабах 60 стран отели сети Intercontinental сочетают роскошь и уют с удачным расположением в самых фешенебельных городских кварталах.
В Каннах – это Croisette с легендарным отелем Carlton, в Париже – площадь Vendôme, в Гонконге – Golden Mile. Особого внимания заслуживает Park Lane Intercontinental в самом сердце Лондона. Недавно в его обновление было вложено 76 миллионов фунтов стерлингов, что раздвигает горизонты роскоши и утонченности. Рестораны отелей находятся на вершине мирового гастрономического Олимпа – как, например, Theo Randall, Spoon или Nobu.
www.intercontinental.com
www.hongkong-ic.intercontinental.com

Отель Intercontinental, Гонконг.

Principe di Savoia (Милан)

По праву носящий звание «отеля-дворца», Principe di Savoia прячет за своими стенами декор, перед которым меркнут любые слова. Это один из самых красивых отелей Европы, а для путешественников со средствами – обязательный пункт программы при посещении Милана. При гостинице работает ресторан Acanto, где благодаря сумасшедшим стараниям шеф-повара Фабрицио Кадеи царит вкус настоящей итальянской кухни. С сокровищами итальянских виноградников здесь знакомит гостей молодой, но подающий надежды сомелье Микеле Гарбуйо. Летняя веранда ресторана выходит на роскошный сад, и ужин превращается в романтическое приключение.
www.hotelprincipedisavoia.com

Grand Hyatt (Шанхай)

В шедевре современной архитектуры – шанхайской башне Jin Mao, взметнувшейся в небо на высоту 421 метра, – верхние 30 этажей заняты самым «высотным» (на настоящий момент)

Шанхайская башня Jin Mao, на верхних этажах которой расположен отель Grand Hyatt.

отелем мира: это ошеломляющий Grand Hyatt. Хотя бы ради его лобби стоит отправиться в Китай – даже самые бывалые путешественники теряли здесь дар речи.
www.shanghai.grand.hyatt.com

Отель Principe di Savoia, Милан.

Château de l'Yeuse (Коньяк)

Во время пребывания в Коньяке путешественник совершит одну из самых приятных передышек в отеле Château de l'Yeuse. Помимо изысканного комфорта и спокойствия сельской местности, гостиница славится рестораном, упомянутом в гиде Мишлен. Богатая и хорошо структурированная винная карта поможет (при подсказке сомелье Марии Небу) подобрать пару к любому блюду изобретательного повара. На дижестив здесь предлагают коллекцию из 180 коньяков. Их можно продегустировать в уютной коньятеке в сочетании с одной из 22 сигарных витол, которым обеспечены оптимальные условия хранения.
www.yeuse.fr

Рестораны, бары, клубы

La Tour d'Argent (Париж)

La Tour d'Argent – это гастрономический памятник в самом центре Парижа, из окон которого открывается волнующий вид на словно восставший из прошлого Собор Парижской Богоматери. La Tour d'Argent радушно принимает гостей, которые часто приходят сюда, чтобы отпраздновать какое-нибудь памятное событие. Среди гостей ресторана немало завсегдатаев. И для всех них главным блюдом является всемирно известная утка с кровью. Не заказать ее – все равно, что, приехав в Париж, пренебречь Елисейскими полями или Эйфелевой башней. Это просто немыслимо! В La Tour d'Argent вы сможете посетить винные погреба, чтобы убедиться в том, какую высокую миссию выполняет здешний сомелье – одна из главных фигур ресторана. Он ревниво хранит 500000 бутылок – «жидкая память» о лучших виноградниках Франции.
www.latourdargent.com

Buddha Bar (Париж)

Buddha Bar – одно из тех мест, которые чаще всего рекомендуют гостям консьержи престижных отелей. Они знают, что – это гарант смены обстановки и получения удовольствия. Одним словом, они заботятся о том, чтобы их постояльцы были счастливы во время пребывания в Париже – при условии, что в Buddha Bar найдется свободный столик! У ног восьмиметровой статуи Будды официанты выставляют, словно приношение, изысканные блюда с акцентами азиатской кухни, которым вторит неуловимая музыка, сублимируемая лучшими диджеями французской столицы.
www.buddha-bar.com

Spoon Food and Wine

В ресторанах Spoon Алена Дюкасса, которые можно обнаружить от Сен-Тропе до острова Маврикий, от Гонконга до Парижа, безупречное обслуживание сочетается с непри-

