



Godišnji vinski izvještaj 2018.

Kult Plave Kamenice

Godišnji vinski izvještaj 2018.

Kult Plave Kamenice

SADRŽAJ

- 3 **UVODNIK** Glavni problem hrvatskih vina jest identitet
- 4 **REGIJE** Ivica Matošević Malvazija, teran i vrijeme koje dolazi
- 6 **VINA I RESTORANI** Daniela Kramarić (Plavi podrum) Kako sastaviti dobru i zabavnu vinsku kartu
- 8 **STATISTIKE** Vranac je drugo najprodavanije vino na hrvatskom tržištu
- 12 **TERROIR** 4 Zemlje, jedan od najvažnijih projekata za razvoj istarske malvazije
- 16 **IDEOLOZI** Kozlović: Vrijeme je za novu generaciju malvazija, velika vina koja će dugo trajati
- 22 **IZVOZNICI** Ivica Kovačević, Stina: Naš model izvoza temelji se na kvaliteti, karakteru i aktivnoj prodaji sve do krajnjeg potrošača vina
- 24 **SORTE** Kako je Jakša Krajančić s Nericom stvorio novi model dalmatinskih bijelih vina
- 27 **NAGRADE** Šampionska godina: Hrvatska vina nikad nisu bila toliko uspješna na najvažnijim svjetskim natjecanjima
- 34 **EKSKLUZIVNO** Hubert de Billy: Neovisnost, lojalnost i stalno dizanje kvalitete glavne su vrijednosti Pol Rogera
- 40 **POBJEDNICI** Iločki podrumi, najtrofejnija hrvatska vina
- 42 **TEHNOLOGIJA** Kako su Diam čepovi promijenili industriju
- 46 **INDUSTRIJA** I veliko katkad može biti jako dobro
- 48 **EKSKLUZIVNO** Philippe Jamesse: Flute je uvjerljivo najgora vrsta čaše za šampanjac
- 52 **LEGENDE** Krauthaker: Čovjek koji je izmislio modernu graševinu
- 58 **KULTNA VINA** Medaina Punta Greca ekstremni je izraz jedinstvenog istarskog terroira
- 62 **DOGAĐAJI GODINE** Kratki pregled najvažnijih trendova, osoba i događaja u hrvatskoj vinskoj industriji 2018.



Vinski izvještaj 2018. Uvodnik

Glavni problem hrvatskih vina jest identitet

Za svijet postoje samo hrvatska vina i glavne hrvatske sorte, a ne istarska, slavonska ili dalmatinska vina. To su osnovna pravila svjetske trgovine vinom

Kult Plave Kamenice

Bez obzira na sve moguće zlatne medalje na velikim svjetskim natjecanjima, svjetska vinska tržišta još ne znaju ništa o hrvatskim vinima. “Točno, to je nažalost materijalna činjenica,” rekao nam je na predbožićnom ručku u Noelu jedan od najvažnijih istarskih vinara.

“Kad se god pokušavamo probiti do ozbiljnih svjetskih wine buyera, pitaju nas gdje je točno Hrvatska i kakva je to zemlja. A i oni koji znaju za Hrvatsku po turizmu ili nogometu, ne znaju ništa specifično o hrvatskim vinima.”

Identitet definitivno jest glavni problem hrvatske vinske industrije, u njenom već dugogodišnjem uzaludnom pokušaju da se probije na strana tržišta. Sama činjenica da je Bosna i Hercegovina zemlja u koju izvozimo najviše vina, najzornije govori o tržišnom neuspjehu hrvatskih vina u inozemstvu.

Dva su glavna razloga za taj neuspjeh. Prvo, Hrvatska i dalje ne postoji na vinskoj karti svijeta, osim među vinskim profesionalcima. Čak ni malo šira javnost ne zna ništa specifično o hrvatskim vinima.

E sada, da bi hrvatska vina postala prepoznatljiva, neophodan je zajednički globalni nastup svih hrvatskih regija, pod jednim imenom i istim znakovima.

Za svijet, dakle, moraju postojati samo hrvatska vina, kao što postoje samo čileanska, novozelandska ili austrijska vina. Inzistiranje na regionalnom identitetu vina ima smisla samo unutar Hrvatske. Izvan naših granica ono je potpuno besmisleno i kontraproduktivno.

Govoriti o istarskim vinima ili dalmatinskim vinima u Japanu jednako je smiješno kao pokušavati Kinezima, ali i većini Hrvata, objasniti što su Bio Bio i Cholcagua, a što Martinborough i Marlborough (riječ je o važnim vinskim regijama u Čileu i Novom Zelandu, o kojima kraće preda-

vanje iz glave ne bi mogli održati ni brojni hrvatski sommelieri, a kamoli vinski trgovci).

Još je apsurdnije hrvatska vina u inozemstvu predstavljati prema kategorijama,

Osobito smiješna bila je udruga Grand Cru, koja je prije desetak godina mislila da će s par gostovanja u New Yorku i Londonu, koja su njeni članovi krvavo platili, uspjeti ući na vinske liste velikih američkih i engleskih hotela i restorana. Toliku je naivnost zaista teško nadmašiti.

Za svijet, ponovimo, postoje samo hrvatska vina i glavne hrvatske sorte, a ne istarska, slavonska ili dalmatinska vina. Tko to ne razumije, ne razumije glavna pravila svjetske trgovine vinom.

Hrvatska vina nikad neće steći međunarodno prepoznatljiv identitet bez snažne pomoći države u zajedničkoj promociji

Drugo, hrvatska vina nikad neće steći međunarodno prepoznatljiv identitet bez snažne pomoći države, koja mora sukoordinirati i sufinancirati sve glavne promotivne aktivnosti naših vina prema inozemstvu, i koja mora uključiti vino u središnji dio hrvatske turističke ponude.

Novi Zakon o vinu, koji bi se trebao donijeti ove godine, mogao bi stvoriti pretpostavke za takvu ulogu države.

Da bi se hrvatska vina mogla masovnije izvoziti, što je glavni preudvjet za daljnji razvoj hrvatske vinske scene, ona moraju steći prepoznatljiv globalni identitet. A do tog identiteta mogu doći samo zajedničkim nacionalnim nastupom, uz snažnu pomoć države.

Malvazija, teran i vrijeme koje dolazi

Strategija razvoja vinarstva Istre do 2030. godine odlična je platforma za iskorak u novu, ozbiljniju razinu biznisa te pravi test za Istrijane u nadolazećoj dekadi. No, njeno uspješno provođenje zahtijevat će sveobuhvatnu suradnju



Ivica Matošević

Jednostavno rečeno, 2018. godina u Istri je bila poprilično dobra. Nakon stresne berbe 2017. s obilnim kišama u rujnu, malvazije su u boci ispile bolje od očekivanoga. Još se jednom potvrdilo da je malvazija sorta koja u Istri može izvući solidan rezultat i u teškim godinama, bolji od drugih sorti koje danas čine istarski sortiment.

A kako ona čini većinu istarskoga vina, svima koji smo u vinskom sektoru to je značilo zadovoljavajući rezultat u 2018. godini.

Spurrierove teze

Solidan jubilej 25 godina Vinistre ovoga je proljeća uvećao i Steven Spurrier, čovjek koji je dao nemjerljiv doprinos demokratizaciji svjetske vinske scene. Na zaista posebnoj vođenoj degustaciji kroz stilove malvazija, Spurrier je konstatirao nekoliko važnih činjenica koje su me dojmile.

Prvo, malvazija omogućava snažniju ekspresiju teritorija od drugih sorti, primjerice sauvignon blanca, sorte koja stilski dominira u tržišnoj niši svježih i pitkih vina s karakterom, što je odlično za afirmaciju posebnih vinograda u Istri, slijedeći veliki korak koji očekujemo. Nadalje, različita stilistika današnjih malvazija po Spurrieru daje jako dobre rezultate, od inoksa, macerata, odležavanja u različitim drvim,

amforama, do jako dugo odležalih pjenušaca klasične metode te desertnih vina dobivenih prosušivanjem ubranoga grožđa. To ukazuje na tehnološko napredovanje proizvođača.

Treće, Spurrier je ustvrdio da je kiselina vjerojatno ključna karika malvazije, njena kičma koja nosi dugovječnost i daje veći potencijal odležavanja, iako je komercijalna malvazija vino koje pijemo u prvoj godini, te je stoga proizvodimo najčešće u svježoj verziji iz inoksa.

Europska komisija obilježila je ovu godinu kompromisnim rješenjem kojim je smanjila bespotrebne napetosti oko terana i omogućila nam korištenje naziva te sorte

Na kraju, ohrabrio nas je tvrdnjom da je današnja malvazija iz Istre moderno vino koje svijet traži, pa ima sve preduvjete da postane “next big thing”, nova atrakcija na svjetskoj sceni. Vrlo velikodušno od Spurriera, možda teže za ostvariti, no bilo je to jako lijepo čuti na ovogodišnjoj Vinistri. Pored Spurrierovog gostovanja, još su dvije važne stvari obilježile



Ključni preduvjeti za jačanje prepoznatljivosti i konkurentnosti su jake regionalne asocijacije vinara i nacionalno tijelo zaduženo za marketing

period od prošlogodišnje berbe do danas. Jedna je svakako odluka Europske komisije da smanji napetosti oko terana i kompromisnim rješenjem omogućiti korištenje naziva sorte, a druga je donesena Strategija razvoja vinarstva u Istri do 2030. godine.

Velika očekivanja

Prva je zapravo pobjeda nad prljavom populističkom politikom Dejana Zidana, slovenskog ministra poljoprivrede koji je ovom predstavom bespotrebno nanio štetu objema stranama, umjesto da otvori prostor zajedničkoj slovensko-hrvatskoj afirmaciji terana na širem tržištu Europske unije.

Druga je posebno važna za istarske vinare. Strategija razvoja vinarstva Istre do 2030. godine odlična je platforma za iskorak u novu, ozbiljniju razinu biznisa i pravi test za Istrijane u nadolazećoj dekadi. Ne samo vinara, već i lokalne politike te ponajviše turističkog sektora. Od vinskog se turizma podosta očekuje, a za to će trebati raditi zajedno.

Vinari su dokument dočekali s poslovičnim oprezom, svjesni da konkurencija kod nas i vani raste, te da nova vremena traže više standarde kontrole kvalitete, afirmacije teritorija i promotivnih aktivnosti. Dokument je donesen s velikim očekivanjima, a predstoji nam ozbiljan posao strukturiranja Vinistre

za nove zadatke, gdje ćemo morati uložiti više novca i energije u zajedničke aktivnosti. U kojoj će mjeri ove želje istarskih vinara korespondirati s aktivnostima na nacionalnoj razini, ovisit će u dobroj mjeri o sadržaju novog Zakona o vinu.

Pretakanje nove Strategije razvoja istarskog vinarstva u zakonski okvir delikatan je proces, koji će zahtijevati dosta političke volje za konsenzusom među zakonodavcima

Stvar je vrlo delikatna, mi vinari vrlo teško pretačemo svoje prijedloge u zakonsku formu, pa će mnogo ovisiti o količini iskrene političke volje za konsenzusom među zakonodavcima.

Ključni preduvjeti za jačanje prepoznatljivosti i konkurentnosti su jake regionalne asocijacije vinara, te nacionalno tijelo koje bi po uzoru na naše uspješne susjede moralo raditi na marketingu. Ako je država spremna za iskorak u tom pravcu, pomoći će u strukturiranju vinara. Ako toga u novom Zakonu ne bude, propustili smo priliku i izgubiti ćemo vlak za budućnost, a time i korak sa našim konkurentima na globalnoj sceni.

Kako sastaviti dobru i zabavnu vinsku kartu?

Tajna kvalitete vinske karte ne leži u kvantiteti ponude, već u mjernoj jedinici zadovoljstva koju ona može pružiti gostu.



Daniela Kramarić, vlasnica Plavog podruma

Morat ću vas razočarati, ali 10 jednostavnih pravila za kreiranje vinske karte sa 100 jednoobraznih uputa, 500 must-have vina i milijun pravila...ne postoji. Jer kvaliteta vinske karte nikad nije ni bila tako jednostavno mjerljiva.

Vinsku kartu možemo promatrati kao zakonsku obvezu, kao marketinško sredstvo, kao praktično pomagalo prilikom odabira vina, ali ona je toliko više od toga. Nebitno je li pisana rukom, odštampana na papiru ili dostupna na tabletu, ona je puno više od pukog popisa vina.

