

Kako opisati vino?

Je li vrijeme da promijenimo način na koji opisujemo vino?

Naslov originala: Is It Time to Change How We Describe Wine?

Izvor: <https://www.winemag.com/>

Objavljeno: 03.12.2019. by Caroline Hatchett

Prevod: Dragutin Mijatović

Ako joj dopustite, bivša zvijezda Full House *Ashley Olsen* mogla bi vas natjerati da kupite bocu vina. Nije stvarni blizanac *Olsen*, pripazite, već njeno ime kao dio pjesme koja se koristi za opis boce vina Passerino vinarije Maria Ernesta Berucci iz regiona Lazio. *Olsen-ova* "napomena o probi vina" pojavljuje se u meniju u restoranu **Lil Deb Oasis** u Hudson-u u državi New York. Ona glasi: "Sno-konus, *Ashley Olsen*, raketa od boce, bodljikava kruška, nojevo pero, runolist." Direktor vinarije Lil Deb, *Wheeler* kaže da su vinske pjesme restorana "univerzalni jezik koji ljude povezuje s onim što im treba". Samouk i star 25 godina, *Wheeler* upravlja timom restoranskih početnika koji uživaju u decentralizovanom institucionalnom vinskom jeziku. Njihov vinski program dio je laganog, ali uzbudljivog pomaka u načinu na koji sommelieri i vinogradari govore o vinu.

Prekid ciklusa certifikovanog vinskog govora

Kada se termin „univerzalan“ koristi u odnosu na jezik u vinskom svijetu, često se odnosi na terminologiju kodovanu od **Court of Master Sommeliers** i **Wine & Spirits Education Trust** (WSET). "Ako se bavite tim poslom, mora vam biti ugodno razgovarati o stvarima koje vidite i mirišete", kaže *Scott Carney*, magistar Sommelier i dekan studija o vinu u International Culinary Center (ICC). Razumijevanje mreže za gustiranje i uobičajenog jezika koji koristi daje sommelierima samopouzdanje da opišu šta probaju-testiraju, ali tehničko znanje nije preduslov za uživanje u vinu.

Hardy Wallace, vinar u Dirty & Rowdy u regionu Napa u Kaliforniji, to upoređuje sa pisanjem o rock'n'rollu. "Niko ne piše o vrstama gitara i ...", kaže on. „Razgovaraju o tome šta album čini za njih, kako to osjećaju. To je trijumfalno." Prije nego što je *Wallace* proizveo tražena, novoškolska kalifornijska vina, pisao je o tome na svom blogu Dirty South Wine. "O vinu smo uvijek razgovarali na drugačiji način", kaže on. "Nama je daleko lakše prenijeti emocije vinom nego izbacivati subjektivne bilješke okusa." Bilješka za vino Dirty & Rowdy's 2018. California Familiar Blanc glasi:

Snježni leopardi. (To bi zaista trebala biti cijela napomena o degustaciji)

Naša bijela mješavina pije se rano iz unutarnjeg svemira. Citrusna ulja, smrznuta banana i gin & tonic potvrđuju život. Vino Familiar Blanc je blaženo bure, izbor od svih naših bijelih vina iz 2018. godine. Kontemplativan (posmatrački) je i stalno se mijenja u čaši. "

"Neko bi mogao pitati:" Šta ti to, dovraga, govori o vinu ", kaže *Wallace*. "Govori vam o namjeri vina i alkohola." I nisu samo milenijalci ljubitelji vina koji žele Mourvèdre osjećati kao „stijena za jahte za svemirske gusare“. Prosječni kupac Dirty & Rowdy ima 47 do 50 godina.

"Takođe imamo puno ljudi u 70-im godinama koji su klasični kupci vina i žele osvježavajuću alternativu", kaže *Wallace*.



Unutrašnjost restorana Lil Deb's Oasis / Photo by Heidi's Bridge

Kako opisujete želju?

Posjetioци Lil Deb su slične raznolikosti, kombinacija izletnika iz doline Hudson, lokalnog stanovništva, prirodnih vinskih čudaka i starijih gostiju. Za ove avanturiste, restoran nudi vinska putovanja. Serviteri odabiru vino za posjetioce kroz niz pitanja koja se ne odnose na vino. Tokom posjete prošlog ljeta, krenulo je otprilike ovako: zamislite svoje idealno kupanje. Gdje si ti? Koje je doba dana? Kakav je osjećaj vode? Šta radiš? Šta nosiš? Ja sam na alpskom jezeru, a moj suprug preferira sigurnu udobnost bazena. Rezultat? Pjenušavo vino, Vigne San Lorenzo's 2016 Col Tamarie i Domaine Leonine's 2018 Que Pasa Rosé. Bez obzira na to jesu li naočale savršeno usklađene sa vodenom pričom, ili nisu.

"Naša se pitanja tiču želje", kaže *Wheeler*. „Postoji određeni elementi da ne možete tražiti ono što stvarno želite. Ova pitanja pomažu odvratiti pažnju od toga. Ako govorite o plivanju, to je seksi i zabavno." Isto bi se moglo reći i za sveukupno iskustvo u Lil Deb's, gdje na monitorima iznad šanka ide gola muška lakrdija, a neonska svjetla bacaju nijanse ružičaste boje preko prostora-sobe za ručak.

