ДЕРЖАВНА МИТНА СЛУЖБА УКРАЇНИ

АКАДЕМІЯ МИТНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ

Кафедра товарознавства та митної експертизи

ТЕМА

Алкогольные напитки

мартини алкогольный вино вермут

Мартини — сладкий символ сладкой жизни

Вам наверняка интересно будет узнать, что мартини — напиток не новый. Еще Гиппократ с его помощью лечил проблемы пищеварения и помогал снимать напряжение, ведь известно, что употреблять хорошие вина в умеренных дозах весьма полезно.

Что такое вермут? Вермут — это вид аперитива, в который добавляется спирт различные пряности, которые могут быть какими угодно. Важно только одно — в основе вермута может быть только белое вино. Само слово «вермут» происходит от южно-германского wermut, что означает полынь. Ранее вермутом считалось любое виноградное вино, настоянное на полыни и прочих травах.

Как гласит легенда, подтвержденная письменными хрониками, в начале XVII века некий уроженец Пьемонта по имени Алессио познакомил с вином Гиппократа короля Баварии, и оно с легкостью прижилось при дворе. В конце XVII века вермут получил в Турине эксклюзивный статус официального аперитива при дворе короля Пьемонта.

Существуют две основные группы вермутов. Итальянские, производимые в округе города Турина, и французские, изготавливаемые на основе сухих белых вин определенных сортов винограда.

История создания мартини Родился этот аристократический ныне напиток более двух тысяч лет назад. Как обнаружил знаменитый врач Гиппократ, выдержанное вино с острова Крит, смешанное с цветами дикого бадьяна и артемизии, приобретает лечебные свойства. Популярность этот напиток приобрел после того, как Алессандро Мартини отправил первую партию этого сладкого вермута за пределы Европы. Мартини за очень короткое время покорил не только Америку, но и Азию, Африку, и даже Австралию. Пить мартини, даже не пить, а медленно и изысканно потягивать, стало чрезвычайно модно и престижно. Вообще, как уже упоминалось, травяные снадобья на винной основе составляли еще древние греки, но они заботились больше о полезности, чем о вкусе. В XVIII веке «полынное вино» распробовали итальянские монархи, которым этот оксюморон в мире вин пришелся по вкусу. «Полынное вино» вошло в моду. 7 июля 1847 года в Пьемонте четыре винодела организовали компанию, которую они назвали Distelleria Nazionale Di Spirito Di Vino. Эта фирма производством, разливом и продажей вин, ликеров и вермутов. Вначале дела компании шли не очень хорошо — число клиентов едва ли превышало пятьдесят человек. Но вот произошло то, что, в принципе, и привело к рождению мартини — компания приняла на работу молодого агента по продажам Алессандро Мартини. Он пошел по принципиально новому пути развития компании — и поставил все на резкое увеличение продаж вермута. Надо признаться, что Алессандро не прогадал. Уровни продаж резко пошли вверх. Справедливости ради необходимо отметить, что успех компании зависел не только от Алессандро Мартини. В одно время с ним в фирму устроился Луиджи Росси, знаменитый гербалист и специалист по травам. Не меняя состава пьемонтского букета, он усовершенствовал его, придя к той неповторимой композиции специй, трав и вина, которая используется в Martini&Rossi сегодня. Долю вина он уменьшил до 2/3 готового продукта, увеличив содержание ароматической составляющей и жженого сахара (его добавляют, чтобы напиток не горчил).

Через несколько лет Алессандро Мартини отправился в так называемый «рекламный» тур на окраины Италии. Он хотел ознакомить с новым напитком всех. А Росси, который стал его партнером, начал строительство трех новых заводов. И вот умирает один из владельев компании, Карло Ре. Второй, Клементе Микеле, уходит на пенсию. Во главе фирмы встает Мартини и Росси. И 17 июля 1863 года компанию перерегистрировали под новым именем — MARTINI, Sola & Cia. Новая метла замела по-новому. Продажи мартини стали расширяться — в 1866 году мартини отправили завоевывать Бразилию, в 1867 году — США. За какие-то четыре года компания наладила поставки в Аргентину, Грецию, Португалию, Швейцарию, Египет и Турцию, превратившись, таким образом, в крупнейшее в Италии винодельческое производство. Клиентская сеть MARTINI, Sola & Cia стала крупнейшей в мире. Вермутом «упивались» уже не только в обеих Америках, но и в Африке, Азии, Северной Европе.

Компания предприняла несколько рекламных акций — в 1866 году напиток получил на выставке в Дублине сразу несколько наград. В 1867 году виноделы отправились в Париж, возвратившись оттуда с триумфом. Все полученные медали и награды тут же разместили на этикетках. Но хотелось добавить еще несколько гербов королевских домов — это давало не только престиж, но и значительные налоговые льготы. Мартини принялся за дело — ему удалось склонить на свою сторону Виктора Эммануила II. И с 1868 года савойский герб украсил собой бутылки мартини. А в 1872 году к нему прибавилась символика короля Луиса Португальского и Парламента Великобритании, после чего трофеи и титулы посыпались как из рога изобилия, и скоро на этикетке вермута Росси было не протолкнуться. Мартини стал лучшим напитком сразу в нескольких странах. И вот, после 1870 году, Росси выкупает акции Сола, и его имя выносится наконец в название марки. Предприятие называется теперь Martini&Rossi.