Bezidejne karte

Okej, mora biti ažurirana, točna, bez pravopisnih pogrešaka, jednostavno koncipirana, čista zabava za goste, mora se nadovezati na ponudu hrane u restoranu, mora odražavati stil i znanje sommeliera, mora biti ekonomski opravdana i nikada, apsolutno nikada ne smije biti dosadna!!!

Može biti lokalnog karaktera, nacionalna ili internacionalna, može biti složena po tipologiji vina, sorti, boji ili regiji. Mora poštivati gosta nudeći mu mogućnost izbora, lako snalaženje, ali i fair-play prilikom formiranja cijena.

Posebno me nerviraju bezidejne karte, bez obzira na to što mogu sadržavati i top etikete. Tužno je kada restoran nema vlastitu ideju za vinsku kartu i pri odabiru se oslanja na jednog distributera. Tužno je kada pola odštampane karte restoran zapravo nema u ponudi. Tužno je kada izvrsnu hranu prate osrednja vina. Naporno je imati nadobudnog konobara za stolom s premalo degus-

tacijskog iskustva, ali je zato beskrajno zabavno uživati u ponudi i surfati po vinskoj karti, posebno ako se nudi mogućnost uživanja u vinima na čaše. Tajna kvalitete vinske karte ne leži u kvantiteti ponude, već u mjernoj jedinici zadovoljstva koju ona može pružiti gostu. Zato ću Vam predložiti nekoliko savjeta, nekoliko zabavnih pitanja, koja si možete postaviti prilikom vaše i samo vaše valorizacije vinskih karti.

Tri ključna pitanja

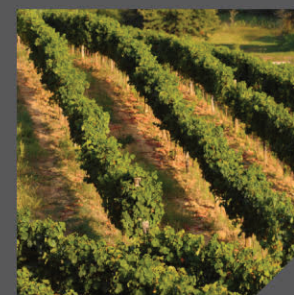
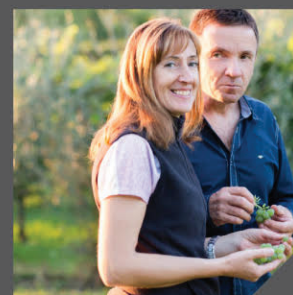
Tko je sastavio ovu vinsku kartu i po kojem su kriteriju birana vina? Jer cijela se životna filozofija sommeliera ili vlasnika restorana može iščitati iz vinske karte. Proljeće je za nas sommiere najzahtjevniji period u godini, kada treba obnoviti vinsku kartu novom berbom. Znam kušati na stotine vina da bih možda desetak uvrstila na svoju vinsku kartu. Ona je ogledalo mog znanja, stila, ali i eno-gastronomskog nacionalnog identiteta.

Trebalo bi propitati duljinu, sadržajnost, sezonalnost i ozbiljnost vinske karte. Ništa mi ne znači kilometarska vinska karta ako je sadržajno loša, ako se konstantno ne nadopunjuje, ako nema zabavnih novih iznenađenja, ali i ozbiljnih svjetskih klasika.

Treće pitanje koje si moramo postaviti je pitanje identiteta jelovnika i identiteta vinske karte, te njihova kompatibilnost. Sljubljivanje hrane i vina primarni je zadatak sommeliera, te najveći izvor zadovoljstva gostu. Treba se znati opustiti i uživati, bez grižnje savjesti, ponekad čak i svjesno kršeći pravila. Jer sommelier može uvijek pripomoći savjetom, ali vaš osobni ukus, ipak je kriterij bez premca, a vino najljepša razbibriga.

KOZLOVIĆ
WINE
EXPERIENCE

www.kozlovic.hr



since 1904

VINARIJA KOZLOVIĆ

Vale 78, Momjan
52460 Buje, Istra, Hrvatska

tel.: 00 385 52 77 91 77
fax: 00 385 52 77 91 88
info@kozlovic.hr
www.kozlovic.hr

GPS +45° 26' 35.94"
+13° 42' 36.13"

Vranac je drugo najprodavanije vino na hrvatskom tržištu

Kontrast respektabilne kvalitete dobrih i vrhunskih hrvatskih vina, loših izvoznih rezultata i dominacije uvoznog trasha, jedan je od središnjih problema hrvatske vinske scene

Kult Plave Kamenice

Kult Plave Kamenice u svakom godišnjem Vinskom izvještaju pokušava istaknuti najvažnije trendove na hrvatskom tržištu vina. Nažalost, ti trendovi nisu dobri. Kako pokazuju statistički izvještaji koje objavljujemo ove godine (izvori su Hrvatska gospodarska komora i AC Nielsen), u Hrvatskoj se pije sve više loših, bar donekle patvorenih i nehrvatskih vina.

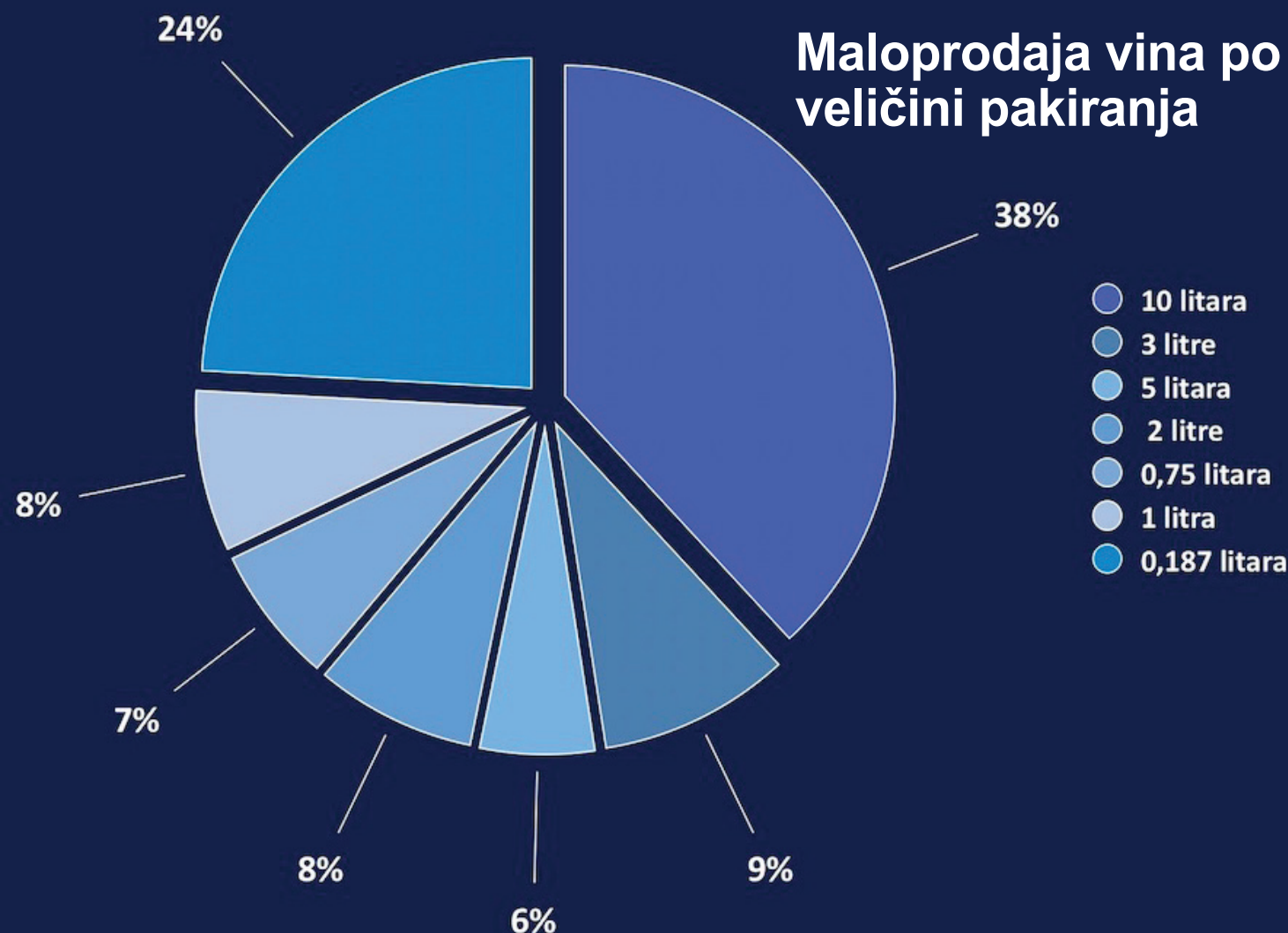
Ovo nehrvatskih ne bi predstavljalo nikakav problem kad bi naši restorani, hoteli i dućani prodavali puno dobrih do vrhunskih stranih buteljki. Međutim, u Hrvatskoj se masovno prodaju trećerazredna rinfuzna vina koja nemaju gotovo nikakvu cijenu.

Odmah iza graševine

Najbolji dokaz ove teze jest činjenica da je vranac drugo najprodavanije vino na hrvatskom tržištu, odmah iza graševine. E sada, vranca u Hrvatskoj uglavnom nema, što znači da je riječ o uvozu. Vina napravljena od sorte vranac u Hrvatskoj ne postižu nikakvu ozbiljniju cijenu, što govori da se radi o vrlo jeftinom uvozu.

Naposljedku, sam podatak da se vranac kod nas uvozi po smiješnoj cijeni od 0,40 eura po litri, dosta skandalozno svjedoči da je to vino uglavnom čisto smeće koje se, međutim, u Hrvatskoj fenomenalno prodaje. Zašto se vranac fenomenalno prodaje?

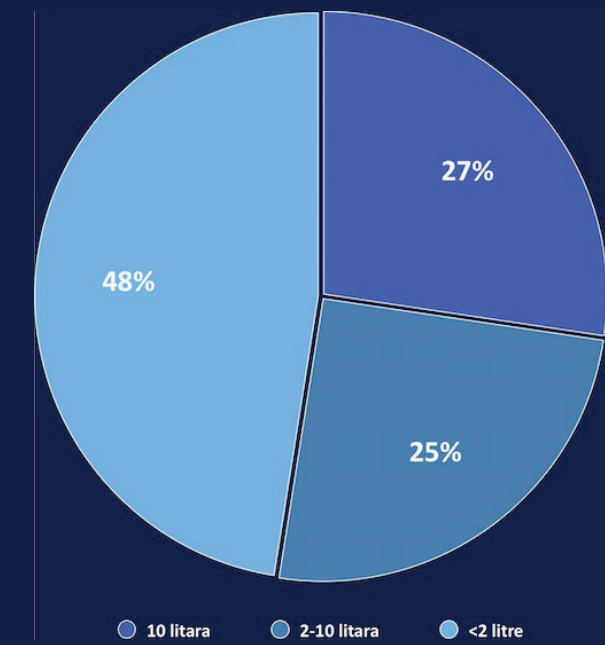
Prvo, zato što je jeftin. Drugo, zato što hrvatski vinari još nisu uspjeli educirati širi krug potrošača o tome što čini kvalitetno vino. Treće, HoReCa, kao i supermarketi, masovno koriste vranac kao svoje



1,2 eura

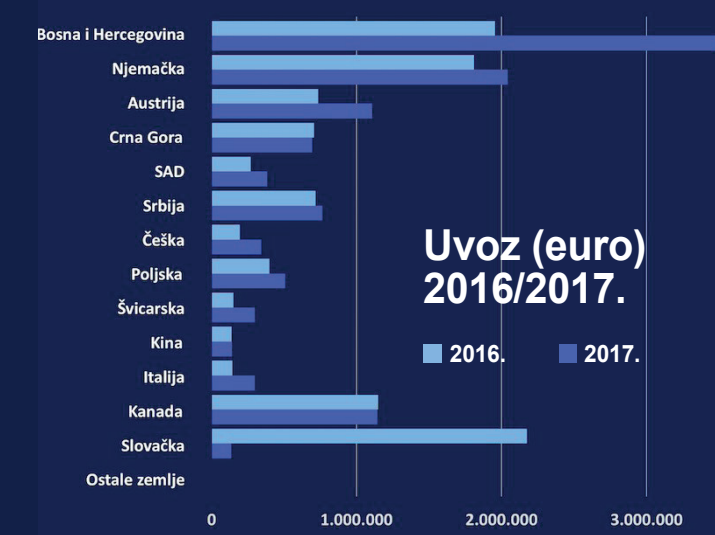
Po litri prosječna je cijena talijanskih vina koja se uvoze u Hrvatsku. Lani je uvezeno 4,5 milijuna litara vina iz Italije.

