

Megjelenés helye:
Ideje:

Bor és Piac
2004. június-július

BORTESZT: PRÉMIUM FEHERBOROK

2004. 6-7. SZÁM

BOR és PIAAC

1064 Ft

BORPIACI SZAKMAI MAGAZIN

Fun wine

*Korona Birtok
Szarvas-dűlő szelekció*

Cuvée-piac

Az EU középmezőnye



KORONA BIRTOK
1881

SZARVAS DÜLŐ

TOKAJI ASZÚ
1991

KORONA BIRTOK
1881

SZARVAS DÜLŐ

TOKAJI ASZÚ
ESSENCIA
1993

KORONA BIRTOK
1881

SZARVAS DÜLŐ

TOKAJI ASZÚ
1994



Nemzetközi dosszié:
Penedés és Cava
34. oldal



Piacemberek:
Tálos Attila
48. oldal



9782165230381 040

Gondolatok a negyedik Vinoble kapcsán

Botos Ernő Péter

Első gondolat: jó a Vinoble

Szeretem a Vinoble-t. Persze szeretem például a „Cool climate”, azaz a hidegövi borkonferenciákat, vagy a trópusi szőlőtermesztés rendezvényeit stb. is. Azaz az olyan rendezvényeket, amelyeknek a szervezői megértik, hogy a világ borpiaca már nem térségek szerint szerveződik, hanem tematikusan. Mert ugyanis a Mosel borvidéki jégbortermesztőknek sokkal több köze és közös érdeke van a torontói jégborkészítővel, mint a szomszédos pfalzi száraz fehérbor német készítőjével. Egyszerűen azért, mert az édes borok piaca az egy külön piac, más alapelvek szerint szegmentálódik. Mert a termék más. Ezt ismerték fel ennek a kiállításnak a szervezői, és ennek az alapelvek mentén szervezték immár negyedik alkalommal a rendezvényt.

Második gondolat: Tokaj

Tokaj, azon belül is a Tokaj Renaissance jelen volt a kiállításon. Olyannyira, hogy mindig zsúfolt volt a standja, nagyon sokan kívánták megkóstolni a kínált nedűt. Látható és érezhető volt az érdeklődés. Nagyon jól sikerült a borkóstoló is. Külföldi szakemberekkel beszélgetve hallottam elégedetten csettinteni őket. Kétségtelen, a tokaji boroknak reneszánza van.



A borvidék érezhetően ki akarja használni ezt a lehetőséget. A Vinitaly beszámolómban is említettük, az ottani szereplés is nagyon jóra sikeredett. Jelen pillanatban Tokaj borvidékének van a leghatározottabb jövőképe, és tegyük hozzá, a legnagyobb esélye, hogy a világ élvonalában megragadjanak. Erre a termékük is predestinálja őket, de az önmagában kevés lenne. Ez az aktivitás, amely a két említett kereskedelmi kiállításon túlmenően más ügyekben is érezhető (bortörvény, boriroda felállítás stb.) támogatásra és elismerésre érdemes.

Harmadik gondolat: a Sherry és a Vinoble

A sherry piaci gondokkal küzd, mint oly sok más bor a világon. Korábbi látogatásaimhoz képest szomorú volt látni, hogy egy-két átalam szeretett bodega bezárt, épületében szállodat nyitottak, vagy éppen a szövetkezet bodegáját az idő marja. A másik oldalról meg a vezető borászatok (bodegák) virágoznak, befektetnek, egymást felvásárolják, azaz a termelés is koncentrálnodik. Ebben a helyzetben azonban ők nem sopánkodnak, hanem odaviszik a világot, bemutatják értékeiket, a szakmai életet intenzívebbé teszik. A Vinoble egy nemzetközi kereskedelmi kiállítás – első látásra azonban