Nico Osteria, italijanski restoran sa morskim plodovima u Čikagu, ima mnogo tradicionalnije okruženje od Lil Deb, ali vinski direktor *Bret Heiar* i dalje pronalazi načine da u svoj program uplete nekonvencionalno pripovijedanje. Njegov "by-the-glass" meni kombinuje bilješke o okusu sa referensama pop kulture i anegdota o vinarima, regijama i bocama. "Kada ste zadnji put kupili vino, da li je neko rekao da ima okus poput ribe, crne trešnje i dima?" Pita *Heiar*. Na Nico's meniju, *Heiar* opisuje vino Franco Molino Cascina Rocca Barola kao "klasičnog starog školskog barola, okusa kao da ga je spasio *Liam Neeson*; Roze kuk, slojevi prekrasnog persimmona voća. Gvozdена šaka u baršunastoj rukavici." Neki gosti skeniraju jelovnik i traže vino "Liam Neeson" ili ono zbog kojeg "želim biti osoba koju oni misle da jesam." "Neki od komentara su jednostavno smiješni", kaže *Heiar*. "Oni započinju diskusiju, a onda možete razgovarati o samom vinu."

Dodatni napor koji *Heiar* provodi na svojoj listi pomaže u premještanju vina. Opisi daju kontekst za točenja u čaše (by-the-glass), što oslobađa servitere i omogućava *Heiar-u* da uključi više ezoteričnih boca. Umjesto poentiranja na degustaciji, osoblje restorana Nico Osteria naoružano je pričama o proizvođačima, regijama i bocama. "Kiselina sa srednjim sadržajem plus' ne znači ništa široj javnosti", kaže *Heiar*.

Promjena percepcije javnosti o vinskim kartama sa finim jelima

Paul Grieco ne misli da postoje ograničenja kako bi sommelieri trebali razgovarati o vinu. Kada se preselio iz rijetkog podruma njujorške konobe Gramercy da bi vodio vlastiti program u svom revolucionarnom vinskom baru Terroir, zapitao se: "Kako da ovo učinim drugačijim?"

Grieco je zamišljao kako je predstavljena vinska karta. "Moja ljubav prema vinu nije lista", kaže on. „Moja ljubav prema vinu su priče koje pričaju. Iz tog zaokreta proizašle fraze su sve što smo od tada učinili."

Grieco-v jelovnik u restoranu Terroir efektivno je podigao srednji prst na konvencionalne vinske karte. "Toliko se toga promijenilo u našoj industriji - izgled i osjećaj restorana, usluga koju pružamo", kaže *Grieco*. "Ali vinske karte ... Isus i Marija Magdalena su vjerovatno na Posljednjoj večeri predstavili vinsku kartu koja je izgledala baš kao vinske karte koje imamo sada." Lista restorana Terroir ispunila je svesku. Imao je grafike, citate, istoriju, umjetnost, priloge i lične anegdote. Bila je to *Grieco-va* knjiga priča.



Vinska karta u restoranu Terroir / Courtesy Terroir

"Ja sam propali renesansni čovjek i shvatio sam da sve što volim - istoriju, filozofiju, umjetnost, kulturu, bez obzira na temu - mogu vidjeti kroz vinsko oko", kaže on. Jedanaest godina kasnije, *Grieco-vi* meniji i dalje imaju isti duh sukoba. Tokom godina razvio je stil usluge koji naziva "agresivnim gostoprimstvom", modifikovanom verzijom filozofije *Danny Meyer-a* o prosvjetljenom gostoprimstvu. *Grieco* i njegov tim koriste agresivno gostoprimstvo kada bezizlazni gost otvori vinsku kartu i postane zatrpan, zastrašen i uznemiren.

"Želim da zatvorite listu što je brže moguće kako bismo mogli razgovarati", kaže *Grieco*. „To je učinjeno sa jedinom svrhom da vas zastraši, pa me pogledate i kažete: 'Paul, samo mi donesi čašu vina. Želim se zabaviti, a ti se zabavi sa mnom. Želim te povesti na putovanje.'"

To je tema koja se ponavlja, sommelieri kao pripovjedači. Kako doći do boce vina u dolinu Bekaa u Libanu? Za *Grieco* preskačete duboku rubin nijansu, note crnog ribizla i tračak sladića u boci Chateau Musar. Umjesto toga, možda svojim gostima kažete o *Serge Hochar*-u, ikonoklastičkom osnivaču vinarije Chateau Musar, koji je propustio tačno jednu berbu dok je proizvodio vino u ratnoj zoni. Agresivno gostoprimstvo nije za svakoga, ali je vrlo efikasno. Možda ste uznemirili nekoliko ljudi u tom procesu, ali sa stilom i svrhom.