нужденной атмосферой. Здесь можно слегка ослабить узел галстука под претекстом расслабления, но на самом деле – для того чтобы больше съесть. При большой свободе выбора блюд и гарниров клиента ожидают благоприятные условия для знакомства с высокой кухней, вбирающей в себя гастрономические диалекты многих стран.
www.spoon.tm.fr

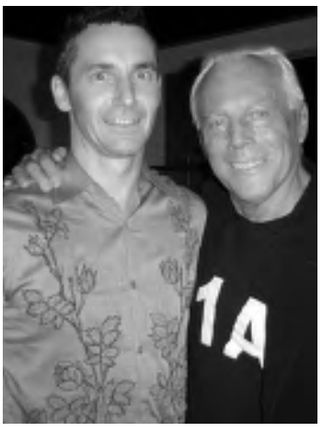
Theo Randall в отеле Intercontinental Park Lane (Лондон)

Человек Севера и повар Юга, Theo Рендал жаден до солнца, но не отличается скупостью. Он воспроизводит его тепло в своих блюдах, обладающих яркими средиземноморскими оттенками, которые согревают серые тона Лондона.
www.theorandall.com

Шеф-повар Тео Рендал, ресторан Theo Randall, Лондон.

Taillevent (Париж)

Для всего мира Taillevent – это учреждение высокой французской гастрономии, неподвластное ни времени, ни моде. И ни инвесторам, поскольку оно остается семейным предприятием. Его владелец, Жан-Клод Врина, работающий бок о бок с шеф-поваром Аленом Соливаресом, могут себе позволить придерживаться человеческого подхода к кухне высокого полета. Здесь к продуктам и ингредиентам относятся поистине с маниакальной придирчивостью. Винный погреб – еще одно свидетельство превосходства ресторана. Жан-Клод Врина, связанный тесными узами со многими



Управляющий ресторана T8 Вальтер Цанер с другом и гостем Джорджио Армани.

известными виноделами Бургундии, собрал уникальную коллекцию бургундских вин. Но здесь не забывают и о винах других стран и регионов, чтобы удовлетворить любые запросы – от самых скромных до наиболее взыскательных.
www.taillevent.com

Louis XV (Монако)

Жемчужина «ресторанной коллекции» Алена Дюкасса, ресторан Louis XV – это Версаль под сенью пальмовой рощи. Щедрая, свежая и ароматная кухня шеф-повара Франка Черути возводит Louis XV в ранг лучших ресторанов мира.
www.alain-ducasse.com

T8 (Шанхай)

Ресторан Вальтера Цанера в шанхайском квартале Xintiandi рекомендуется всем тем, кого интересует высокая кухня. И ее можно здесь продегустировать по ценам более разумным, чем в Европе. В гастрономических сочетаниях предлагаемых блюд и вин проявляется точность, напоминающая ход швейцарского хронометра, – недаром Вальтер Цанер родом из Швейцарии.
www.t8-shanghai.com

Prunier Caviar House (Париж • Лондон)

Благодаря 140-летнему опыту работы с черной икрой и дарами моря, а также историческим связям с Россией, дом Prunier стал тем заведением, которое не может миновать ни один российский гурман. В Париже на авеню Victor Hugo авторитет шеф-повара Эрика Куазеля зиждется на безупречном качестве продуктов. Подлинный вкус деликатесов идеально сочетается с роскошным романтическим интерьером в стиле ар-деко. На площади Madeleine – современный интерьер с искусным использованием освещения и «икратека». В баре на втором этаже вам предложат свежайшие дары моря, знаменитый балык лосося и устрицы Tsarskaya. И вы сможете пережить момент высшей утонченности, продегустировав гордость дома Prunier – черную икру из рыбной фермы, расположенной в Бордо.
www.caviarhouse-prunier.com

Senderens (Париж)

На площади Madeleine Ален Сандеранс тщетно пытался избавиться от звезд Мишлена – они вернулись подобно бумерангу. После блеска мифического трехзвездочного ресторана Lucas Carton, который Сандеранс сломал, чтобы выстроить на его месте менее официозное и более современное заведение, успех не заставил себя ждать. Новый ресторан Senderens полон каждый день и уже получил две звезды Мишлена. Главные «виновники» успеха – гениальная кухня Сандеранса и его магистральный подбор сочетаний блюд и вин.
www.lucascarton.com

Vertigo (Бангкок)