Uvoz prema veličini pakiranja vina



25,5%

Udjel bijelih vina u ukupnoj prodaji. Hrvatska je jedna od rijetkih zemalja u kojoj se bijela vina prodaju više od drugih



radno vino. I dok za supermarkete možemo imati ponešto razumijevanja jer se oni bave samo prodajom, siroti menadžeri u HoReCi ne razumiju da promoviranjem najgoreg makedonskog vranca izravno uništavaju hrvatsku turističku ponudu, pa samim tim i svoje buduće poslove.

Iduća bitna činjenica o prodaji vina na hrvatskom tržištu tiče se formata u kojima se vina prodaju. Više od 25 posto ukupne prodaje u retailu otpada na velike formate, dakle na pakovanja od tri litre ili veća. Ovaj je podatak indikativan zato što pokazuje da bi se svi veliki proizvođači trebali posvetiti bag-in-box pakiranjima, koja su tehnološki superiorna (vino se lako hladi i ne može oksidirati) te društveno široko prihvatljiva jer je bag-in-box idealni oblik točenja vina na svim mogućim masovkama.

Bag-in-box je rješenje

Nasuprot bag-in-boxu, valjalo bi ukinuti plastične demijžone u kojima vino vrlo brzo oksidira, koji grozno izgledaju, i teško se hlade jer plastika sporo provodi toplinu. Krajnje je vrijeme, dakle, za bag-in-box.

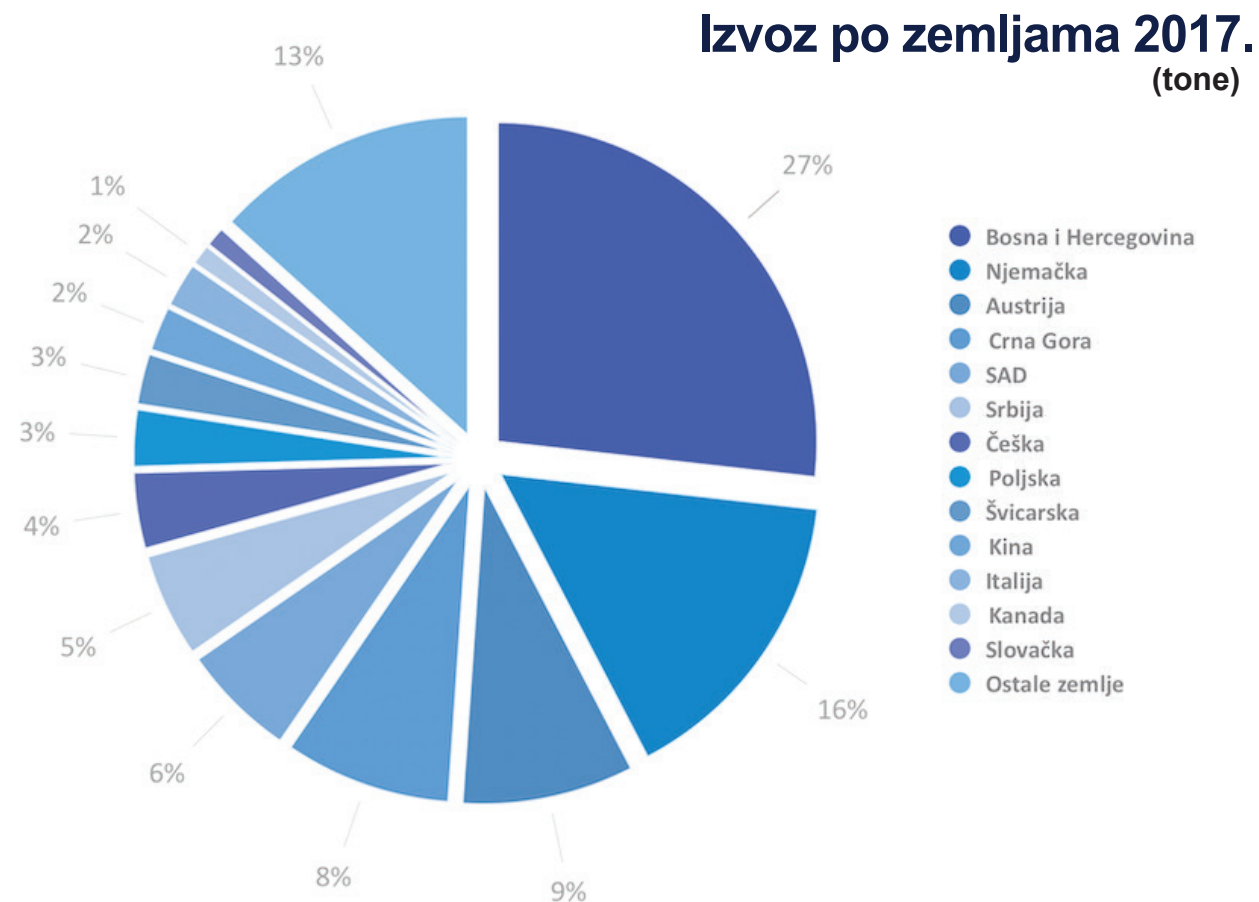
Vinari koji pune vina u veće formate trebali bi angažirati ambiciozne dizajnere, koji će bag-in-box

Podaci o izvozu hrvatskih vina ne izazivaju puno veći optimizam od podataka o prodaji vina u Hrvatskoj

učiniti seksi i zabavnim pakovanjem, a ne tek nekom kutijom s vinom. Kad je, pak, riječ o buteljka-ma, svega 19 posto svih vina koja se prodaju u hrvatskim trgovinama pakira se u boce od 0,75 litara.

Jedan do razloga tog relativno lošeg podatka jest dominacija onih anakronih, dosadnih boca od litre, od kojih bi trebalo odustati. Evo zašto.

Kupci koji nemaju osobite zahtjeve prema vinu mislit će da su vina u buteljka-ma neopravdano skupa, pošto dvije police niže u supermarketu vide vina istih tih firmi sa sličnom etiketom za manje novca. Zahtjevni kupci pak preziru vina u litrenim bocama, pa ne žele kupovati buteljke vinarija koje istim sortama pune i boce od litre. Riječ je o čistoj lose-lose situaciji. Premda se u nekim dijelovima Hrvatske i dalje dobro prodaje, boca od litre povijesni je relikv.



Na kraju, posebno moramo podcrtati podatak da vrhunska vina čine svega dva posto ukupne prodaje vina u Hrvatskoj. Podaci o izvozu hrvatskih vina ne izazivaju puno veći optimizam od podataka o strukturi prodaje vina u Hrvatskoj. Danas je, naime, više nego očigledno da su se raspale sve iluzije o masovnom izvozu naših vina u Englesku, Poljsku, Njemačku ili Japan.

Neumoljive statistike

Tvrde činjenice govore da je naše najveće izvozno tržište Bosna i Hercegovina. A izvoz u Bosnu i Hercegovinu ne možemo smatrati stvarnim izvozom, jer je BiH u mnogočemu, pa tako i u vinu, tek hrvatsko predgrađe.

Recentne statistike o prodaji i izvozu hrvatskih vina, kao i o uvozu vina u Hrvatsku, posve su depresivne i u žestokoj su suprotnosti s visokom kvalitetom koja se postiže u brojnim hrvatskim vinarijama.

Kontrast između respektabilne kvalitativne razine dobrih i vrhunskih hrvatskih vina s lošim izvoznim rezultatima i dominacijom uvoznog trasha na našem tržištu, jedan je od središnjih problema hrvatske vinske scene.

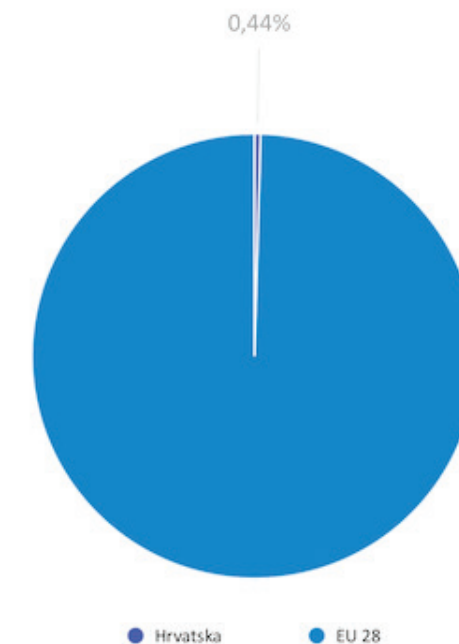
0,4 eura

Cijena po kojoj se u Hrvatsku uvozi vranac, najčešće iz Makedonije i s Kosova, u cisternama

27%

Ukupne hrvatske vinske proizvodnje izvozi se u Bosnu i Hercegovinu. Što znači da gotovo trećina svih hrvatskih vina nikad nije izišla na svjetska tržišta nego je ostala u predgrađu Hrvatske.

Hrvatska vs EU



Proizvodnja u tonama

Okupljamo najbolje. Pridružite nam se.

VINART

grand tasting

1. i 2. ožujak 2019.
Lauba, Zagreb

Vinart Petite Tasting

28. veljače 2019.
DoubleTree by Hilton,
Zagreb

4 ZEMLJE

Jedan od najvažnijih projekata za razvoj istarske malvazije

Franco Cattunar uspio je dokazati da jedan vinograd u jednoj berbi s istom vinifikacijom može dati četiri lako prepoznatljiva različita vina



Franca Cattunara upoznali smo negdje u proljeće 2013. godine. Povezao nas je zajednički prijatelj. Pa nam je na prvom sastanku Cattunar predstavio Četiri zemlje, jedan od najozbiljnijih projekata u suvremenom istarskom vinarstvu. Evo o čemu je riječ.

Franco Cattunar iz Nove Vasi kraj Brtonigle, već i po broju hektara koje posjeduje spada među vodeće istarske vinogradare i vinare. Cattunar trenutno ima najmanje pedeset hektara zasađenih vinovom lozom.

Istraživanje tla

Njegovi položaji u zapadnoj Istri spadaju među superiorne i posve specifične. Njegove malvazije, one iz iste berbe, gotovo su se uvijek međusobno razlikovale.

Pa je Cattunar odlučio doznati zašto su vina iz iste berbe, istog terroira i iste vinifikacije toliko drukčija jedna od drugih. Pa je angažirao porečki Institut za poljoprivredu, vinarstvo i maslinarstvo, koji je o Cattunarovim vinogradima izradio elaborat opsežniji od dvije stotine stranica.

Elaborat je pokazao da Cattunarovi vinogradi sadrže sve četiri vrste tla tipične za zapadnu Istru: crveno, bijelo, crno i sivo. I tako je nastao projekt Četiri zemlje. Franco Cattunar, naime, već godinama proizvodi četiri različite malvazije iz iste berbe, čije su etikete označene bojom tla. Riječ je o možda najradikalnijem pristupu ter-

roiru u Istri, koji zasad donosi značajne rezultate. Crna zemlja redovito je naglašeno mineralna, bogata u bouquetu i neobično svježja.

Usporedni tasting

Bijela zemlja također je drastično mineralna ali siromašnija aromama, dok je crvena zemlja, vrlo česta podloga za istarske vinograde, izrazito bogata aromama ali siromašnija okusom. Siva zemlja je podigrana i nalikuje na standardne mlade malvazije.

Riječ je o možda najradikalnijem pristupu terroiru i Istri, koji zasad donosi značajne rezultate

Da bismo provjerili kako Cattunarove Četiri zemlje funkcioniraju u kraćem vremenskom kontinuitetu, neposredno prije objavljivanja Vinskog izvještaja kušali smo sva četiri vina iz 2017. godine i sva četiri vina iz 2016. godine. Rezultati su dosta inspirativni. Dakle, Crna zemlja iz 2016. gotovo je jednako svježja kao Crna zemlja iz 2017. Ona je tek nešto šira i kremastija od mlade berbe, ali je zadržala gotovo električnu mineralnu strukturu. Radi se o vinu u kojem će se moći uživati još najmanje sedam do osam godina. Crvena zemlja iz 2016. godine

Budući da se malvazija u narednim godinama mora odmaknuti od sadašnjeg fresh and clean modela prema nešto kompleksnijim vinima koja će točnije odražavati potencijal sorte, Cattunarov projekt spada među nekoliko ključnih doprinosa modernoj istarskoj malvaziji

danas je naglašeno kremasta, ali nimalo umorna. Ona se počela pretvarati u klasičnu, bogatu, odležanu malvaziju iz zapadne Istre, koja asocira na Kozlovićevu Selekciju ili JRE.