Состав мартини

Мартини состоит из особого сочетания листьев, цветов, семян и корней примерно тридцати пяти различных растений. Идея подобной комбинации родилась более двух тысяч лет назад. Как обнаружил знаменитый врач Гиппократ, выдержанное вино с острова Крит, смешанное с цветами дикого бадьяна и артемизии, приобретает лечебные свойства.

Настоящий мартини Как-то раз я купила в магазине мартини. При ближайшем рассмотрении оказалось, что вместо традиционных 16 процентов в этом так называемом благородном итальянском напитке содержится всего 9 процентов спирта. При более тщательном изучении этикетки выяснилось, что и огромное количество медалей лишь подделка — там были только одни картинки без надписей. Кем, кому когда и за что вручались — непонятно. Но самый неожиданный результат дало изучение названия напитка. Оно состояло из двух частей. Первая — “MARTI” c крошечным значком TM наверху, и вторая — “NI” (что означает «номер один», только очень похожий на латинские буквы NI).

Наконец, среди всех гербов, медалей и трубящих ангелов обнаружилась скромная надпись “PRODUCT OF RUSSIA”. А на контрэтикетке с другой стороны бутылки синим по белому значилось: «Слабоалкогольный напиток «Вермут Бьянко». А надпись «Произведено в Аделино», над которой располагался средневековый замок, гласила, что это самое “ADELINO», прочитанное вначале на итальянский манер, на деле оказалось… селом Аделино, что в Рязанской области!

Интересные факты о мартини

В баре знаменитого нью-йоркского отеля Algonquin, прославившегося как место сбора литературной богемы 20-х годов, появился новый коктейль, стоимостью 10 тысяч долларов. Высокая цена вызвана тем, что кроме мартини в него входит настоящий бриллиант без оправы, который лежит на дне бокала. Желающим получить бокал со столь драгоценным напитком придется сделать заказ за 72 часа, предварительно им предстоит встретиться с ювелиром и выбрать камень, а затем и с официантами, чтобы исключить возможность того, что мартини принесут за другой столик.

Король Италии Умберто I дал высочайшее разрешение изображения королевского герба на этикетке «Мартини». В свое время первый спиртной напиток, который выпил президент Рузвельт после отмены «сухого закона» в США, назывался «Коктейль Мартини». Интересных фактов об этом божественном напитке немало, и, наверное, поэтому рекламная кампания «Мартини» состоит просто из красивых историй и сюжетов.

Джин

Первый завод по производству Beefeater Gin был основан в 1820г. в районе Chelsea (Лондон) рядом с набережной Темзы. Успех Beefeater тесно связан с лvичностью его создателя Джеймса Бароу (James Burrough). Его инновации, талант и коммерческий подход к бизнесу снискали ему безупречную репутацию среди коллег и обеспечили легендарное будущее Beefeater на века. В отличие от других джинов, Beefeater производится на одном дистилляционном заводе. Это значит, что компания контролирует полностью весь процесс производства, тем самым поддерживая высокие стандарты качества. Рецепт Вeefeater остается неизменным с XIX века и так же хорошо охраняется, как лондонский Тауэр.

Вкус джина Beefeater полностью зависит от качества натуральных ингредиентов и чистоты зернового спирта. Искусственные вкусовые добавки и красители не добавляются в процессе производства. Джин – это 100% натуральный напиток. Восемь компонентов используется для производства Beefeater:

Ягоды дикого можжевельника – для создания «ключевой» свежей нотки. Зерна и корни дягиля делают джин «сухим». Кориандр – специя, которая вместе с лакрицей и миндалем, придает джину утонченность характера. Фиалковый корень – служит объединяющим ингредиентом всех вышеперечисленных компонентов. Цитрус добавляет вкусу Beefeater чистую, фруктовую нотку. Апельсин усиливает фруктовый характер Beefeater Gin.

Смешивание всех восьми ингредиентов находится под контролем Дэсмонда Пэйни (Desmond Payne), который является мастером дистилляции уже в течение 11 лет и отвечает за высокое качество продукта и идентичность его вкуса. Для создания джина важно не количество ингредиентов, а именно их правильное смешивание:

По словам Дэсмонда Пэйни, «хороший джин – это великолепный баланс, а не чрезмерность», поэтому достижение великолепного смешивания ингредиентов – ключевой фактор в производстве Beefeater Gin. London Dry Gin

Премиум джин Крепость 47%.

Исключительно освежающий джин с нотками можжевельника, цитрусовых, сбалансирован по вкусу пряным кориандром. Beefeater джин с 1820г. дистиллируется в Лондоне, и по праву является английским джином.