Расположенный на последнем, 61-м этаже бангкокского небоскреба и отеля Banyan Tree, головокружительный ресторан-бар Vertigo предлагает бесконечный небесный простор всем тем, кто приходит сюда полакомиться рыбой-гриль, морепродуктами и отличными коктейлями. В этом элегантном ресторане царит атмосфера гламура и тропиков, которую можно встретить только в Азии.
www.banyantree.com

Barlotti (Париж)

Культовый фильм Ридли Скотта «Бегущий по лезвию бритвы» (Blade Runner) с Харрисоном Фордом в главной роли вдохновил архитекторов на создание Barlotti, поразительного ресторана в стиле необарокко. Здесь царят иррациональные объемы, а умело стилизованный интерьер погружает вас в столь изысканную атмосферу, что от нее трудно оторваться. В этом храме, посвященном божествам итальянской кухни, совершается гастрономическое священнодействие под звуки легкой средиземноморской музыки, сладкой, как дикий мед, подчеркивающий утонченный вкус предлагаемых сыров. А уединенные альковы и глубокие диванчики, освещаемые приглушенным светом люстр из муранского стекла, призывают к настойчивому романтизму.
www.barlotti.fr

Aqua (Гонконг)

Оригинальный концепт Aqua неизменно восхищает туристов, деловых людей и жителей Гонконга. После коктейля в баре вас ждет ужин в волшебном зале ресторана, где сквозь застекленный фасад и благодаря игре зеркал каждый гость может насладиться невероятной панорамой залива. Новый шеф-повар Мартин Бенн предлагает эксклюзивное дегустационное меню из восьми блюд, позволяющее в течение одной трапезы узнать все тонкости и особенности его кухни. Четко выверенные сочетания блюд с шампанским и другими винами придают законченный вид увлекательному гастрономическому путешествию.
www.aqua.com.hk

Bofinger (Париж)

Медь, дерево, кожа и стекло – все говорит о славном прошлом этой брассери, самой исторической в своем роде в Париже. Скорее всего, это лучший адрес квартала для ужина перед спектаклем в Opéra Bastille. Простые и вкусные блюда подтверждают, что гастрономия в стиле

Брассери Bofinger, Париж.

брассери отражает истинную душу французской столицы. Дары моря сменяются блюдами терруара, а эльзасские вина успешно заменили пиво, полностью отвечая респектабельному и элегантному духу заведения.
www.bofingerparis.com
www.flobrasseries.com

Karé(ment) (Монако)

Футуристическое здание павильона Grimaldi в Монако словно парит над морем. В этом мире стекла и стали, нависшем над лазурью, расположен Karé(ment), являющийся одновременно рестораном, Tapa'space, лаунж-баром и дискотекой. Здесь шик рифмуется с непринужденностью, здесь проводятся модные дефиле, деловые ужины и безудержные вечеринки, сделавшие это место самым популярным в Монте-Карло.
www.karement.com

Amber (Эдинбург)

В самом сердце исторического Эдинбурга при центре, посвященном виски, расположился ресторан Amber, возглавляемый шеф-поваром Дэвидом Нивсом. Он превратил ресторан в исследовательскую лабораторию, где изучают новаторские варианты сочетаний виски с блюдами. Но для многочисленных гостей посещение ресторана – это незабываемый гастрономический опыт, приобретенный за одним из «лучших столов» Шотландии.
www.amber-restaurant.co.uk

Barrio Latino (Париж)

Barrio Latino предстает взору посетителей как послание кубинской культуры, как «гасиенда», квинтэссенция латиноамериканского духа, где музыка сплетается с праздником чувств. Феноменальная лестница, построенная по проекту Гюстава Эйфеля, позволяет совершить путешествие по различным барам и залам, общая площадь которых составляет 3000 кв.м, где все посвящается сигарам, тапас и коктейлям.
www.barrio-latino.fr

Бар клуба Karé(ment), Монако.

Франсуа Брикло, хозяин винного бара Rouge Gorge, Париж.