Siva zemlja

Bijela zemlja iz 2016. najsvježija je i najmineralnija od sva četiri starija vina, ali je suzdržana na okusu, što može značiti da se još nije približila svom vrhuncu.

Posebno nas je iznenadila Siva zemlja, koju smo dosad smatrali inferiornom i koja zaista jest izgubila puno svježine, ali je zato razvila neobičan i originalan bouquet koji asocira na bademe, svježi mažuran, makiju te načelno govoreći podsjeća na zreliji albarino ili čak na assyrtiko. Franco Cattunar uspio je dokazati da jedan vinograd u jednoj berbi s posve istom vinifikacijom, može dati četiri lako prepoznatljiva različita vina. Budući da

se malvazija u narednim godinama mora odmaknuti od današnjeg clean and fresh modela prema nešto kompleksnijim vinima koja će točnije odražavati potencijal te izvrsne sorte, Cattunarov projekt Četiri zemlje zaista spada među nekoliko ključnih doprinosa modernoj istarskoj malvaziji.

Collina i Kappi

Franco Cattunar na svom velikom imanju u dvokatnom podrumu proizvodi i čitav niz drugih vina, od kojih su najvažnija macerirana malvazija Collina, osvajačica Decanterove zlatne medalje u 2018. godini te teran Kappi, koji traži desetak godina odležavanja da bi postao jako, jako ozbiljno vino.

Franco Cattunar odmah pored vinarije otvorio je hotel s pet zvjezdica koji se zove Wine Residence, i koji plijeni nekim od najsenzacionalnijih pogleda u Istri.

ILOČKI
PODRUMI



Najstariji i najnagrađivaniji vinski podrum Hrvatske!



LINIJA VRHUNSKIH VINA POLOŽAJ PRINCIPOVAC



LINIJA ODABRANIH VINA POLOŽAJ VUKOVO

Freixenet

CELEBRATE
IN STYLE

Distribucija/prodaja za Hrvatsku:
Vivat fina vina, Zagreb, 01/6195332
vino@vivat-finavina.hr

Vinoteke:
F. Folnegovića 1b i Martičeva 12.

VIVAT
Fino vino

Vina protkana snagom Dunava,
ponosom više-tisućljetne tradicije
i karakterom jedinstvenih položaja
Principovac i Vukovo!

KOZLOVIĆ

Vrijeme je za novu generaciju malvazija, za velika vina koja će dugo trajati

Poboljšanje kvalitete vinogradarstva i kvalitete grožđa trebalo bi dovesti do novog standarda za visoko komercijalnu malvaziju, tvrdi Kozlović. Uspiju li, bit će to golemi kvalitativni iskorak za istarska vina

Kult Plave Kamenice

Gianfranco Kozlović najvažniji je proizvođač istarske malvazije. Kozlović godišnje prodaje skoro 200 tisuća buteljki malvazije.

No još je važnije da ih prodaje unaprijed, prije nego što su vina uopće spremna da napuste njegov spektakularni podrum u Zapadnoj Istri, i da ih prodaje po punoj cijeni, što znači da Kozlovićeve buteljke na policama koštaju oko 80, a u restoranima minimalno 150 kuna.

Istarski Moët

Franco Kozlović je zapravo postao neka vrsta istarskog Moët et Chandon: sve što napravi odmah se proda, a njegov je brend toliko prepoznatljiv da je Kozlović postalo drugo ime za malvaziju. Ili malvazijino prezime. No, Kozlović smatra kako je

došlo vrijeme da se svijet malvazija i istarskih vina promijeni. O novoj generaciji malvazija razgovarali smo za ugodnim ručkom u Noelu, desetak dana prije Božića. Nismo, naravno, pili malvaziju nego Podveršičevu Ribollu koja se Kozloviću jako dopala.

Bitka se dobiva u vinogradu

Komentirao je kako su oranži zadnjih godina postali glatki i elegantni, kako više nisu tek radikalna i drukčija, nego baš prava, velika vina.

“Čini mi se da su ti momci, koji se na slovensko talijanskoj granici bave oranžima, u zadnjih desetak godina strahovito puno naučili. Kao što smo i mi u Istri učili, učili i učili. Početkom ovog stoljeća previše toga još nismo znali. Ali smo donijeli nekoliko ispravnih odluka, poput kreiranja modela mlade i

GIANFRANCO KOZLOVIĆ

Nakon što je pokorio domaće tržište, najvažniji istarski vinar posvetio se razvoju velikih odležanih malvazija koje se mogu piti godinama





Druga i treća generacija obitelji Kozlović u Momjanu upravo definira novu generaciju vina koja bi mogla promijeniti globalnu percepciju malvazije

svježe malvazije koja je osvojila tržište, i koja je i danas najprodavanije buteljirano vino u hrvatskim restoranima. No, sada je vrijeme da istarske malvazije krenu dalje.” Kozlović drži da se najvažniji novi korak u razvoju malvazija mora učiniti u vinogradarstvu. “Zemlja je ono najznačajnije što imamo, ono što moramo najviše poštovati, i ono što nam daje najviše prostora za poboljšanja.”

Trajnost malvazija

Pa smo onda sat vremena raspravljali o tretmanu zemlje u vinogradima, pri čemu smo dotaknuli i ekološki uzgoj i neke sasvim napredne prakse poput korištenja algi u vinogradima. “Poboljšavanje kvalitete obrade vinograda ono je što me sada pokreće,” kaže Kozlović, “točnije rečeno, to je jedan od tri ili četiri motiva koji me sada pokreću.”

Poboljšanje kvalitete vinogradarstva i kvalitete grožđa trebalo bi dovesti do novog standarda za visoko komercijalnu malvaziju. Kozlović taj standard vidi u Selekciji, vinu koje je pustio na tržište u kasno proljeće 2018. godine, i koje je prvo opisao kao

stanovitu kombinaciju luksuzne Santa Lucie i svoje bazične malvazije. Selekcija je svakako supstancialnija, gušća i bogatija od redovnih malvazija, ali je s druge strane zadržala onu električnost, hrskava-

U Istri se očigledno stvara kritična masa znanja, volje i ekonomske snage koja bi mogla dovesti do novog preporoda malvazije.

vost, šarm i svježinu mladih malvazija. “Vina tipa Selekcije u budućnosti bi trebala zamijeniti sadašnje bazične malvazije. A to se može postići pažljivim radom u vinogradu,” smatra najvažniji istarski vinar. Ako se to zaista ostvari, radilo bi se o golemom kvalitativnom iskoraku za istarska bijela vina. Drugi bitan element kad je riječ o napretku malvazija, jest njihova trajnost. Kozlović drži da je došlo vrijeme za afirmaciju odležanih, zrelih malvazija,

Verzak

— LJEPOTA —
POVEZIVANJA





koje se mogu piti godinama. “Ovdje nije važan stil vinifikacije. Možemo govoriti o mojoj Santa Luciji koja je vrlo burgundska, možemo govoriti o radikalno maceriranim vinima poput Fakinove La Prime, možemo govoriti o amforama. Važno je da malvazija dobije i obrani status vina koje može dozrijevati godinama, i koje se može piti barem desetak godina.

Program za budućnost

Moram priznati kako sam i ja svojedobno bio skeptičan prema mogućnosti dozrijevanja malvazije. Ali, prije nekog vremena u podrumu sam naišao na buteljku iz 2002. godine, i to ne na Santa Luciju, nego na buteljku iz redovite berbe. Ona nije bila ni oksidirana, niti je izgubila puno svježine.

Naprotiv, vino je bilo u skoro izvanrednom stanju, i nikad na slijepom kušanju ne bih rekao da se radi o petnaestak godina staroj malvaziji. Tada sam se definitivno uvjerio da malvazija nije samo clean and fresh, nego da naša istarska malvazija može postati značajna svjetska sorta koja daje zaista velika vina sposobna da dugo odležavaju”.

Proizvodnja prestižnih odležanih bijelih vina jedan je od glavnih Kozlovićevih osobnih motiva u idućoj fazi razvoja njegova branda. Franko Kozlović pred sebe je, dakle, postavio tri važ-

na cilja. Prvo, značajno unaprijediti rad u vinogradu, uz uvažavanje ekoloških načela. Drugo, podići standarde temeljnih malvazija na razinu njegove Selekcije, što jest bitan kvalitativni skok. I treće, nametnuti malvaziju kao veliko svjetsko bijelo vino s dugim potencijalom odležavanja.

To je, dakle, Kozlovićev program za budućnost istarske malvazije. Zanimljivo je, važno i dobro za hrvatsko vinarstvo da se Kozlovićev program za budućnost malvazije gotovo u potpunosti podudara s ciljevima Milana Budinskog, glavnog enologa Lagune koji budućnost malvazije vidi u ekološki tretiranim vinogradima, i u vinima koja se mogu piti najmanje desetak godina.

Novo ideje za teran

U Istri se očigledno stvara kritična masa znanja, volje i ekonomske snage, koja bi mogla dovesti do novog preporoda malvazije. Gianfranco Kozlović pred sebe je postavio i četvrti cilj, koji nema veze s malvazijom.

“Sve više me uzbuđuje teran. Znam da moji terani još nisu dovoljno elegantni i kompleksni. No, mislim da sada u podrumu imam nešto terana koji bi se mogao pretvoriti u veličanstveno vino. Teran je zadnjih godina postao jedna od mojih opsesija. Stvarno mislim da Istra i Hrvatska mogu postati jednako poznate po vrhunskom teranu, kao što su poznate po malvazijama.”



IVICA KOVAČEVIĆ, STINA

Naš model izvoza temelji se na kvaliteti, karakteru i aktivnoj prodaji sve do krajnjeg potrošača vina

Nakon što vino prodamo distributeru, aktivno sudjelujemo u prezentaciji vina, pomažemo u prodaji restoranima i vinotekama i upoznajemo ljude s terroirrom

Kult Plave Kamenice

Sivicom Kovačevićem, direktorom bračkog Stina vina razgovarali smo o izvoznom uspjehu ove velike bračke kuće. Premda hrvatska vinska industrija nije osobito uspješan izvoznik, Stina spada među nekoliko rijetkih, važnih iznimaka, pa stoga može poslužiti kao model efikasnog nastupa domaćih vinarija na stranim tržištima.

U kojim se sve zemljama prodaju Stinina vina?

Danas se Stina vina prodaju u 15 zemalja diljem svijeta od Japana do Kanade, tako da možemo reći da gotovo nema dijela svijeta gdje se ne možete susresti sa Stina vinima.

Jeste li na neki proboj posebno ponosni?

Svako od tih tržišta imalo je svojih specifičnosti i zanimljivosti. Možda bih izdvojio tržišta na kojima smo danas prisutni s najvećim količinama. U Kanadi (pokrajina BC) smo dostigli zaista respektabilne brojke i ušli u gotovo sve najpoznatije restorane. U Švicarskoj nam prodaja raste iz godine u godinu, posebno u segmentu naših skupljih vina. Njemačka je od prvih dana naše najstabilnije tržište. Posebno bi možda trebalo istaknuti prodaju u Francuskoj.

Što je po vašem iskustvu najvažnije za ulazak hrvatskih vina na strana tržišta?

Mislim da nema velike razlike u pristupu domaćem i stranom tržištu. Mi i jednim i drugim tržištima pristupamo na sličan način. Naš osnovni moto je aktivno sudjelovati u prodaji do krajnjeg potrošača. Naime, kada prodamo vino distributeru mi ulažemo veliki trud u to da mu pružimo pomoć u predstavljanjima u restoranima i vinotekama. Tako zajedno radimo na animiranju krajnjeg potrošača, upoznavajući ga s nama kao proizvođačima i našim vinima. Rekao

bih da nastojimo prodati vino tri puta, distributeru, restoranu i gostu u restoranu.