Восемь ингредиентов необходимы для создания джина Beefeater: ягоды дикого можжевельника, зерна и корни дягиля, кориандр, лакрица, миндаль, фиалковый корень, лимон, апельсин. Все они тщательно смешиваются и затем на 24 часа погружаются в 100% зерновой спирт. London Dry Gin завоевал золотую медаль в 1873г. на Международной выставке в South Kensington (London) 1911г. – Золотая медаль на «Фестивале Империи» в Лондоне. 1966, 1969, 1971, 1976 и в 1985г. – Королевская награда за достижения в области экспорта виски. Престижную награду Greenall’s trophy «Наилучший джин» London Dry Gin завоевал на конкурсе the International Wine and Spirit Competition в 1999г., 2003 и в 2004г.

KVINT - Молдавский коньяк

Знатоки скажут, что настоящий коньяк рождается только во Франции. Но те же знатоки вряд ли смогут поспорить с мнением одноименной фирмы Камю. А мнение это таково: посетив однажды Тираспольский винно коньячный завод KVINT и продегустировав коньяк, который здесь производится, представитель "Камю" во всеуслышание заявил: "Мы и не подозревали, что в такой провинции существует филиал нашей фирмы". Секрет виноделов завода KVINT - в строжайшем соблюдении классических канонов. Все сложное таинство рождения коньяка - от сбора урожая до разлива - подчинено непреложным правилам. В начале путем дистилляции сухого вина получают коньячный спирт крепостью 63-70 градусов. Следующие 3 года он проводит в дубовых бочках, сделанных из столетнего дуба. По окончании этого ясельного периода дегустаторы определяют, какие спирты пойдут на коньяки ординарные, а каким предстоит войти в состав марочных и коллекционных коньяков. Купажирование: смешивание коньячных спиртов многолетней выдержки со спиртованными водами… А потом - еще год, когда коньяк просто отдыхает в бочках-бутах, успокаиваясь после перекачек и смешиваний. И лишь потом, достигнув своего наивысшего качества, вкуса и аромата, коньяк меняет бочку на стеклянное одеяние.

В 2002 году завод KVINT отметил свое 105-летие. Прошли годы, но неизменным остается одно - качество. На международных выставках коньяки KVIN" завоевали 107 (!) золотых и серебряных медалей, 5 гран-при. Ну а самым титулованным можно назвать коньяк \"Суворов\" (40 лет выдержки). На международном конкурсе вин и коньяков в Ялте он завоевал Супер - Гран При, а также дважды (в 1999г и 2000г) в Москве был признан лучшим коньяком, производимым в СНГ. \"KVINT\" также производит высококачественную водку. Первую партию водки под названием "Русская" завод выпустил в 1992 году. Также началась серьезная работа по созданию новых высококачественных сортов водки. Сложившиеся рынки водочной продукции Тираспольская водка завоевала высоким качеством. Была освоена одна из самых передовых технологий в СНГ с высокой степенью очистки. Используется и самое высококачественное сырье - спирт - ретификат зерновой высшей очистки \"Экстра\" и \"Люкс\". Неизменность передовой технологии и высокое качество сырья позволяет выпускать водку, соответствующую самым высоким мировым стандартам. В 2000 году завод был сертифицирован по международной системе качества производства ISO 9001.

Коньяки ординарные

KVINT 3\*

Приготовлен из коньячных спиртов 3- летней выдержки. Цвет коньяка светло-янтарный. Вкус гармоничный, слаженный. В аромате хорошо выражены коньячные тона. Содержание спирта 40%.

KVINT 5\*

Приготовлен из коньячных спиртов 5-летней выдержки. Цвет коньяка теплый янтарный. Вкус слаженный, мягкий. Аромат тонкий, с легкими цветочными тонами. Награжден 1 золотой медалью. Содержание спирта 40 % об.

Солнечный 3\*

Приготовлен из специально подобранных 3-х летних коньячных спиртов, с добавлением спиртованной родниковой воды, прошедшей специальную очистку и сахарного сиропа. Во вкусе и аромате легкие цветочные оттенки и тона выдержки. Содержание спирта 40 %.

Солнечный 4\*

Приготовлен из 4-х летних коньячных спиртов с добавлением спиртованной родниковой воды, прошедшей специальную очистку, сахарного сиропа. Обладает приятной вкусовой гармонией с нежным цветочным оттенком и тонами выдержки. Содержание спирта 40 %.

Солнечный 5\*

Приготовлен из 5-летних коньячных спиртов, с добавлением спиртованной родниковой воды, прошедшей специальную очистку, сахарного сиропа. Мягкий, нежный, гармоничный с цветочной нотой в букете и тонами выдержки во вкусе. Содержание спирта 40 %.

Коньяки марочные

Тирас Коньяк Выдержанный. Приготовлен из спиртов шестилетней выдержки. Цвет коньяка светло-янтарный. Вкус гармоничный, мягкий. Аромат тонкий с характерными цветочными тонами. Награжден 1 серебряной и 1 бронзовой медалями. Содержание спирта 40 %.