Dolce & Gabbana Martini Bar (Милан)

Дизайнеры обнажили свою душу в этом комфортабельном и барочном баре, расположенном в самом сердце их бутика. Его посещают как afficionados – фанатичные поклонники марки Dolce & Gabbana, так и заезжие манекенщицы. Как знать, может быть, кому-то повезет встретить здесь Наоми Кемпбелл… Но гораздо больше шансов увидеть одного из дизайнеров, которые тоже любят здесь отдохнуть. Бар знаменит своими эксклюзивными, гламурными коктейлями – бармены под стать дизайнерам отличаются большой креативностью.
15 Corso Venezia, Milano

Bar de l'Hôtel Sube (Сен-Тропе)

Пожалуй, бар из отеля Sube – это лучшее место, где можно ощутить подлинную атмосферу Сен-Тропе. Находящийся на втором этаже отеля бар предлагает насладиться панорамой порта и служит местом встреч для папарацци. Деревянная обшивка стен наводит на мысль о старинной шхуне и зовет в путешествие с бокалом хорошего виски или с сигарой. Если по воле случая вам достанется столик на крошечном балконе перед заходом солнца, останьтесь как можно дольше: это лучшее место для аперитива в Сен-Тропе.
www.hotel-sube.com

Bar Basso (Милан)

Для знатоков коктейлей и для всех, кто интересуется историей американских смешанных напитков, Bar Basso – такое же легендарное место, как парижский или венецианский Harry's Bar. Это любимое заведение буржуазной и богемной публики, которая знает, что здесь никогда ничего не меняется, и это также приятно, как отдохнуть в своем любимом кресле. Щедрые коктейли приготовлены с четким соблюдением рецептуры и стремлением к совершенству, что так характерно для итальянской школы.
www.barbasso.com

Le Coq d'Or (Коньяк)

Это был бы обычный ресторан, не будь он расположен в лучшем квартале города Коньяк – на площади François Premier. Но, прежде всего, Le Coq d'Or интересен своей аутентичной атмосферой. Здесь пьют самые великие коньяки, принимая их такими, какие они есть на самом деле, – продукты терруара.

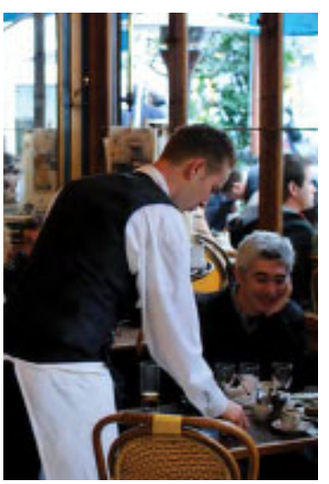
Chai 33 (Париж)

Ресторан Chai 33 расположен в самом сердце квартала Bercy – там, где некогда был крупнейший в мире винный рынок. Бочки с вином доставляли баржами по Сене, здесь их разгружали, складировали и переливали в бутылки. Так продолжалось до 1960-х годов, пока в Бордо не стали разливать вино по бутылкам «в замках». Такое историческое месторасположение не мешает ресторану Chai 33 придерживаться новаторского подхода к вину.
www.chai33.com

Бистро и винные бары

Сеть винных баров l'Ecluse (Париж)

Изящно размещенные в нескольких уютных кварталах Парижа, винные бары l'Ecluse предлагают кухню, которая доставляет чувство радости и насыщения.
Отличительная особенность этих баров – в них вина Бордо священны. А широкий выбор вин, подаваемых в бокалах, доказывает, что даже в Бордо, самой известной винодельческой области Франции, имеется немало скрытых сокровищ. Развернутое меню на русском языке свидетельствует о внимании и уважении, которое директор сети Доминик Дизер оказывает всем своим клиентам. Оно поможет вам во всей полноте и деталях изучить богатство французской кухни. Это еще один способ путешествия по Франции.
www.leclusebaravin.com/ru



Бистро La Palette, Париж.

Bistrot du Sommelier (Париж)

Этим рестораном правит Филипп Фор-Брак – монументальная фигура во французских винных кругах и лучший сомелье мира. Здесь он настойчиво пропагандирует хорошие вина, добиваясь для них мирового признания. А главное – это симпатичный ресторан, несколько более элегантный и классический, чем обычное парижское бистро, но менее официозный, чем гастрономический ресторан. В Le Bistrot du Sommelier авторские блюда шеф-повара мастерски сочетаются с винами, которые выбирает к каждому блюду виртуозный сомелье. Фор-Брак умеет принимать гостей – его работу можно считать образцом жанра, что немало способствует успеху ресторана.
www.bistrotdusommelier.com