Uza sve to, nastojimo ključne ljude iz tih zemalja dovesti u našu vinariju na Brač i upoznati ih s našom filozofijom proizvodnje, kako bi osjetili i vidjeli gdje i kako nastaje Stina. No, kvaliteta vina koju Stina nudi je presudna, bez toga nema uspjeha i zato nam je uvijek na prvom mjestu.

Izvoz je jako skup, posebno u početku i teško je raditi sam. Zajedničkim nastupom moramo graditi imidž Hrvatske kao zemlje kvalitetnih vina

Kako ste se uspjeli probiti na francusko tržište?

Sve je krenulo od prijateljstava sklopljenih puno prije projekta Stina, a kada se prilika ukazala mi smo je objeručke prihvatili i kroz naš pristup "prodaje 3 puta" došli do respektabilne prisutnosti vina u zemlji koja je sinonim za vino. Veliku su ulogu svakako odigrali i naši susreti s kupcima i gostima iz Francuske u Stina vinariji u Bolu, ali i ovogodišnje prezentacije diljem Francuske. Francuski potrošači žele istraživati i otkrivati nova vina i mi smo to iskoristili. Danas nam je Francuska jedno od najjačih izvoznih tržišta. Nadamo se da će tako i ostati.

Bi li Hrvatska trebala imati zajedničku, krovnu strategiju za izvoz vina?

Ne samo izvoza, Hrvatska bi trebala imati i zajedničku strategiju vinskog marketinga. Kad je prije nekoliko godina



Stina vina danas su prisutna na 15 svjetskih tržišta

napravljena strategija zajedničkog marketinga i označavanja, činilo se da idemo u tom smjeru, ali nažalost sve je najednom stalo. Štoviše, ni kroz izmjene Zakona o vinu taj dio priče nismo uspjeli ugraditi u zakonske propise, što bi sigurno osnažilo zajedničku tržišnu i marketinšku strategiju. Svima bi nam bilo puno lakše raditi i na domaćem, a posebno stranom tržištu, kada bismo imali zajedničku strategiju i jedinstven, prepoznatljiv marketing.

Izvoz je jako skup, posebno u početku, i puno je teže ako radite sami. Zajednički nastup je lakši i jeftiniji. Moramo izgraditi percepciju Hrvatske kao zemlje kvalitetnih vina. Pojedinaac to teško može, zato su upravo neophodni zajednički nastup i iskrena podrška državne administracije.

Često se govori da je plavac staromodno, rustikalno vino koje ne prolazi na stranim tržištima. Mislite li da plavac ima potencijala da postane svjetski prepoznatljiva sorta?

Mislim da je teško reći da ijedna sorta iz Hrvatske može biti svjetski brend, ali Plavac mali svakako može i mora biti jedno od vina po kojima je Hrvatska prepoznatljiva u svijetu vina. Plavac mali poseban je upravo zbog te svoje "divljine," po njoj se razlikuje od drugih sorti.

U današnjem shvaćanju vinarstva u svijetu, kada se i po Francuskoj izvlače stare i zaboravljene sorte, upravo mu je to najveća prednost.

Specifična divljina plavca i nama vinarima daje različite mogućnosti da ga oblikujemo svatko na svoj način, a da ostaje prepoznatljiv. Zato mislim da mjesto na tržištu imaju i rustikalni, rekao bih tradicionalni plavac i njegovi razni moderniji oblici, koji pokušavaju slijediti svjetske trendove u proizvodnji vina.

Sve skupa će dati očekivanu prepoznatljivost i pokazati širinu ove sorte. Najbitnije je da se plavac vrati na svoje najbolje južne položaje, jer će tamo dati ono po čemu ga prepoznajemo i cijesimo.



Kako je Jakša Krajančić s Nericom stvorio novi model dalmatinskih bijelih vina

Jakša Krajančić definitivno je najznačajniji suvremeni dalmatinski proizvođač bijelog vina. S tri izvrsna pošipa Nerica zaredom iz tri vrlo različite, komplicirane berbe, postavio je novi obrazac za moderna dalmatinska sortna bijela vina

Kult Plave Kamenice

Korčulanski vinar Jakša Krajančić mlad je, moderan čovjek s jakim lokalnim korijenima vidljivima i u njegovu govoru, i u gotovo sramežljivom nastupu karakterističnom za osobu koja je iz male sredine ušla u veliku igru. No, da bi se razumjela važnost posla koji Krajančić upravo obavlja s pošipom Nerica, moramo se vratiti u davnu prošlost, dok se vlasnik Nerice još nije bio rodio. Sredinom 70-tih godina na policama hrvatskih trgovina i tada sasvim rijetkih vinoteka nije bilo baš mnogo buteljiranih vina. Osobito nije bilo puno buteljiranih bijelih vina iz Dalmacije.

Među rijetkim takvim buteljicama u oči su upadali pošipi iz Čare i Smokvice, čije su se etikete doimale gotovo luksuzno u usporedbi s dizajnom većine drugih hrvatskih vina iz onog vremena. Tijekom 70-tih i u prvoj polovici osamdesetih nastala je interna legenda o pošipu iz Čare kao osobito vrijednom vinu. Koliko se sjećamo, radilo se zapravo o vrlo teškim, gustim, uljastim, ali oksidiranim vinima bez imalo svježine, koja su mogla steći ugled samo u vrlo slaboj konkurenciji. Pa je tako pošip Čara ostao standard za dalmatinska bijela vina sve do sredine devedesetih godina, a ponegdje i dulje. Fascinantno je koliko južnodalmatinskih hotela i restorana i danas nudi Čaru kao prvu opciju, premda su ta vina već dav-

no inferiorna konkurenciji i loše predstavljaju sortu. Zatim se, u drugoj polovici 90-tih pojavio veliki Mike Grgich.

Grgich je u vinariji u Trsteniku od korčulanskog grožđa počeo proizvoditi sasvim drukčiji, svjež, čist ali barikiran pošip. Grgičev je pošip neko vrijeme bio senzacija. Radilo se zaista o vrlo dobrom vinu, no Grgić ipak nije pogodio pravi karakter pošipa. Zapravo, zadnjih nekoliko berbi ostavljaju mnogo autentičniji dojam od prvih Grgičevih pošipa. Poslije Grgića došao je Luka Krajančić, koji je Pošipom sur Lie postavio sasvim nove, dosta radikalne kriterije. Krajančićev Sur Lie duboko je, ozbiljno, meditativno i često briljantno vino, ali to je vino autorski rad i ne može biti obrazac za cijelu scenu. Onda je prije nekoliko godina

na tržište stigla Nerica mladog Jakše Krajančića. Čim se pojavila u restoranima i vinotekama (distributer je zagrebački Vivat) Nerica je postala model za idealno dalmatinsko bijelo vino. Evo zašto.

Nerica je uspjela sačuvati autentični, cvjetno-herbalni značaj sorte i udružiti ga sa svježinom potpuno netipičnom za dalmatinska bijela vina. S Nericom smo u cijeloj povijesti dalmatinske vinske industrije dobili prvo hrskavo, potpuno čisto, naglašeno bijelo vino, koje se na plus 30 može piti u velikim ko-

ličinama i istodobno je kompleksno i sortno savršeno prepoznatljivo. Takav spoj južnodalmatinskog terroira i svježine učinio je Nericu prvorazrednim gastronomskim vinom, i to izvan regionalnih granica.

U Zagrebu gotovo da nema ozbiljnijeg restorana koji ne drži Nericu, a mnogi je restorani toče na čaše. Jakša Krajančić je, dakle, s Nericom uspostavio uspješan model za suvremenu proizvodnju dalmatinskih bijelih vina. Utoliko je Krajančić postao dalmatinski Kozlović. Važno je da model Krajančićeva pošipa

Krajančićev model pošipa nije banalan, nego je plemenit i autentičan, o čemu svjedoči i Decanterovo zlato za Nericu iz 2016. godine

nije banalan, nego je plemenit i autentičan, o čemu svjedoči i Decanterova zlatna medalja za Nericu 2016. Berba 2017. premda količinski mala također je briljantna, što znači da je Krajančić uspio proizvesti tri sjajna vina zaredom u klimatski nejednakim okolnostima. Takvo što nije osobito često ni u vinski naprednijim zemljama.

Jakša Krajančić, čiji je pošip Mindel s istoimenog superiornog položaja sasvim druga vrsta bijelog vina, ozbiljnog, supstancijalnog ali ne lakopitkog (nešto poput težih F.X. Pichelrovih ili Knollovih smaragda), najznačajniji je moderni dalmatinski proizvođač bijelih vina. Njegov bi utjecaj mogao biti puno dalekosežniji nego što je umjereni i suzdržani Krajančić uopće svjestan. Ili i čiste pristojnosti ne želi govoriti o tome.



Jakša Krajančić mogao bi imati dalekosežan utjecaj na vinsku industriju



Medea

Trenutak strasti iz Istre



Trenutak inspiracije, trenutak opuštanja, trenutak uživanja
Medea vina

www.medeas.hr

Vinski izvještaj 2018. Nagrade

Šampionska godina

Hrvatska vina nikad nisu bila toliko uspješna na najvažnijim svjetskim natjecanjima

Hrvatska vina nikad nisu bila toliko uspješna na najvažnijim svjetskim natjecanjima, kao u 2018. godini. Naša su vina ove godine osvojila deset zlatnih medalja na Decanterovim Svjetskim nagradama i dva zlata na International Wine Challengeu. Uz to, hrvatski su se vinari izborili i za pregršt srebrnih medalja, dok je bronci toliko da ih nismo ni uvrstili u ovaj pregled. Međunarodni uspjesi hrvatskih vina u posljednje dvije godine govore i o rastu kvalitativnih standarda naše vinske industrije, kao i o sve većem broju proizvođača koji šalju svoje buteljke na važne internacionalne ocjenjivačke smotre. Osobito nas veseli što su neki posve mali, čak i nacionalno jedva poznati vinari poput

Cossetta i Anđelinija, osvojili zlatne medalje. Veseli također što geografija zlatnih medalja unatrag dvije godine obuhvaća cijelu zemlju, od Buja preko Železne gore na sjeverozapadu, do Erduta na istoku i Korčule na jugu. Međutim, zlata i platine iz zadnje dvije godine nisu i zaista ne mogu biti razlog ni za kakav trijumfalizam. I ovdje, nažalost, moramo podsjetiti na činjenicu da hrvatska vina i dalje de facto ne postoje na velikim svjetskim tržištima, ni u maloprodaji ni u restoranima i hotelima. Stoga je glavni zadatak hrvatske vinske industrije da uz sustavnu državnu pomoć napokon postane nišni ali prepoznatljiv igrač na međunarodnoj sceni. Jer, samo od medalja se ne živi.



Anfelini Domenico Cabernet Sauvignon Merlot 2015.



Andrea Cossetto Prima Luce 2017.



Badel 1862 Korlat Syrah 2014.



Cattunar Malvazija Collina 2015.



Fakin Teran 2017.



Franković Korona Sur Lie 2016.



Jakopić Pušipel Prestige 2015.



Krauthaker Izborna berba bobica Graševina 2015.



Krauthaker Kuvlakhe Manzoni 2013.



Nerica pošip 2016.



Damjanić Clemente Blanc 2015.



Damjanić Malvazija 2016.



Vina Laguna Reserva crno 2013.



Badel 1862 Korlat Supreme Syrah 2012.



Benvenuti Caldierosso 2016.



Benvenuti San Salvatore Muškac 2013.



Benvenuti Santa Elisabetta 2015.



Boškinac Cuvee 2013.



Dvorac Belaj Kseniia 2015.



Cmrečnjak Sauvignon 2017.



De Gottho Graševina 2017.



Degrassi Bomarchese Riserva Istarska Malvazija 2015.



Degrassi Bomarchese Selekcija Istarska Malvazija 2016.



Degrassi Terre bianche Cuvee Blanc 2016.



Domaine Koquelicot Belaigra 2016.



Domaine Koquelicot Fugaz Sur Lie 2016.



Fakin La Prima Malvazija 2016.



Feravino Miraz Graševina 2016.



Franković Teran 2017.



Iločki podrumi Izborna berba bobica Traminac 2015.



Kalazić Rajnski Rizling 2016.



Korta Katarina Pošip 2017.



Kostanjevec Graševina 2017.



Kostanjevec Sauvignon Blanc 2017.



Kraljevski vinogradi Punta Skala Pošip 2017.



Kraljevski vinogradi Pošip Prestige 2017.



Kutjevo Graševina 2017.