Нистру Коньяк Выдержанный Высшего Качества. Создан в 1959г. из коньячных спиртов 8 - летнего возраста. Благодаря высокому содержанию сахара имеет мягкий гармоничный вкус и широко известен как \"дамский\" коньяк. Букет сложный с тонким цветочно- ванильным оттенком. Награжден 2 золотыми и 3 серебряными медалями. Содержание спирта 40 %.

Дойна Коньяк Выдержанный Высшего Качества. Приготовлен из спиртов 9-летней выдержки. Гармоничный и прекрасно развитый полный букет. Цвет: янтарный с золотистым оттенком. Вкус полный, гармоничный. Аромат своеобразный с характерными ванильно - смоляными оттенками. Награжден 4 золотыми и 7 серебряными медалями. Содержание спирта 40%.

Сюрпризный Выпускается из коньячных спиртов 10-летнего возраста. Специально был создан к ХХII съезду КПСС и известен как \"Партийный\". Букет легкий, слаженный с тонким ароматом полевых цветов и легкими смоляными оттенками. Вкус мягкий, гармоничный. Награжден 7 золотыми и 1 серебряной. Содержание спирта 40%.

Коньяки коллекционные

Тирасполь Приготовлен к 100-летию Тираспольского вино - коньячного завода \"KVINT\" в 1997 году из высококачественных коньячных спиртов 15 -летней выдержки. Завоевал 7 золотых медалей. Мягкий гармоничный вкус с эфирно- цветочными тонами. Содержание спирта 40%.

Солнечный приготовили к 50-летию Великой Октябрьской Социалистической революции из коньячных спиртов 20- летней выдержки. Этот напиток олицетворяет солнечную энергию. Обладает сложным букетом с эфирно - цветочно - шоколадными тонами. Впечатление усиливает развитый букет и тонкий аромат. За свою более чем 30-летнюю историю награжден 1 кубком Гран-При, 7 золотыми и 1 серебряной медалями. Содержание спирта 40%.

Виктория Выпускается из коньячных спиртов среднего возраста 25 лет. Букет сложный, в котором гармонично сочетаются ароматы цветущего винограда и осеннего дубового леса. Награжден 8 золотыми, 1 серебряной и 1 бронзовой медалями. Содержание спирта 40%.

Юбилейный Готовиться из коньячных спиртов 30-летней выдержки. Темно- золотистая окраска, вкус полный, нежный, гармоничный, с хорошо развитым, сложным букетом, в котором ярко выражены смолянисто- энантовые тона, так присущие группе очень старых коньяков. Содержание спирта 40%.

Суворов Вершина коньячного производства завода \"KVINT\". Его выпуск в 1992г. приурочен к 200 - летию г.Тирасполь. Для этого супер - элитного коньяка дегустаторы выбирали лучшие коньячные спирты, выдержанные в дубовых бочках не менее 40 лет. Ему свойственны мягкость и гармония. В букете широкая гамма различных оттенков с легкими ароматными смолянисто- энантовыми тонами. Награжден 1 кубком Супер-Гран-При, 3 кубками Гран-При и 8 золотыми медалями. Содержание спирта 40%.

Сидр из Нормандии

Когда полуденное солнце похоже на лазерную пушку со сломанным датчиком температур и закатанные в асфальт улицы того и гляди потекут гудроновыми реками, самое время спасаться бегством. Пункт назначения – укутанное кондиционированным воздухом пространство бара или ресторана. Цель - забыть о жаре и работе. Необходимые атрибуты - бутылка сидра и высокий бокал. О тайнах производства и искусстве пития нормандских сидров нам расскажут кависты бутиков "Коллекция вин".

Представьте себе винную Францию, что веками превозносит искусство своих виноделов и благодать терруаров, и ее «непутевую дочь» Нормандию, которой крайне не повезло с климатом. Виноград здесь никогда не вызревает - недостаточные среднегодовые температуры. И если шампанцы, также обделенные вниманием солнца, будут веками петь дифирамбы монаху Периньону, придумавшему технологию производства шампанского и обогатившему тем самым регион, то нормандцы тоже нашли способ, как свой недостаток обратить в достоинство. Они стали выращивать специальные сорта яблок, сочные и устойчивые к холодам, и производить сидр, сделав свое мастерство высоким искусством. На ветхих страницах истории региона значится дата начала производства сидра - 1588 год. Здесь искренне считают, что яблоки - вовсе не предмет семейной драмы Адама и Евы и не гастрономический продукт, созданный для насыщения организма витаминами и железом, а самая что ни на есть лучшая винная основа, вполне способная на равных конкурировать с виноградом. Это вам безапелляционно докажет любой представитель Ордена знатоков сидра, что каждый год облачаются в средневековые одежды и собираются вместе, дабы продегустировать представленные образцы и порассуждать: а не стоит ли тому или иному терруару присвоить статус апеласьона? Поскольку яблочных садов в Нормандии так же много, как виноградников в Бордо, думать действительно есть над чем.