La Cantoche (Париж)
Расположившись в одном из самых модных кварталов Парижа (в двух шагах от улицы Montorgueil), смахнув пыль со староватого образа парижских бистро, La Cantoche наполняет удовольствием тех привилегированных счастливчиков, которым удалось открыть для себя это место.
97, rue Montmartre, 75002 Paris

Le Rouge Gorge (Париж)
Небольшой и романтичный винный бар, укрывшийся за каменными фасадами исторического квартала Парижа. С любовью и большим тактом им управляет Франсуа Брикло, – известная фигура в винном мире – любящий сочетать энологию с искусством.
8, rue Saint-Paul, 75004 Paris

La Palette (Париж)
Аутентичное место, где чувствуется истинная душа Парижа.
43, rue de Seine, 75006 Paris

Staunton's (Гонконг)
Символ своеобразного очарования Soho – модного района Гонконга и место сбора всех проживающих в городе экспатов. Уникальный для Гонконга выбор вин, подаваемых бокалами, и вдобавок к этому «счастливый час» сыграли не последнюю роль в успехе этого винного бара.
www.stauntonsgroup.com

Бутики

Cavestève (Париж)
Антуан Борже – счастливый владелец винного бутика Cavestève. Он превратил его в модное, современное и гостеприимное место, где представлен тщательно подобранный ассортимент вин.
www.cavesteve.com

Gérard Père et fils (Женева)
Основанный в 1963 году французом армянского происхождения Жераром, дом Gérard Père et fils (разумеется, наряду с Zino Davidoff) немало поспособствовал тому, чтобы Женева стала мировой столицей сигар. Его сын Ваэ Жерар, приняв эстафету из рук отца, сумел сохранить огромное наследство и стать одной из авторитетнейших фигур в мире сигар. В его

Гастрономический бутик Da Rosa, Париж.

бутике, расположенном в роскошном женевском отеле Kempinski, ассортимент лучших витол мира дополняют эксклюзивные сигары марки Gérard Père et fils. Эксперт мирового класса, автор популярных книг о сигарах, Ваэ Жерар дает необычайно точные советы. В его бутике встречаются любители сигар со всего мира, сюда приходят знаменитости. Ваэ Жерар не любит слово «курильщик» и предпочитает термин «дегустатор», что сразу сближает вас с миром вин, к которому он тоже неравнодушен. Ведь между сигарами и винами есть что-то общее. Точно так же, как нельзя начинать дегустацию с танинного вина, нельзя давать дебютанту слишком крепкую сигару. Не говоря уже о том, что сигара улучшается с возрастом подобно хорошему вину. Ароматы сформируют букет, который станет богаче и сложнее при условии тщательной заботы о сигаре. Именно поэтому Ваэ Жерар создал первый в мире банк сигар, в котором он занимается «взращиванием» лучших образцов из коллекций своих клиентов. Отныне швейцарские банки хранят уникальные в своем роде сокровища!
www.gerard-pere-et-fils.com
www.worldofgerard.com

Сигарный бутик Gérard Père et fils, Женева.

Maison de la Truffe (Париж)
В элегантном квартале Парижа на площади Madeleine вам предложат продукты высокой гастрономии. Здесь царствует трюфель, источающий неподражаемые ароматы, которыми он снабжает фирменные омлеты и домашнюю пасту. Эти и другие деликатесы можно попробовать на месте или взять с собой. Если же вы хотите превратить обычный обед в незабываемое событие, к вашим услугам прекрасный выбор редких и эксклюзивных вин.
www.maison-de-la-truffe.fr

Da Rosa (Париж)
Любителям Pata Negra и других испанских деликатесов хорошо знаком этот адрес. Гастрономический бутик Da Rosa предлагает аутентичные продукты не только из Испании, но и из других стран. Фуа-гра, лосось, черная икра – все это вы можете взять с собой или продегустировать на месте, любуясь полками с вином и свиными окороками.
62 rue de Seine, 75006 Paris.

Антуан Борже – хозяин винного бутика Cavestève.

«Гарсон, запомните: таким воякам, как мы, надо подавать большие бокальчики, а не наперстки!» – подпись под рисунком, изображающим французского кирасира и русского улана на фаянсовой тарелке серии «France et Russie». Мануфактура Люнвиля, Франция. Примерно 1900 год.

БИБЛИОГРАФИЯ

3 Etoiles, Magazine l'Art de la Haute Gastronomie, Paris 2007

Albert B. *Le Cuisinier parisien*, Paris, A Ledentu, 1845, 318 p.