Matočec Chardonnay 2016.



Matočec Graševina 2016.



Matošević Alba 2016.



Meneghetti Red 2011.



Feravino Ledeno vino Frankovka 2016.



Cmrečnjak Pušipel Classic 2017.



Ritoša Dolce Amato 2016.



Sibon Brut NV



Skaramuča Elegance 2013.



Svijetli Dvori Izborna berba Graševina 2015.



Vučemilović Okosa Krševan Malvasija 2016.



Zure Elyson 2016.



Vina Laguna Festigia Malvazija 2016.



Vina Laguna Festigia Riserva Malvazija Akacija 2015.



Cossetto Prima Luce 2017.



Skaramuča Pošip Elegance 2016.



Benvenuti Muškät San Salvatore 2013.



Benvenuti Teran Anno Domini 2015.



Iločki podrumi Traminac Vrhunski 2016.



Peršurić Misal Millenium 2013.



Geržinić Malvazija 2017.



Pervino Gold 45 Malvazija Istarska 2015.



HUBERT DE BILLY

Neovisnost, lojalnost i stalno dizanje kvalitete glavne su vrijednosti Pol Rogera

Mi nismo milijarderi. Ne isplaćujemo velike dividende. Pol Roger je naš identitet a ne tek vlasništvo, mi ga čuvamo za svoju djecu kao što su ga naši preci čuvali za nas. Zato je Pol Roger još uvijek obiteljska firma

Kult Plave Kamenice

S Hubertom de Billyem, izvoznim direktorom ugledne šampanjerije Pol Roger i izravnim potomkom samog utemeljitelja tvrtke, razgovarali smo o vrijednostima u svijetu šampanjca.

Pol Roger, nazvan po svom osnivaču, utemeljen je 1849. godine u Epernay, mjestu gdje se danas proizvodi Dom Perignon. Pol Roger puni oko milijun i pol buteljki godišnje, što ga svrstava među manje klasične šampanjske kuće.

Netipična kuća

Njegova vina, međutim, redovito dobivaju izvrsne ocjene. Cuvee Winston Churchill, nazvan po engleskom ratnom premijeru koji je Pol Roger redovito pio na sjednicama kabineta, ubraja se među najspektakularnije luk-suzne šampanjce na svijetu.

Pol Roger jedna je od vrlo rijetkih preostalih obiteljskih tvrtki među klasičnim šampanjskim kućama, jer klasične šampanjske kuće iz godine u godinu ulaze u

vlasništvo velikih korporacija, ili pak i same prerastaju u korporacije. U Pol Rogeru čvrsto žele zadržati tvrtku u obiteljskom vlasništvu, i ne inzistiraju na brzom rastu i velikim zaradama, što je sve prilično netipično za modernu vinsku industriju. Šampanjce Pol Roger, omiljena vina engleske kraljevske obitelji, u Hrvatsku uvozi zadarski Atrox.

Veliki klasik i grower

Kako biste opisali položaj Pol Rogera na suvremenoj šampanjskoj sceni, koja se uglavnom podijelila na korporacije i na growere?

Pa, i mi smo pomalo groweri. Posjedujemo jako puno vinograda s obzirom na veličinu kuće, budući da proizvodimo manje od dva milijuna boca godišnje.

Mi smo, dakle, s jedne strane veliki grower, a s druge klasična šampanjska kuća nastala u 19. stoljeću. Važno nam je da ostanemo u obiteljskom vlasništvu. Ne zanima nas korporativni poslovni model. Oko 95 posto dionica Pol Rogera je u vlasništvu članova obitelji, i tako će ostati.



U smjeru kazaljke na satu 1. Pol Roger Brut Reserve jedna je od najboljih vrijednosti za novac iz Champagne 2. Hubert de Billy 3. Pol Roger po proizvodnji je jedna od najmanjih kuća u Champagni.



N

aš je glavni cilj da ostanemo neovisni. Neovisnost zapravo znači da imate mogućnost kontrolirati sve aspekte biznisa, uključujući distribuciju. Kad bismo počeli kupovati vinarije samo zbog novca, to bismo izgubili

Ali, kako možete spriječiti neku veliku banku ili fond da vas kupe, kao što se to doslovno iz dana u dan dešava s brojnim privatnim vinarijama u cijelom svijetu?

Ovdje je riječ o identitetu svih nas koji radimo u Pol Rogeru. Dakle, ovdje nije riječ o novcu. Mi ne isplaćujemo velike dividende.

Mi nismo milijarderi. Međutim, svi mi u sadašnjoj generaciji vlasnika Pol Rogera, svjesni smo da zapravo nismo vlasnici naše tvrtke nego je samo čuvamo za iduću generaciju, za generaciju naše djece, kao što su je naši roditelji čuvali za nas.

To je baza, recimo to tako, naše poslovne i vlasničke etike. Osim toga, strahovito je važno pažljivo komunicirati sa svim članovima obitelji kako bi svi ostali zainteresirani da zadrže svoje udjele u tvrtki. Kad, pak, govorimo o novcu, sve ih upozoravamo da dionice Pol Rogera stalno rastu i da one vrijede kao dugoročna investicija.

Sustav neovisne distribucije

Okej, ne želite se nikome prodati što zvuči sjajno i idealistički. A želite li nekoga kupiti?

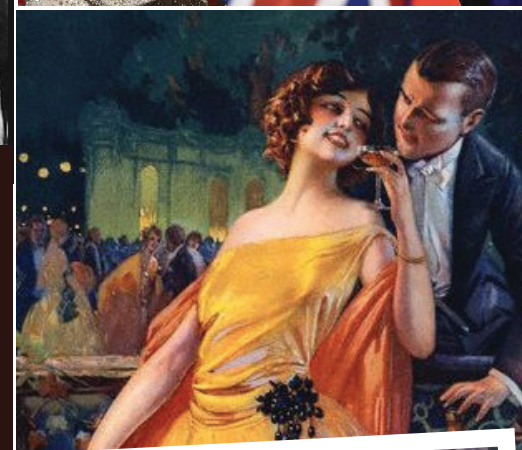
Moram priznati da nemamo strateški plan za kupnju neke druge vinarije, što ne znači da se ne bismo upustili u tako nešto ako bi se ukazala dobra prilika i ako bismo procijenili da određenoj vinariji koja dijeli naše vrijednosti zaista možemo pomoći.

Naš je glavni cilj da ostanemo neovisni. Kad bismo se upuštali u akvizicije samo zbog financijske vrijednosti pojedinog posla, izgubili bismo neovisnost. Jer, neovisnost znači da možete kontrolirati

sve aspekte biznisa uključujući i distribuciju. Umjesto da pod svaku cijenu kupujemo, mi radimo na našem neovisnom sustavu distribucije, blisko surađujemo s vinogradarima od kojih kupujemo grožđe, trudimo se poboljšati njihove poslovne uvjete i tome slično.

Bez kompromisa

Ponavljam, nismo klasična kapitalistička tvrtka koja se želi širiti pod svaku cijenu. Naravno da i mi želimo rasti, ali ne na račun kvalitete i neovisnosti.



**Remember gentlemen,
It's not just France
we're fighting for,
it's Champagne!**

WINSTON CHURCHILL



Sbritanskom kraljevskom obitelji ne surađujemo radi marketinga nego radi lojalnosti, kao što negujemo i bliske odnose s obitelji Churchill. Lojalnost je jedna od glavnih pretpostavki da ovaj posao potraje još jako dugo.

Što mislite o pokretu growers proizvođača šampanjca?

Ja ih jako podržavam. Smatram da oni donose novi ugled Champagni i da su jako korisni za cijelu našu industriju.

Više ste puta naglašavali kako bi šampanjci trebali dulje odležavati prije puštanja u prodaju. Vaš bazični šampanjac odležava četiri i pol godine, dok većina velikih proizvođača svoje buteljke pušta na tržište poslije dvije, najviše tri godine. Mislite li da je realno da se vrijeme odležavanja produži?

To je vrlo jednostavno. Što dulje odležavate vino, ono će na kraju biti bolje. Ja mislim kako je neophodno da se vrijeme odležavanja šampanjca produži, jer naša industrija može nastaviti rasti samo na temelju stalnog dizanja kvalitete.

Sve drugo je pogrešno. Naravno, riječ je o financijski složenoj operaciji, jer dulje dozrijevanje usporava cash flow i diže troškove. Ali, doista mislim da šampanjska industrija tu ne smije raditi previše kompromisa.

Filozofija lojalnosti

Vaša su bazična vina, s obzirom na duljinu odležavanja, relativno jeftina. Vaši vintage šampanjci, koji koštaju oko 50 do 60 eura, predstavljaju izvanrednu vrijednost za novac. Kako postizete tako prihvatljive cijene?

U redu, tu moram biti pošten i reći da su naši troškovi u startu niži, zato što druge klasične kuće otkupljuju mnogo više grožđa nego mi.

No, činjenica je da ako, recimo, kilogram grožđa poskupi za pet posto, mi podignemo cijenu za dva posto, a ne za pet posto. To nije nikakva nekomercijalna ni samoubilačka filozofija, nego je to filozofija lojalnosti.

Kao obiteljskoj firmi, nama je lojalnost jedna od najvažnijih vrijednosti. Mi želimo biti lojalni prema našim stalnim kupcima, pa smo stoga krajnje pažljivi kad je riječ o korekciji cijena. Isto tako, želimo biti

lojalni prema našim dobavljačima. Mislim kako je lojalnost jedna od glavnih pretpostavki da ovaj posao potraje još jako dugo vremena.

Pomaže li prodaji Pol Rogera povezanost tvrtke s engleskom kraljevskom obitelji. Pol Roger se, primjerice, točio na nedavnom vjenčanju princa Harryja?

Zapravo ne, ili ne previše. Naravno, kad dođete u medije kao službeni šampanjac neke kraljevske svečanosti to može pogurati prodaju, ali također može utjecati negativno na one kupce koji nisu obožavatelji monarhije.

Želimo dugo ostati

Mi s britanskom kraljevskom obitelji ne surađujemo radi marketinga nego radi lojalnosti, jer smo s njima kao dobavljači šampanjca povezani desetljećima. Kao što negujemo i bliske odnose s obitelji Churchill, što danas naravno ne može imati nikakvo komercijalno značenje. No, tu se opet vraćamo na pitanje lojalnosti, koja je uz predanost kvaliteti naša središnja vrijednost.

Smatrate li da golemi rast prosecca, koji je postao najprodavanije pjenušavo vino na svijetu, može ugroziti industriju šampanjca?

Mislim da ne može. Riječ je o dva prilično različita vina. Rast prosecca može ugroziti samo šampanjce inferiorne kvalitete. Ali, to je njihov problem. Ja, naprotiv, držim da prosecco može koristiti šampanjcu jer navodi puno mladih ljudi da kušaju pjenušavo vino po niskoj cijeni, što onda te mlade ljude potiče da kasnije probaju ozbiljnija pjenušava vina poput šampanjca. Smatram, dakle, da prosecco stvara nove potrošače za šampanjac.

Što očekujete od ulaska na hrvatsko tržište?

Mi ne želimo ništa na brzinu. Nova tržišta, bilo da je riječ o Aziji, istočnoj Europi ili zemljama poput Hrvatske, za nas su prilika da polako i sigurno rastemo. Želimo se etablirati kao visokokvalitetni šampanjac, koji će ovdje dugo ostati.

FOTO/U smjeru kazaljke na satu 1. Najprestižnija etiketa Pol Rogera nazvana je po Winstonu Churchillu 2. Sir Winston Churchill bio je veliki ljubitelj Pol Rogera šampanjca i prijatelj obitelji 3. Churchill su Pol Roger donosili na sjednice vlade u Downing Street 4. Pol Roger je desetljećima dobavljač engleske Kraljevske obitelji 5. Stara reklama za Pol Roger 6. Pol Roger 7. Odette Pol Roger bila je utjelovljenje stila kuće i velika ambasadorica Pol Rogera šampanjaca

STRAST PRETOČENA U VINO.



Korlat Syrah 2014
— zlatna medalja Decanter 2018.