Negyedik gondolat: szervezés és a helyszín

Ha valaki szerelmes a sherry vidékébe, ami tudvalevő, hogy könnyebben megeshet, mint egy csinos lány és egy jóvágású férfi között, akkor a Vinoble helyszínébe fülig bele lehet esni. Az Alcazar Mezquita, az arab kultúra jegyeit magán viselő, azt gondosan őrző épületegyüttes, gyönyörű kerttel, árnyat adó növényekkel, ideális helyszín a likőr és természetes édes borok kiállításához. A berendezés elegáns és szolid. A szomszédban a Gonzales Byass bodega vagy éppen a katedrális ad egyszerre szakmai és történelmi légkört, amit természetesen ebben a városban nem olyan nehéz megtalálni, minden utcáson ebbe szippantathatunk bele. Nagyon szép helyszín. A szervezés mediterrán, mert hajnalba nyúló programokkal tüzdelte, de világszínvonalú, mert pontos, szakmailag orientált, kiváló információs anyagokkal ellátott. 82 standon 19 ország szerepelt a kiállítók között. Spanyolország 13, Portugália 3, Olaszország 6, Görögország 9, Magyarország 1, Németország 5, Ausztria 1, Argentína 1, Chile 6, Szlovénia 3, az Egyesült Államok 1, Kanada 1, Ausztrália 2, Franciaország 13, Japán 1, Új-Zéland 1, Dél-Afrika 1, Svájc 1 és Uruguay 1 térséggel, illetve borvidékkel jelentkezett. Összesen 975 likőr- és természetes édes borral neveztek a kiállítók, így összesen csaknem ezer borral lehetett volna megismerkedni, ha ezt valaki idővel és kóstolási teljesítménnyel bírta volna.



Ötödik gondolat: borbemutatók

A borbemutatók talán a legfontosabb részei a kiállításnak. Itt van lehetőség megtanulni az egyes borokat kóstolni és élvezni, vagy éppen összevetni a különböző borok színvonalát. Minden borbemutatón nem lehetett részt venni, de a személyes tapasztalatok a következőket mondatják velem.

– A **tokaji** bemutató nagyon jól sikerült, az első vonalban szerepeltek. A Pajzos, a Megyer, a Disznókő és az Oremus borok osztatlan sikert arattak.

– Domecq

Egy olyan multinacionális sherrybodega, amely képes volt a túlélésre, sőt a piaci krízisből győztesen került ki. Terméktervezése megújult, sokkal piacosabb lett a Domecq sherry, minősége pedig változatlanul jó, kellemes florillatú, telt boraik vannak. Az Ina márkájuk pedig mindent visz a fino kategóriában. Az Amontillado 51-1a kellemes intenzív és édes illatú, a Capuchino márka palo cortado bort takar, sajátos csokoládé-zamatokkal. A Sibarita egy nagyon szép olosz bor, keserű mandula érzettel, mélylilló aranyárga színnel. A Venerable egy Pedro Ximenez, sötét kávészínű, szinte folyékony csokoládé, omlékony, de a szájban ott marad a nemes érzet. Egyedi és különleges bor.



– Kanári-szigetek

Sokan gondolják, hogy az alkoholtűlsúlyos, nehéz borok kóstolója volt ez. Hát nem. A Malvasia borok ugyan édesek, de frissek és könnyűek voltak, még ha olajos tetet találtunk is bennük. Az új irányzat legjobb példái. A hagyományos Moscatel vagy a vörösborok is jól elkészített, észrevehetően tökéletes pincetechnikával készültek. Kellems meglepetés volt ez a borkóstoló, és ismét megállapítható, a piackepés borok övezete egyre délebbre esszik.

– Porto

Az ilyen nagy borok élvezetéhez nagyon sok gyakorlás szükséges. A Tawny borok 10, 20, 30 és 40 éves példányait mindig élmény kóstolni, függetlenül, hogy valaki Porto-rajongó vagy nem. Egy Pedro Ximenez borhoz hasonló Colheita bor a végén csattant, a cseppekbe zárt koncentrált természet, amit élvezni lehetett benne, vastag, lassan folyó csokoládé formájában.

– Botrytis klub borai

Talán ez az a borkóstoló, ahol azt kaptam, amit vártam. Nem jobbat, de nem rosszabbat. Szépek, jól elkészített borok, de még a Sauternes borok sem nyújtották azt, amit a tokajinál vagy a portói kóstolónál lehetett érezni, amikor az ember háta is beleborzong, mert olyan jó a bor. Az Elzász, Gaillac, Sauternes, a Coteaux du Layon borok „csak” szépek voltak.



Hatodik gondolat: francia Botrytis klub

Patrice Lescarret, a Gaillac vidékéről azt mondta, hogy a francia Botrytis klub nagyon jó kezdeményezés, mert Elzász, Sauternes, Condrieu, Jasnieres, Loir, Chote du Rhone, Mâcon, Montlouis, Quarts de chaume és az ő vidéke is, Gaillac, azaz Délnyugat-Franciaország is egy csapatba tartozhat. Elnökük a Chateaux Yquem vezetője, és elsőrendű céljuk a célzottabb és hatékonyabb marketingmunka. A termékazonosság érdekében az érdekegyeztetés is jelent. 2001-ben indult informálisan, 2002-ben 13, ma 16 termelő tagja van a klubnak. Elképzelhető, hogy nemzetközivé teszik a szövetséget, a tokaji termelőkre is számítanak, nemkülönben kanadai, német és osztrák kollégákra várnak még.