Alonzo R. *Owning and Managing a Bar or Tavern,* New-York, Upstart publishing, 1995, 240 p.

Ambrosi. *Guide des Cépages,* Paris, Eugène Ulmer, 1997, 320 p.

Angé D. *Gestion et comptabilité en restauration,* BPI 1986, 224 p.

Augez-Sartral J.F. *Restauration deuxième année, Restaurant, Cru des vins, Hébergement* BPI, 1999, 224 p.

Augez-Sartral J.F. *Restauration première année, Restaurant, Œnologie, Hébergement,* BPI, 1997, 162 p.

Bacchus 2005 *Enjeux, stratégies et pratiques dans la filière vitivinicole,* Dunod 2004, 308 p.

Bessenay J. *Le Restaurant, Théorie et Pratique,* Tome 1, Jacques Lanore, 2001, 206 p.

Boullanger E. *Malterie Brasserie,* Encyclopédie Agricole, Paris, J.-B. Baillère, 1921, 688 p.

Brevet professionnel Sommelier, Arrêté ministériel du 3 août 1995, Ministère de l'éducation nationale, centre national de documentation pédagogique.

Brillat-Savarin J.A. *Physiologie du Goût,* Paris, Charpentier, 1838, 484 p.

Brunet P. *Vins et autres boissons,* BPI, 1997, 112 p.

Brunet R. *Le Matériel Vinicole,* Encyclopédie Agricole, Paris, J.-B. Baillière et fils, 1925, 459 p.

Carême A. *Le Pâtissier Royal Parisien,* Tomes 1 & 2, Paris et Leipzig, 1810-1811, 399 & 434 p.

Carmenère C. *Les Vins de France,* Nathan, 1993,159 p.

Casamayor P. *L'école de la dégustation,* Hachette 1998, 272 p.

Casamayor P. *Le livre de l'amateur de rhum,* Toulouse, Daniel Briand, 1987, 189 p.

Chaptal *L'Art de faire le vin,* Paris, Delalain, 1801, 583 p.

Charavel *Comment éviter les maladies et altérations du vin,* Paris, 1936, 196 p.

Co-animation Vente et service, Les phases de la vente au restaurant, BPI, 2000, 88 p.

Couanon G. *Les Vins et eaux de vie de France,* Paris, Payot, 1920, 159 p.

Dagouret P. *Petite Encyclopédie du Restaurateur,* Boutillier, 1904, 203 p.

Davidoff Z. *Le Livre du connaisseur de cigare,* Paris, Laffont, 1967, 187 p.

Degrully L. Le Progrès Agricole et Viticole, Montpellier, Roumégous & Déhan, 1912, 832 p.

Delaporte *Le Voyageur François,* Paris, Cellot, 1768, 504 p.

Delpal J.L. *Mets & Vins, L'encyclopédie des accords,* Artémis 2003, 608 p.

Dion R. *Histoire de la vigne et du vin en France,* Paris, 1959, 768 p

Dubois & Bernard *La Cuisine Classique,* Paris, E. Dentu, 1882, 537 p.

Dujardin J. *Notice sur les Instruments de précision appliqués à l'œnologie,* Paris, 1922, 1020 p.

Dumont E. Le Parfait Pâtissier, Paris, Degorce, 1889, 284 p.

Eaux de vie et Spiritueux, Bordeaux, CNRS, 1985, 496 p.

Engel R. *Vademecum de l'œnologue,* Paris, Ponsot, 1959, 462 p.

Euvrad R. *Les secrets de l'Alambic,* centre régional de documentation pédagogique, Dijon, 1986, 128 p.

Faure-Brac P. *Saveurs complices des vins et des mets,* Paris, Editions du Chêne, 2002, 184 p.

Faure-Brac P. *La Cave idéale,* EPA, 1998, 284 p.

Ferret C. *Savoirs et techniques de restaurant,* Tomes 1&2, BPI 2003, 400 & 368 p.

Figuier L. Les Merveilles de l'Industrie, Paris, Furne, Jouvet et Cie, 1875, 739 p.

Forest L. *Monseigneur le vin- l'Art de Boire,* Nicolas, 1927, 121 p.

Fribourg G. *La dégustation, connaître et comprendre le vin,* Collection de l'Université du Vin, Suze la Rousse, 1989, 255 p.

Gabriel H.W. « Twenty steps to power, influence and control over people », Prentice Hall 1973, 196 p.