K
KORLAT
VINA

ILOČKI PODRUMI

Najtrofejnija hrvatska vina

Iločki podrumi u zadnjih su šest godina osvojili više od dvije stotine domaćih i internacionalnih medalja

U oči Božića 2015. godine prisustvovali smo promociji Velike berbe Iločkih podruma, posebnog segmenta graševine iz 2011. koji je ispaio toliko dobro, da je vodstvo vinarije odlučilo osmisliti novu etiketu i novo ime za to vino, koje se i danas prodaje u hrvatskim gastronomskim restoranima, dokazujući da suha graševina ne mora imati rok trajanja. Na promociji Velike berbe u Vinskoj akademiji u Samoborskoj ulici, okupili su se svi Zagrepčani koji bilo što znače u svijetu vina te, naravno, puno Iločana.

Središnja osoba tog inspirativnog događaja bila je glavna iločka enologinja Vera Zima, kojoj se vlasnik tvrtke Juraj Mihaljević zahvalio na Velikoj berbi, kao i na svemu što je učinila za Iločke podrumi. Gospođa Zima dobila je ogromni buket cvijeća. Ona, međutim, zaslužuje cijelu cvjećarnu. Ili rasadnik.

Kao što piše u naslovu, Iločki podrumi u proteklih su šest godina dobili više od 200 medalja na svim mogućim stranim i domaćim natjecanjima. Iločki su podrumi dobivali zlatne medalje na Decanterovim Svjetskim nagradama, na Mundusu Vini, razna priznanja na international Wine Challengeu, ali su isto tako redovito pobjeđivali na domaćim natjecanjima. Sve to čini Iločke podrumi uvjerljivo najnagrađivanijom hrvatskom vinarijom, kao što to ponosno i piše na njihovim oglasima.

Tri su faktora koja su definirala tako velik broj nagrada. Prvo, Iločki podrumi prerađuju zaista vrhunsko grožđe. Neki od njihovih vinograda, poput legendarnog Principovca, spadaju među najbolje vinograde u Hrvatskoj. Drugo, tvrtka je orijentirana prema kvaliteti u svim rangovima cijena. Čak i otvorena graševina Iločkih podruma lako nadmašuje mnoge buteljirane, nekoliko puta skuplje graševine, dok su njihova vrhunska vina gotovo uvijek uistinu vrhunska.

Radi se, dakle, o ispravnoj strategiji koja se temelji na kvaliteti vina. I treće, gospođa Zima iz godine u godinu jamči za tu kvalitetu. Čini nam se da ona nikad na tržište nije pustila nijedno neispravno ili inferiorno vino. Stoga je logično da Iločki podrumi baš svugdje gdje se pojave osvajaju medalje. Naravno, vrlo je važno što se iločki podrumi pojavljuju na skoro svim vinskim smotrama, jer znaju da medalje funkcioniraju kao odličan marketinški alat.

Vinarija s relativno širokim portfolijom ne može živjeti samo od platinaste Decanterove medalje za Traminac, izbornu berbu bobica koju su Iločki podrumi dobili 2016. ili od Velike zlatne medalje koju je izborni traminac ove godine osvojio na Mundusu Vini. Vinarija koja se želi afirmirati nagradama, mora težiti da nagrade dobiva za većinu svojih etiketa, na svim tržištima koja joj mogu biti relevantna. To je ono u čemu iločki podrumi uspijevaju iz godine u godinu.



**NAJVEĆE
NAGRADE
ILOČKIH
PODRUMA**

2013.

IWC - Srebro Graševina vrhunska 2011, Traminac izborna berba 2011, Traminac vrhunski 2011. **Bronca** Traminac vrhunski 2011, Traminac izborna berba 2010. **DECANTER - Srebro** Traminac vrhunski 2011. **Bronca** Graševina vrhunska 2012, Traminac izborna berba 2010. **SELECTIONS MONDIAL DES VINS - Zlato** Traminac vrhunski 2011.

2014.

VINITALY - Veliko priznanje Traminac izborna berba prosušenih bobica 2011. **IWC - Srebro** Graševina kvalitetna 2013, **MUNDUS VINI - Zlato** Traminac izborna berba bobica 2011, Graševina vrhunska 2013. **Srebro** Traminac kvalitetni 2013. **VINALIES INTERNATIONALES PARIS - Zlato** Traminac ledena berba 2008. **Srebro** Graševina vrhunska 2011.

2015.

IWC - Zlato Traminac kvalitetni 2014. **MUNDUS VINI Zlato** Traminac kvalitetni 2014. **Srebro** Graševina kvalitetna 2014.

2016.

DECANTER - Platina Traminac izborna berba bobica 2011. **Bronca** Traminac kvalitetni selected 2015. **IWC - Srebro** Graševina Velika berba 2011. **Bronca** Graševina kvalitetna selected 2015, Traminac kvalitetni selected 2015. **FINGER LAKES IWC - Bronca** Graševina Velika berba 2011. **MUNDUS VINI - Zlato** Traminac vrhunski premium 2015, Traminac izborna berba prosušenih bobica 2011. **Srebro** Graševina vrhunska 2015, Graševina Velika berba 2011.

2017.

DECANTER - Srebro Traminac izborna berba bobica 2012. **Bronca** Traminac vrhunski 2015, Graševina kvalitetna 2016. **VINITALY - Zlato** Traminac izborna berba bobica 2012. **BEOWINE FAIR - Zlato** Traminac vrhunski 2015. **MUNDUS VINI SUMMER TASTING - Zlato** Traminac premium 2016, Traminac izborna berba bobica 2012. **Srebro** Graševina premium 2016. **SMW CANADA - Srebro** Traminac izborna berba bobica 2012.

2018.

DECANTER - Srebro Traminac izborna berba bobica 2015. **Bronca** Chardonnay kvalitetni 2017, Pinot bijeli kvalitetni 2017, Graševina Principovac 2013. **VINALIES INTERNATIONALES PARIS - Zlato** Chardonnay vrhunski 2016, Traminac izborna berba bobica 2015. **CHARDONNAY DU MONDE - Srebro** Chardonnay kvalitetni 2017. **BEOWINE FAIR - Srebro** Traminac premium 2016. **MUNDUS VINI SUMMER TASTING - Velika zlatna medalja** Traminac izborna berba prosušenih bobica 2011.

Kako su Diam čepovi promijenili industriju

Diam čepove potpuno otporne na TCA koristi više od 10 tisuća vinarija, među njima i mnoge burgundske poput Boucharda, Fevrea i Ravenaeua

Kult Plave Kamenice

Vino koje zaudara po čepu najgori je oblik vina koji s kojim se uopće možete suočiti. U tridesetak godina bavljenja vinom, naučili smo da nema vina koje katkad neće biti inficirano s TCA, pa koje, dakle, neće bar ponekad zaudarati po čepu. Dosad smo u sudoper prolili više boca Dom Perignon, puno boca skupih francuskih, talijanskih i španjolskih vina i bezbroj domaćih buteljki.

Zaštita od TCA

Najgori eksces povezan s čepom, koji vinu daje miris mokrog trulog papira, dogodio nam se, koliko god to zvuči nevjerovatno, upravo u Krugovoj vinariji u Reimsu.

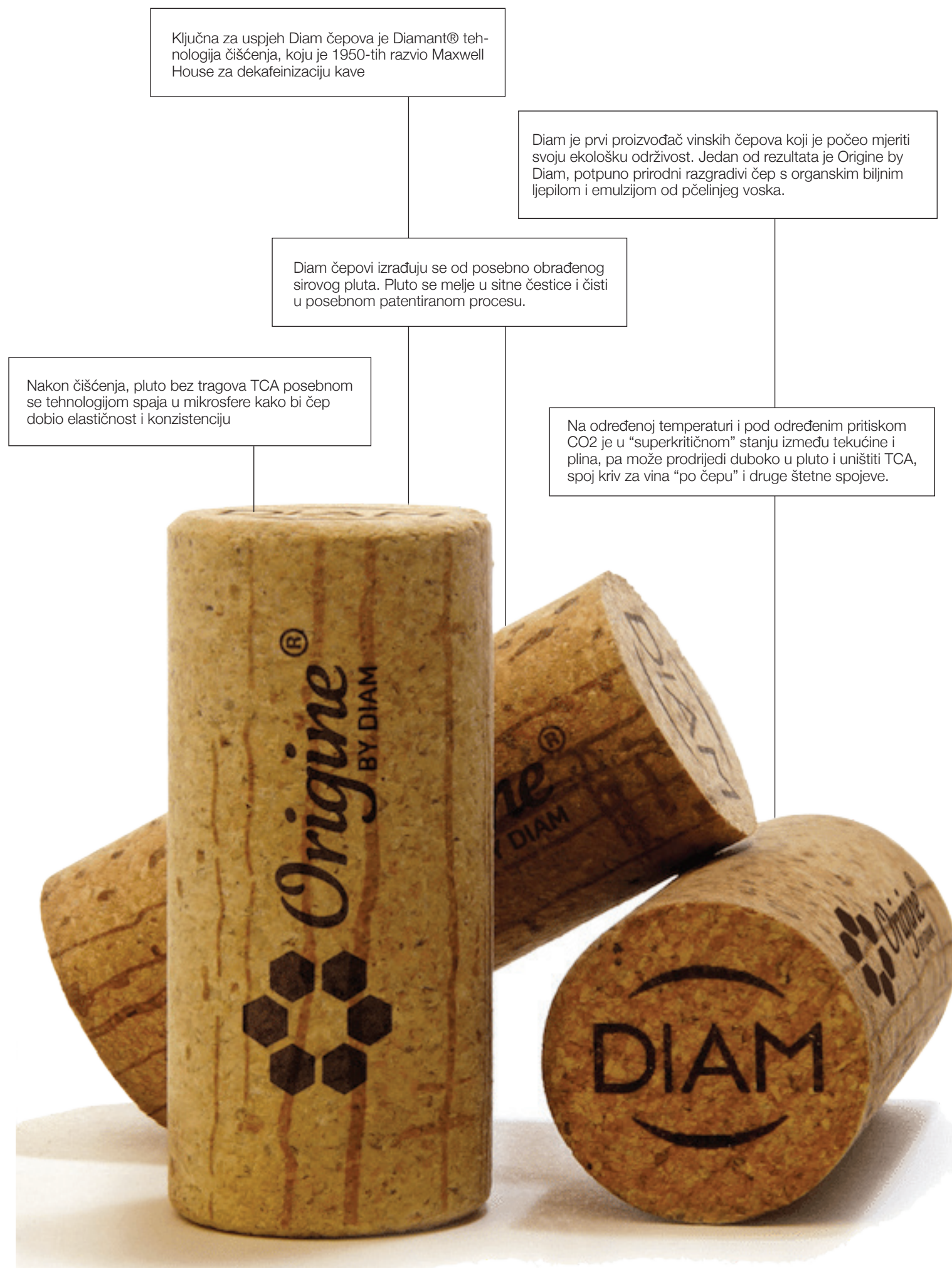
Na tom kušanju Maggie Hernandez, dugogodišnja direktorica najplemenitije šampanjerije na svijetu, osobno nam je otvarala novu Krugovu berbu, koja na sebi još nije imala ni etiketu. Vino je toliko snažno vonjalo po čepu, da je gospođa Hernandez odmah otišla iz kušionice, uklonila bocu, pa se zatim bar pet minuta ispričavala zbog incidenta. Slučaj u Krugu poučio nas je da je TCA neizbježan. Pa smo postali veliki fanovi navojnih čepova. Okej, navojni čepovi

ne idu na šampanjce, ali zato sva druga vina štite od TCA. Kupite li vino s navojnim čepom, potpuno ste sigurni da vam večer neće propasti, čak i ako kod kuće imate samo jednu bocu. A onda se pojavio Diam. Diam je složen obradjeni plutni čep, koji zasad jamči da se TCA ne može pojaviti u vinu, koje je zatvoreno baš tim čepom.

Diam su u međuvremenu počele koristiti mnoge burgundske vinarije, uključujući Bouchard, Fevre, pa čak u Ravenaeu, najvažniji proizvođač chablisa uopće, kao i prestižne alzaške vinarije poput Hugela. Diam se trenutno prodaje u 55 zemalja u svijetu. Kod nas ga uvoze Vina Jakob.