Тайны производства

Сортов яблок всего более 200, все их делят на четыре группы: сладкие, сладко-горькие, горькие и кислые. Тайна сидра в их особом процентном соотношении, которое и гарантирует уникальность напитка. Надо ли говорить, что тайну эту оберегают, как если бы это был рецепт вечной молодости. Доподлинно известно, что горькие и терпкие яблоки способствуют максимальному насыщению сидра танинами, а значит, дают возможность длительной выдержки. Сладкие придают фруктовую насыщенность, кислые - кислотную основу и тонкие ароматы. Точно так же, как виноделы пробуют ягоду винограда на вкус, растирают ее между пальцами, нюхают, стараясь угадать ее зрелость, производители сидра пробуют яблоки, определяя их танинность и кислотность.

Основные ароматы и вкусы сидра зависят от терруара и способа производства. В основном в них обнаруживаются ароматы зеленых или спелых яблок, айвы, цитрусовых, китайского лимонника, цукатов и меда. Чем беднее почва, тем меньше урожайность и тем выше концентрация вкуса и аромата в яблоках. Чем длительнее старение в бочке (как правило, из-под кальвадоса), тем больше шансов обнаружить в сидре ноты ванили, кожи, кедровых орехов и тостов. Смешивать для производства сидра можно яблоки одного срока созревания. Их снимают с веток и, если они спелые, сразу отправляют в производство. Недозрелые яблоки раскладывают на соломе и дают возможность «войти во вкус». С упавшими яблоками у производителей нет проблем: с ними расправляются вольготно гуляющие по яблочным садам коровы, впоследствии дающие молоко для производства феноменального французского камамбера.

Сидр как игристое вино Слава Шампани долго не давала покоя производителям сидра Нормандии, пока однажды технология шампанизации не стала применяться и в этом регионе. С тех пор процент игристых сидров значительно превысил процент тихих «собратьев». Недорогие сидры обогащают углекислотой путем сатурации, более дорогие и качественные подвергают шампанизации, добавляя в сухой выбродивший сидр коньяка (или кальвадоса, доводя содержание алкоголя до 9-10%), и рафинированного сахара для начала вторичного брожения. Далее - те же стадии производства, что и у шампанского. Брожение при температуре 25 градусов в течение нескольких месяцев (пробки при этом закрепляют проволокой), ремюаж (переворачивание бутылок для собирания осадка на пробке) - около двух месяцев - и дегоржаж (удаление осадка). Одни производители до сих пор дегоржируют осадок по старинке, аккуратно вынимая пробку и сливая его, другие замораживают горлышко бутылки и удаляют его замороженным, что гораздо быстрее и удобнее. В бутылку доливают ликера, чтобы придать сидру необходимую сладость и восполнить его потерю, и светлого сухого сидра, а потом тут же закупоривают пробками, наклеивают этикетки и отправляют в погреб.

Бутылки для игристых сидров выбирают толстостенные, потому как при добавлении 8 граммов сахара внутреннее давление развивается в 2 атмосферы. Двенадцать граммов обеспечат три.

Деление сидров на сладкие, сухие и традиционные весьма условно. Но есть одно общее правило: чем больше в напитке сахара, тем меньше алкоголя, и наоборот. В сладких сидрах обычно содержится от 1,5 до 3% алкоголя, в сухих - от 3 до 5%, а в традиционных - 5-6%. Последние, кстати, остаются нефильтрованными, как в старые добрые времена.

Как правильно прочитать этикетку на бутылке вина

Что такое этикетка? Визитная карточка или произведение искусства? О том, как правильно "прочитать" этикетку на бутылке вина, а также о художественной ценности этикетки нам расскажут специалисты – кависты сети бутиков "Коллекция вин".

Вино начинается дважды. Первый раз на виноградниках, второй - на этикетке. Винные этикетки давно стали и предметом отдельного интереса, и предметом коллекционирования, и даже предметом художественной культуры.

1993 год. Автор этикетки – Бальтус При этом само назначение этикеток достаточно разнообразно: если для бутылок с лучшими, элитными винами предпочтительны этикетки, исполненные сдержанного достоинства, то для вин попроще придумывается масса ухищрений, цель которых - остановить взгляд покупателя. Еще лучше - сделать вино предметом коллекционирования благодаря именно этикетке. Например, серия с портретами одиозных личностей - Гитлера, Муссолини, Сталина. Специалисты компании Barton&Guestier выбрали для своих вин Бордо этикетку начала 20-го века, а грузинским виноделам сам Бог велел прибегнуть к старине, ведь для некоторых грузинских вин этикетки рисовал великий художник Нико Пиросмани. Не пренебрегали такой разновидностью искусства и величайшие художники прошлого века - Сезанн, Ренуар, Ван Гог, Пикассо, Жан Кокто, Сальвадор Дали, Жан Миро, Марк Шагал и другие.