Galet P. *Grands Cépages,* Paris, Hachette 2001, 159 p.

Gaudry F.R. *Mémoires du restaurant, histoire illustrée d'une invention française,* Paris, Aubanel, 2006, 222 p.

Girveau B. *La Belle époque des cafés et des restaurants,* Réunion des Musées Nationaux, 1990, 64 p.

Gottschalk A. Histoire de l'Alimentation et de la Gastronomie, Tomes 1&2, Paris, Hippocrate 1948, 422+384 p.

Heyraud H. *Le Manuel du restaurateur,* Flammarion, 426 p.

Hodson N. *The Superpremium Premium,* Strategy + Business, 2004

Jackson M. *Malt Whisky Companion,* Solar, 1996, 272 p.

Johnson H. *The new and improved bartender's manual*, New York, Kissinger & co, 1900, 278 p.

Jones A. *Apéritifs,* London, Quintet Publishing, 1998, 192 p.

Jullien A. *Manuel du Sommelier***,** Paris, Colas-Huzard, 1822, 336 p.

Каншин Д.В., *Виноградное вино. Хранение вина,* Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона, 1896

Kauffmann J. *Un repas, quels vins ?* Colmar, S.A.E.P., 1991, 96 p.

L'école parfaite des officiers de bouche anonyme, Paris, Pierre Ribou, 1708, 508 p.

L'Hôtellerie Restauration, le magazine des C.H.R., Paris, 2000-2007

La Cave- Soins à donner aux vins, Dijon, Darrantière, 1909, 127 p.

Le Nouveau Grand Livre du Vin, Edita, Lausanne, 1982, 504 p.

Léauté R. *Connaissance du Cognac et Rémy Martin,* Document interne, 1992, 115 p.

Lichine A. *Encyclopédie des vins & des alcools de tous les pays,* Robert Laffont, 1986, 994 p.

Lillicrap & Cousins *Food & Beverage Service,* seventh edition, Hodder Arnold, 2006, 494 p.

LSR (Le Sieur Robert) *L'art de bien traiter,* Lyon, Claude Bachelu, 1693, 414 p.

MacLean C. *Scotch Whisky* London, Mitchell Beazley 2002, 224 p.

Maigne P. *Nouveau manuel complet du sommelier et du marchand de vins,* Paris, Roret, 1884, 352 p.

Malt Whisky Yearbook 2007 Magdig Media 2006, 274 p.

Marsan E. *Le Cigare,* Paris, La nouvelle société d'édition, 1929, 138 p.

Moynet M. *Le Volga,* Le Tour du Monde, 1858.

Nusswitz P. (Meilleur Sommelier de France 1986), L'accord des Vins et des Mets, Dormonval 1991, 172 p.

Orloff A. *310 Recettes de cuisine de la vieille Russie,* Paris, Grancher, 1994, 374 p.

Pacottet P. *Vinification,* Encyclopédie Agricole, Paris, J.-B. Baillière et fils, 1921, 463 p.

Pacottet P. *Vins de Champagne et Vins Mousseux,* Encyclopédie Agricole, Paris, J.-B. Baillière et fils, 1930, 412 p.

Pacottet P. *Viticulture,* Encyclopédie Agricole, Paris, J.-B. Baillère, 1921, 553 p.

Paczensky G. *Le Grand Livre du Cognac,* Solar, 1987, 222 p.

Peynaud & Blouin *Connaissance et Travail du vin,* Dunod 2002, 356 p.

Peynaud E. *Connaissance et travail du vin,* Dunod, 1982, 340 p.

Poulain J.P. *Histoire de la Cuisine et des Cuisiniers, Préface de J. Robuchon,* J. Lanore 2004, 176 p.

Resnick J *International Connoisseur's Guide to Cigars,* New-York, Dog & Loventhal, 1996,170 p.

Revue Historia, Paris, Taillandier, N°721 Janvier 2007, 98 p.

Rohn R. *Vins de France, alcools et autres boissons,* Jacques Lanore, 1996, 96 p.

Rouzet E. *Le Marketing du Vin,* Paris, Dunod, 2003, 246 p.

Saint-Roche C.R. *Sommeliers, la passion des vins et des spiritueux,* Paris, Sèze, 1987, 487 p.

Samalens J. & G. *Le Livre de l'amateur d'Armagnac,* Solar 1975, 174 p.