Stvaranje emocionalnog odgovora i "Bob, veliki Pinot"

Maxwell Leer, Wine Enthusiast (Top 40 Under 40 Tastemaker of 2016), zna ponešto o uznemiravanju ljudi. On je odgovoran za možda najkontroverzniju vinsku kartu decenije, u restoranu Hatched Hall ([Hatched Hall](#)) u Los Angeles-u. "Bilo je prelijepo, na neki način moderna umjetnost", kaže *Wallace* iz Dirty & Rowdy. „Kao proizvođač, kao neko ko je uzbuđen zbog toga što ljudi govore o vinu, bilo je revolucionarno. Kažem, j.bi se da se trudiš, jer si izvanredan." Naslovi u 2015. nisu bili toliko izdašni. Kritičarka *Besha Rodell* napisala je za LA Weekly da je "Vinska karta Hatched Halla okrutna i izluđujuća šala."

Umjesto sorte grožđa, boje, regije ili proizvođača, *Leer* i njegov sunarodnik *Adam Vourvoulis* sredili su vinsku kartu Hatched Hall-a po uvoznicima vina: Jerome, Robert, Amanda, Michael, Heather itd. Unutar svakog dijela od četiri do šest boca, vina su navedena po rastućem redoslijedu težine, arome i tijela. Ključ na vrhu objasnio je da su pjenušava vina u kurzivu, crna vina navedena su podebljanim slovima, a bijela vina su u standardnom tipu fonta. Rosé je ostao dvosmislen. Za svaki unos, berbu je pratila jedna ili dvije riječi sa oznake svake boce - Blowout'14, Wolfe Goldgrube'09, Von Winning'13. Tu je bila i Instagram ručka sa kojom su gosti mogli komunicirati, plus dobra staromodna usluga pored stola. *Leer* i *Vourvoulis* nisu željeli da boja vina bude prvi utisak gosta na donošenje odluka. Duo je potražio i bilješke o podrumu koje je dao *George Saintsbury*. "Rezonirajuća hipoteza [knjige] je da nije važno ko je vinogradar ili koja je berba", kaže *Leer*. "Najvažnije je da je vino dolazilo iz određenog podruma i služilo se u vrijeme kad je bilo spremno za piće."

Leer je listu zamislio kao izvrsno izjednačavanje vina. "Bob, veliki Pinot", onaj koji uvijek naručuje za stolom, znao bi jednako toliko (ili malo) kao i njegovi manje iskusni pratioci. *Leer* sumnja da to nije dobro sjelo nekim plemićkim sommelierima ili vinskim kritičarima.

"Kad imate posla sa vinskim znalцем, koristite teški jezik", kaže *Leer*. „To je razgovor o zmijama Harry Potter-a. Morate izgovoriti ovaj kod kako bi ih naveo da vam vjeruju. Ili možete razgovarati sa nekim i ispričati mu priče: ko su vinari, o njihovim porodicama, šta jedu i piju, zašto im je bitno njihovo vino i zašto je vama stalo da pijete ovo vino." *Leer*-ov meni planuo je godinu dana kasnije kada je napustio Hatched Hall. Sada radi kao strateg marketinga i brendiranja portfelja pića New York Mutual Trading Company.

Industrija se promijenila u pet godina od njegova odlaska. Snobby sommelier je umiruća pasmina, a na tržištu je zabilježena ekspanzija vina od malih proizvođača i regija u razvoju koja prkose u svim kategorijama. No, *Leer* kaže da se vinske karte restorana još uvijek nisu prihvaćene i da premalo ljudi riskira, ali ne zbog straha od reakcije. Vjeruje da ako sommelieri budu prezaposleni, nedovoljno nagrađeni i bez snage, nikada im neće biti najbolji kreativci. "Ako ljudima date vlasništvo, nosit će ga sa takvim ponosom", kaže on. "A možda će se u meniju i odraziti."

Ponovno učiniti vino pristupačnim

"To je sjajna zabava", kaže *Carney* iz ICC-a, koji se prepusti modnim razgovorima o vinu kad je raspoloženje pravo. „Vino je u osnovi moda. Mogućnostima nema kraja. Volim njihovu umjetnost, muziku, ritm i tempo. Da li ove liste prodaju vino? Ne znam. Ali oni promovišu negodovanje. Kvalitetno ogorčenje. Prisiljava ljude da se angažuju." Ono što ove ustanove nude je edukacija o vinu kroz pripovijedanje priča. Angažira posjetioce kad zakorače u svijet koji možda ne razumiju u potpunosti. Pristup je namijenjen ljudima koji će se emocionalno i intelektualno povezati sa vinom. U tom procesu mogu pronaći nešto novo što odgovara trenutku.

"Zašto nikada ne biste pljeskali ničemu i svemu onome što više ljudi razmišlja o vinu?" kaže *Grieco*. „Zašto bih ikad bio kritičan prema tom sr.nju? Kao poslovni čovjek bio bih debil.”

"Nije me briga kako ste došli u svijet vina, niti ko vam je učitelj", kaže on. „Nadam se da ćete jednog dana doći na moj prag i da možemo razgovarati o vinu. Da biste stigli tamo, treba vam tona ljudi sa kojima ćete razgovarati o vinu."