Однако обратимся к информативной составляющей этикеток. Ведь тот, кто желает по-настоящему разбираться в винах, должен научиться расшифровывать нередко завуалированную и путаную информацию, напечатанную на винной этикетке. Знаток лишь скользнет взглядом по дизайну бутылочной наклейки и тут же углубится в чтение. Что кроме собственно названия и срока выдержки он там ищет? Многое.

1973 год. Автор этикетки - Пикассо Прежде всего, происхождение, тип и свойства вина, ведь его качество может меняться в зависимости от происхождения, винификации и других обстоятельств. ЕС разработал обязательную регламентацию, которая предусматривает наличие на каждой этикетке определенного количества обязательных пунктов в зависимости от категории вина, содержащегося в каждой бутылке. Если говорить о Франции, то там принято разделение вин на четыре категории: столовые вина (vin de table), которые составляют около 40% от всего производства, cтоловые вина с указанием места происхождения винограда (vin de pays) - элита столовых вин, марочные вина высшего качества (vin delimite de qualite superieure), вина высшей категории (не менее 30% от общего количества). Это контролируемые наименования по происхождению (appellation d‘origine controlle`e - АОС) - они производятся в рамках географической зоны, связанной с определенными традициями.

Следует заметить, что, согласно французской классификации, виноградники и винные области распределены только по географическому положению, а не по качеству. Вина с высшими классификациями могут превосходить вина с более низкими классификациями, но не всегда. Вина, представляющие один класс, тоже не обязательно имеют один стандарт качества. Французские «законы наименования» имеют свои особенности в разных районах и гарантируют происхождение вина. Они выработаны, чтобы сохранить «особенность местности». Законы определяют конкретные винные территории (выделяя их по почве и расположению), разрешенные сорта винограда, максимальный урожай и минимальный уровень алкоголя в вине.

Большинство систем классификации вина основано на французской системе. В Италии также принято разделение на четыре категории:

• Vino da Tavola (столовые вина) - «низшее сословие» вин.

• К столовым винам относятся также вина класса IGT (Indicatione Geografica Tipica) - дословно «типичное географическое наименование», или местное вино, что соответствует французскому vin de pays.

• Марочные вина помечаются знаком DOC (Denominazione di Origina Controllata).

• На вершине пирамиды стоит узкий класс вин, имеющих маркировку DOCG (Denominazione di Origina Controllata e Garantita). Это элита итальянских вин, хотя не все из этой категории можно назвать действительно великим. Эта высшая категория в разряде марочных вин была введена государством скорее как маркетинговый прием для повышения интереса к итальянским винам в мире.

Так, явно коммерческого характера игристое вино Asti имеет категорию DOCG - но это оправдано лишь тем, что огромные объемы этого вина дают немалый доход государству в виде налогов. Ситуация с классификацией итальянских вин очень запутанная. Многие престижные и дорогие вина входят всего лишь в категорию Vino da Tavola - они не могут получить сертификат марочного вина, так как произведены с нарушениями регламента производства вин в рамках своей территории, либо у них изменен сортовой состав или они еще чем-то не соответствуют норме. Именно норме, а не качеству! Взять, к примеру, одно из лучших и самых дорогих итальянских вин Sassicaia. Долгое время оно имело на этикетке маркировку IGT: здесь сказались противоречия между строгими правилами законодательства и желанием производителя создать шедевр в обход этих самых строгих правил и никому не нужных норм. Весь мир знает это вино как супертосканское (этот термин придумали журналисты, он ничего не значит с точки зрения законодательства). В этой связи можно дать совет начинающему ценителю итальянских вин: никогда не искать на этикетке надписи DOC. Она мало о чем говорит. Руководствоваться нужно либо знанием производителя, либо ценой. У итальянцев удивительно четкое соответствие между ценой и качеством.

По части умения всех запутать бесспорное лидерство принадлежит немцам: мало того, что номенклатура вин у них донельзя усложнена, так они еще питают слабость к абсолютно неудобочитаемому готическому шрифту. В Америке и большинстве других винных регионов Нового Света ситуация резко отличается от европейской. До недавнего времени здесь вообще не существовало систем классификации. В Америке было решено использовать на этикетках качественных вин название винограда. Такие вина стали называть «сортовыми». Идея была перенята в Австралии, Новой Зеландии и Чили. Сейчас ее используют с успехом и в восточноевропейских странах с развивающимся виноделием, таких как Венгрия, Молдова и Чехия.

Безусловно, ко всем винным этикеткам предъявляются определенные требования. Поскольку «законодателем мод» в разработке классификаций вин стала Франция, рассмотрим вопрос о требованиях к этикеткам на примере Франции. Требования к надписям на этикетках разных категорий вин различаются. На вине из группы АОС обязательно присутствует указание на этот высокий статус. Зато приятной надписи «Произведено во Франции» там может и не оказаться. На таком вине покупатель чаще всего обнаружит название виноградника или даже имя, хотя эти указания необязательны, как, кстати, и год изготовления, качество и особенности вина, советы по употреблению и т.д. Вина, обозначенные как Grand Cru, - это вина самой лучшей классификации, произведенные из винограда с самых лучших, ценных виноградников.