Senderens A. *Le Vin et la Table,* Paris, Le Livre de Poche- La revue du Vin de France, 2000, 288 p.

Sommelier profession d'avenir ASI, 1998, 109 p.

Sommeliers International, L'écho des sommeliers, revue officielle de l'Union de la Sommellerie Française et correspondante de l'ASI. Paris, 1998-2007

Sutcliffe S. *Champagne,* Flammarion, 1989, 224 p.

The Hotel Business Collection Maxim's, 1986, 244 p.

The Restaurant Business Collection Maxim's, 1987, 270 p.

Thomas J. *How to Mix drinks or the Bon vivant's Companion*, New York, Dick & Fitzgerald 1862, 244 p.

Thomas J. *The Bartender's Guide or how to mix all kinds of plain and fancy drinks,* New York, Dick & Fitzgerald 1887, 130 p.

Thomas J. *The Bon Vivant's Companion or How to Mix Drinks,* New York, Alfred A. Knopf, 1929, 170 p.

Tissot V. *La Russie et les Russes, impressions de voyage,* Paris, Plon, 1884, 423 p.

Vaccarini G. *Manuale del Sommelier,* Milano, Giunti, 2005, 288 p.

Viard, *Le Cuisinier Royal*, Paris, G Barba, 1840, 614 p.

Viard, *Le Cuisinier Royal*, Paris, J-N Barba, 1822, 542 p.

Vinalies internationales 1000 vins du Monde, Hachette 2002, 412 p.

СОБСТВЕННИКИ ИЛЛЮСТРАЦИЙ

Специально для этого издания были реализованы фотографии на страницах: 16, 24, 35, 36, 37, 40, 46, 60, 62, 64, 65, 66, 68, 69, 71, 72, 73, 74, 77, 78, 79, 83, 88, 90, 92, 96, 99, 101, 102, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 121, 122, 123, 130, 136, 137, 138, 145, 151, 158, 159, 160, 163, 172, 174, 179, 180, 185, 186, 187, 189, 190, 191, 196, 203, 210, 211, 212, 218, 222, 237, 241, 248, 252, 254, 257, 260, 264, 265, 266, 267, 271, 272, 275, 276, 277, 281, 283, 284, 291, 292, 293, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 304, 305, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 315, 317, 333, 334, 340, 342, 344, 366.

Alliance des Crus Bourgeois 119. Amber 196, 198. Andrea Martiradonna 41. Aqua Group 36, 61, 57, 61. Banyan Tree Bangkok 57. Barrio Latino 262. Brasseries Flo - Patrick Delapierre 26, 35, 74, 85, 141, 142, 148, 148, 168, 176. Château de l'Yeuse 94, 204. Château d'Yquem 354. CIVA 332. CIVB 333. Collection Kharbine-Tapabor 11, 13, 29. Grand Hyatt Shanghaï 57, 360. Guy Savoy 239, 240, 244. Intercontinental 52, 93, 103, 161, 239, 245, 251, 360, 361. L'Esprit et le Vin 108, 116, 117, 152, 153. La Tour d'Argent 23, 97, 162. Laurent Pons 221. Plaza Athénée 234, 290. Principe di Savoia 35, 58, 92, 178, 187, 234, 360. Riedel 106, 107, 109, 110, 111, 112, 128, 150, 176. Ritz archives 22, 32, 259. Sylvain Monjanel 36, 54, 228, 362. T8 Shanghaï 35, 36, 105. The Macallan 188, 190. The Peninsula Hong Kong 57. Vahé Gérard 263, 267, 363. White Russian Collection 12, 14, 17, 18, 20, 21, 22, 24, 25, 30, 31, 32, 33, 109, 131, 140, 156, 157, 166, 167, 176, 241, 248, 249, 259, 279, 318, 323, 326, 329, 364.

Федор Евсевский
БИБЛИЯ СОМЕЛЬЕ И РЕСТОРАТОРА

Над книгой работали:
Д. Ческис
М. Воскресенский
В. Заведеева

Верстка: ООО «Гарамонд»

Project Manager: Faïna Lynn

Е 25 Федор Евсевский. Библия сомелье и
ресторатора. – М.: Евробукс, 2008.– 368 с.: ил.

Формат 245 x 310 мм
Печать офсетная

По вопросам распространения обращаться по телефонам:
(495) 991-1200 (ООО «Евробукс»)
(495) 935-8251 (ООО «Арт-букс»)

Отпечатано в Китае