«Знаки качества» Cru Classe и Grand Cru Classe могут быть использованы в регионе Бордо для Медока и Сотерна, Грава, Сент-Эмильона. Наименование Cru Bourgeois касается исключительно продукции Медока. Для других винодельческих регионов такие термины, как Grand Cru или Premier Cru, являются составной частью подлинного наименования и поэтому они не являются дополнительными. Термин Chateau означает «Замок». Необязательные надписи на этикетке тоже четко оговорены, а кроме них есть еще разрешенные надписи, например указывающие на способ выработки и тип вина: желтое, соломенное, раннее, новое, на осадке, из позднего урожая, из отборных сортов.

Обязательные надписи на этикетках французских вин:

1. Производитель и его адрес (1а). Под производителем понимается тот, кто разливает вино по бутылкам (это может быть винодельческое хозяйство, кооператив или негоциант).

2. Название винодельческого региона (апеласьон) с указанием категории. На этикетках столовых вин регион происхождения не указывается.

3. Указание содержания алкоголя в процентах от объема.

4. Объем бутылки.

6. Мужчина и женщина. Винные предпочтения.

Ничто так хорошо не характеризует человека, как модные пристрастия. Если недавно выбор вина для большинства россиян определялся исключительно категорией цвета, то сегодня винная карта Москвы не знает географических границ. И в этой области появилась возможность выказывать собственный вкус и предпочтения. Хотя мужским напитком в России всегда считалась водка, а вино относилось к разряду жеманных европейских напитков, скорее женских.

Женщины лучше чувствуют вино Московский ресторатор Игорь Бухаров говорит о винах, специально сделанных для женщин: «Американцы сейчас разрабатывают большое количество этикеток, дизайнов бутылок, специально основываясь на женском восприятии. И самое главное, что они делают — они выпускают вино гораздо меньшей градусности. Более спиртуозный напиток — это все-таки напиток мужской. С другой стороны, я встречал большое количество женщин, которые предпочитают терпкие, насыщенные, тяжелые вина, разбираются в них и с удовольствием их выпивают. А мужчины, как ни странно, стараются не пить белые вина, считая их женскими. Наверное, все-таки мужчина, скорее всего, хочет быстрее добиться эффекта опьянения. Большинство женщин, если они садятся выпивать, с удовольствием пьют и полусладкие, и сухие вина. Сладкие сегодня не пьют в таком большом количестве, как было, например, 10 лет назад. После этого они переходят на более легкие вина, полусладкие и сухие, с фруктовыми ароматами, с фруктовым вкусом. Предпочитают после этого переходить на более ванильные, выдержанные в дубе белые вина, они более тяжелые. Потом переходят к легким красным, таким как божоле. А потом уже начинают выбирать». Игорь Бухаров считает, что сладкий, фруктовый вкус, мармеладные, карамельные оттенки вовсе не обязательно из области дамского кондитерского: «Все эти нотки присутствуют и в винах, которые пьют мужчины. Ликер мужчины пьют тоже. Они говорят: ’Ликер как бы вроде не очень правильно, потому что он сладкий, это не мужское’. А чем сладость убрать? Либо наливаете порцию, которая будет не превышать 20 граммов, чтобы у вас просто это количество обволокло все небо, язык и полость рта — и все замечательно, или вы это пьете не льду.

Существуют такие женщины, которые пьют тяжелые напитки — волевые бизнес-леди. Как раз те люди, которые сегодня заняты бизнесом, они не пьют большое количество алкоголя и они пристрастны. Эти женщины пьют, может быть, да, более мужское вино, они предпочитают насыщенные, яркие танины, мощные бордосские вина, которые мы сегодня считаем мужскими». Игорь Бухаров объясняет, как следует женщинам пить коньяк: «По-мужски пить нельзя. Или должна быть совсем маленькая порция, что делается на Западе, другой формы бокал должен быть. Так называемый ’тюльпан’ не очень приспособлен для питья хорошего коньяка, а если он вытянутый, то получается, что спиртуозность уходит, вы уже чувствуете другой запах — запах фруктов. В вине это может быть кожа, может быть, даже каменные нотки какие-то есть».

«Последовательнее начинает чувствовать вкус к вину женщина. У них есть время запомнить. Есть школа, в которой мы обучаем азам понимания вина, и я могу вам сказать, что большинство тех, кто ходит туда, это женщины. И если женщина все-таки решила для себя что-то до конца попробовать, она более усидчива, чем мужчина. Женщины чувствуют вино лучше, потому что они в меньшей степени курят и более утонченные. Французы даже говорят, что лучшие сомелье — это женщины. Но надо дальше дать себе отчет, что если это ее работа, то это достаточно тяжело, и вы не всегда встретите сомелье — женщину», — считает Игорь Бухаров.

Женщины — лучшие сомелье Из женщин получаются лучшие сомелье еще и потому, что покупатель вина в ресторане главным образом мужчина. Ему трудно бывает отказать женщине, тем более красивой.

Юлиана Григорьева — одна из лучших сомелье России рассказывает, как определить, с кем за столиком говорить о выборе вина: «Надо поздороваться, и в твоем распоряжении есть пять секунд — как-то обратить на себя внимание и понять, кто будет лидировать, во всяком случае по винной карте, но что самое главное — по оплате чека. Это очень важный момент, потому что просто неприлично со стороны сомелье выставлять мужчину, который платит, в таком свете, что он рассчитывал, например, на одну цену, а ему приносят в три раза больше. Ты подходишь, говоришь здравствуйте, ты видишь, какая обстановка, насколько она натянута, развязна, спокойна, ты людей как бы уже читаешь. И сразу видно. ’Давайте я вам вино порекомендую. Дать вам винную карту? ’ — Либо они говорят: Мы сами, либо кто-то начинает спрашивать: ’А вот это какое? А вот это какое?».

- Как и что выбирают мужчины и женщины, если, скажем, это отдельные компании?

- Мы говорим о людях, которые, в общем-то, понимают в вине. Как мне кажется, нет строгой градации. Вот как в музыке, нельзя же сказать, что мужчины слушают марши, а женщины — вальсы. Есть, конечно, предпочтения, например, в основном мужчины предпочитают красные вина, да еще и такие яркие, насыщенные, более терпкие. Дамы, как правило, любят более мягкие вина, предпочтения отдают либо белым, либо красным более легким, совсем мягким. Все, что очень насыщенно, выдержано в бочке, темного цвета, как правило, дамы не воспринимают. Шампанское, мне кажется, любят и те, и другие, но пьют в основном женщины. Есть, конечно, и некоторые мужчины, предпочитающие наслаждаться шампанским. Вот у нас человек приходил, всегда брал бокальчик «Дон Периньона» и клубнику, посыпанную перчиком, всегда так пил. То есть сексуальное поведение человека, его пол не влияет все-таки на то, что вы будете пить. Вот взять два типажа психологических — две дамы, одна вся такая домашняя, веселая пампушечка, другая — работает, строгая бизнес-леди, - и это не значит, что та, которая бизнес-леди, будет пить что-то крепкое, а пампушечка будет пить что-то мягкое; наоборот, скорее всего, пампушечка скажет: «Я очень люблю коньяк с сыром», а вот бизнес-леди скажет: «Я люблю вино». Скорее всего, так будет психологически, независимо от того, какой человек.

- Про мужчин можно сказать то же самое, что у них есть набор, который они в разных обстоятельствах применяют? Или они все-таки более консервативны в своих пристрастиях?

- Мне вообще кажется, что наши мужчины вино не пьют, они им балуются. Пьют они все-таки крепкие напитки, вот так с душой, с чувством, с толком, с расстановкой, а вот вино — это пока все-таки дань моде и что-то такое новое и интересное. Да, покупают, особенно богатые люди покупают домой, затаривают погреба — мутоны, «Шато Марго», «Мутон Ротшильд», дорогое, все красивое, всего много. И вдруг раз — пришла компания, и все выпили. Это неправильно, не тот подход.

Сейчас уже неприлично, в конце концов, ничего не понимать в винной карте, если тебе ее принесли. Но мне кажется, что какой-то вот большой любви они не испытывают. И у меня даже такое ощущение, что если бы у них был выбор - они, может быть, и взяли бы один бокал вина, но дальше с удовольствием выпили бы чего-то другого — коньяк, виски, может быть, ром с колой. В основном виски, конечно, много пьют.

- Можно говорить о напитках с женским или мужским характером?

- Да, вот это можно. Причем мне кажется, что, как и сами напитки разделить, например, вино женское, а водка мужская, так и внутри напитка разделение существует. Если взять вино, есть даже такое понятие (хотя французы его не очень любят, они считают, что слишком грубовато сказано, тем не менее): Бордо — это мужской характер вина, а Бургундия — это женский характер. Это разные сорта, Бордо – насыщенные, толстая кожица, цвет яркий, а в Бургундии один сорт красный — «пино нуар» — легкий, прозрачный, такой вот нежный, пахнет малиной, такой тонкий. Но это не значит, что пьют женщины и мужчины, а просто характер у вин такой.

Или в самом Бордо «Шато Мутон Ротшильд» — знаменитое вино, оно из деревушки Пайа, — с мужским характером, там преобладает «Каберне Савиньон», такой строгий, сильный стиль. Или рядом деревушка, она называется Марго, и одноименное вино — «Шато Марго» — тоже мировая классика вин, но оно более мягкое, женское.

Виски — мне кажется, в них тоже можно найти разделение. Вот если бы я советовала даме виски, я бы предложила женский цветочный характер, выискала бы у напитка, и сказала бы — ирландский. Они всегда пахнут какими-то цветами, более легкие. А вот если бы я выделяла мужской характер виски, я бы взяла какой-нибудь односолодовый шотландский — они торфом чуть-чуть пахнут, дымка запах, все это солод на торфе, в общем, есть такая мужская нота. Вот я бы так разделила тоже — мужской виски и женский.