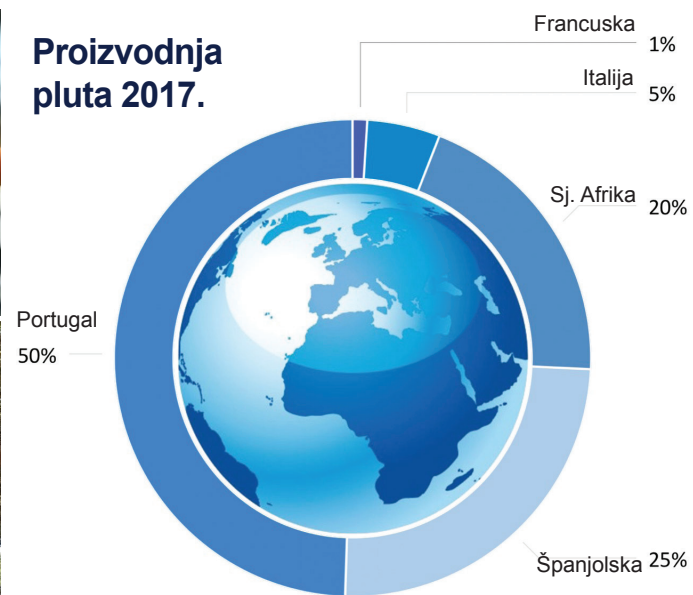
Patentirani proces

Zasad nema relevantnih izvještaja o tome da se TCA bilo gdje probio kroz Diam. Kako je, dakle, pluteni čep uspio zaustaviti kemijski spoj koji napadajući plutene čepove vina čini potpuno nepitkim? Diam, koji se proizvodi u gradu Ceret u Rousillonu bitno je unaprijedio tehnologiju izrade plutenog čepa. Diam raspolaže hrastovinom koja dolazi s oko 25 tisuća hektara zemljišta. Kora hrasta skida





Proizvodnja pluta 2017.



Ekstrakcijom uz pomoć supekritičnog ugljičnog dioksida iz prirodnog pluta uklanja se stotinjak tvari koje mogu negativno utjecati na percepciju vina

se ručno. Poslije šest do dvanaest mjeseci sušenja, sirova se kora ispire i omekšava u kipućoj vodi. Zatim se reže kako bi sa izdvojio suberin, najkvalitetniji dio kore. Slijedi Diamant Proces, koji je patentiran, i po kojem je Diam dobio ime. U tom procesu upotrebljava se superkritični ugljični dioksid u stanju između tekućine i plina, koji prodire duboko u pluto i uništava sve tragove štetnih spojeva.

Inovativna tehnologija

Ekstrakcijom uz pomoć superkritičnog ugljičnog dioksida iz hrasta/pluta izvlači se oko sto različitih tvari, koje mogu imati utjecaj na senzorsku percepciju vina, uključujući eventualni TCA. Tako se Diam osigurava od mogućeg mirisa po čepu.

U idućoj fazi čepovi se modeliraju. Tijekom modeliranja čepova koriste se mikrosfere, koje se dodaju u smjesu mljevene plutene mase, vode i tvari za povezivanje, koja je također organskog porijekla.

Smjesa se zatim oblikuje u kalupe i suši u prostorima s posebnim uvjetima. Poslije sušenja, brušenjem se podešava promjer čepova, koji se onda režu na željenu dužinu, da bi se cijeli proizvodni proces završio finom obradom rubova.

Logotipi pojedine vinarije na čepove se upisuju laserom. Slijedi još kontrola kvalitete: svaka šarža čepova dodatno se provjerava u laboratoriju. Svi se kontrolirani uzorci čuvaju. Diam proizvodi tri vrste čepova: one za mirna vina, koji se zovu naprosto Diam, pa čepove za pjenušce koji se zovu Mytik Diam i čepove za jaka pića, koji se zovu Altop. Diam je dio velike krpe OENEO, koja je svjetskom hrvatskom tržištu poznata po bačvama Seguin Moreau.

Prekretnica u vinarstvu

Pokaže li se Diam i u budućnosti zaista sigurnim od TCA, ta bi tehnologija mogla označiti prekretnicu u svjetskoj industriji vinskih čepova. Naime, praksa je pokazala da dio tržišta naprosto ne prihvaća navojne čepove, jer ih ne smatra dovoljno elegantnim za vrhunska vina.

Praksa, nadalje, već desetljećima pokazuje da su baš svi konvencionalni čepovi neotporni na TCA. Diam, kao novo rješenje, zadovoljava konzervativne rituale otvaranja buteljke kao i percepciju o pozicioniranju vina na tržištu (mnogi potrošači misle da vino koje nije pod plutenim čepom naprosto nije dobro vino) s činjenicom a da su vina pod Diamom sigurna od TCA.

Garažist iz Šestina uvoznik je high tech čepova

Zanimljivo je da inovativni Diam u Hrvatsku uvozi jedan od konzervativnijih naših vinara, zagrebačko-slavonski garažist Ilija Zdravko Jakobović, čija vina odležavaju četiri do pet godina prije puštanja na tržište.

Jakobovićeve vina danas spadaju u gornju skupinu domaćih crnih vina: osobito bismo preporučili Syrah koji zna biti odličan, dok je Cuvee Jakob standardno plemenito, ozbiljno vino, koje dokazuje kako se sa slavonskim grožđem može napraviti dobra lokalna inačica bordoške kupaže. Naposljetku, Vina Jakob krajem 2018. godine pustila su na tržište iznenađujuće dobar pjenušac Mati proizveden tradicionalnom metodom, koji se odmah uvrstio među najambicioznija vina na našoj sve brže rastućoj sceni pjenušaca.



FERAVINO

1 · 8 · 0 · 4



FRANCESCA & GRASECCO

Pjenušavo vino

I VELIKO KATKAD MOŽE BITI JAKO DOBRO

Hrvatsku su vinsku industriju stvorili mali privatni proizvođači. Oni veliki došli su desetak godina kasnije, što ne znači da su danas lošiji. Naprotiv, četiri najveće vinarije pokazuju novi trend

Kult Plave Kamenice

Na hrvatskoj vinskoj sceni, među potrošačima boljih vina, sommelierima, restauraterima pa i samim vinarima, gotovo da vlada konsenzus o tome kako je dobro samo malo ili srednje. Smatra se, dakle, da su manje privatne vinarije nužno superiorne velikim korporacijskim vinarijama.

Takav dosta čvrsto uvriježeni stav star je koliko i današnja hrvatska vinska industrija, na čijim počecima zaista nijedna velika vinarija nije proizvodila vrhunška vina.

Dobra vina u svim kategorijama

Moderno hrvatsko vinarstvo osnovali su Vlado Krauthaker, Zlatan Plenković, Frano Miloš, Gianfranco Kozlović, Ivan Enjingi i Ivica Matošević. U vrijeme kad su se ti ljudi pokušavali približiti svjetskim kriterijima vinske produkcije, Belja i Iločkih podruma nije nu bilo, Badel nije imao koncepciju razvoja, dok je Laguna lutala do te mjere da nije bila kadra uspostaviti vlastitu vinsku arhivu.

Hrvatsku su vinsku industriju, posve nesporno, stvorili mali privatni proizvođači. Oni veliki došli su desetak godina kasnije. Što ne znači da su danas lošiji.

Naprotiv, medalje na važnim svjetskim natjecanjima govore kako četiri najveće hrvatske vinarije (ovdje

ne računamo Kutjevo jer nismo pobornici vina za gemište) redovito proizvode vrlo dobra do izvrsna vina, i to u svim kategorijama cijena.

Ovdje prvo treba redefinirati pridjev veliki. U hrvatskim se okvirima velikom industrijskom vinarijom smatra svatko tko na tržište pušta dva ili više milijuna litara.

Veliko i malo u vinskoj industriji su relativni pojmovi koji više ne mogu biti vrijednosne odrednice

Međutim, uzmemo li u obzir da Dom Perignon, jedan od najekskluzivnijih šampanjskih brendova na svijetu godišnje puni oko pet milijuna buteljki, jasno je da je ta kuća, koju se nitko u Hrvatskoj ne bi usudio opisati kao veliku industrijsku vinariju, zapravo veća od bilo kojeg hrvatskog korporacijskog podruma.

Redefinicija veličine

Dakle, posve je jasno da su veliko i malo u vinskoj industriji relativni pojmovi, koji definitivno više ne mogu biti vrijednosne odrednice. O čemu, uostalom, svjedoči i recentnija povijest vodećih hrvatskih "velikih" vinarija. Počnimo abecednim redom.



BADEL

Badel među ostalim posjeduje brendove Korlat i Vezak. Korlat Syrah iz berbe 2014. ove je godine osvojio zlato i 95 bodova na Decanterovim Svjetskim vinskim nagradama, kao jedno od prilično rijetkih crnih dalmatinskih vina s tako visokom ocjenom na DWWA. Badelova vina iz Daruvara, koja se od ove godine prodaju pod egidom Vezak, dobila su bezbroj važnih međunarodnih priznanja uključujući i Decanterove medalje, a Vezak Sauvignon iz 2017. koji se nažalost ne može kupiti u maloprodaji jer je cijela serija završila u HoReCi, definitivno spada među najbolje domaće sauvignone ovog desetljeća.



BELJE

Belje godišnje proizvodi oko tri milijuna litara vina s fenomenalnih položaja u Baranji. Ima jednu od najmodernijih vinarija u ovom dijelu svijeta i prekrasan Stari podrumo iz 17. stoljeća. Belje je za svoje graševine dobilo bezbroj važnih međunarodnih priznanja. Decanterove medalje povremeno osvaja čak i najjeftinija beljska buteljirana graševina, koja košta manje od 30 kuna.

No, još je značajnije podsjetiti da je Beljev Merlot iz 2008. bio prvo slavonsko-baranjsko crno vino sa zlatnom Decanterovom medaljom. Velika je vinarija, znači, ostvarila prijelomni uspjeh u međunarodnoj afirmaciji hrvatskih vina godinama prije malih vinarija. Toliko o stvarnom kvalitativnom odnosu navodno velikog i navodno malog u hrvatskoj vinskoj industriji.



ILOČKI PODRUMI

Iločki podrumi najnagrađivanija su hrvatska vinarija uopće, kada govorimo o međunarodnim medaljama i priznanjima. Iločki podrumi dobivaju medalje u svim kategorijama, od najtvrdih suhih vina poput Velike berbe graševine iz 2011. do očekivano trijumfalnih ledenih i izbornih traminaca. Za većinu hrvatskih potrošača vjerojatno je najvažnije da bazične buteljke Iločkih podruma, one koje koštaju između 25 i 37 kuna zavisno o sorti i dućanu, predstavljaju pouzdanu vrijednost za novac.



LAGUNA

Laguna je sa svojih skoro sedam stotina hektara najveći istarski vinogradar. I kao takva, Laguna upravo pokreće projekt u koji se manji vinogradari dosad nisu upuštali. Cijeli Lagunin novi vinograd u Vižinadi bit će u režimu ekološkog uzgoja. Ovaj Lagunin postupak, baš kao i neke jako radikalne serije vina poput 240 dana macerirane malvazije, pokazuju kako se unutar velikog sustava može otvoriti prostor za progresivan pristup vinarstvu i vinogradarstvu.

Laguna je, također, osvojila puno relevantnih svjetskih medalja, uključujući Decanterovo zlato za Castello iz 2012. godine.



PHILIPPE JAMESSE

Flute je uvjerljivo najgora vrsta čaše za šampanjac

Ta uska čaša definitivno nije podesna za potrebe koje nameće ugljični dioksid, vino s ugljičnim dioksidom u njoj ne može razviti svoje arome, pa je posve besmislena

Kult Plave Kamenice

S Philippeom Jamesseom, jednim od najcjenjenijih francuskih sommeliera, razgovarali smo krajem studenog, točno u vrijeme kad je Jamesse donosio jednu od najvažnijih odluka svoje karijere.

Naime, 28. studenog objavljeno je da je gospodin Jamesse napustio kulturni šampanjski restoran Les Crayers s dvije Michelinove zvjezdice, koji se već desetljećima smatra najboljim restoranom u cijeloj Champagni (u Les Crayers smo ručali u lipnju davne 2002. godine).

Put prema fundamentima

Osim što je punih osamnaest godina bio glavni sommelier u Les Crayersu gdje je izgradio vinski podrum s nekih 45 tisuća buteljki, Jamesse dizajnira čaše za reimsku firmu Lehman Glass, jednog od najuglednijih proizvođača vinskih čaša na svijetu (Lehmannove čaše u Hrvatsku uvozi zadarski Atrox),

Philippe Jamesse, veliki zagovornik prirodnog u vinu, smatra da čaša mora reflektirati ne samo sve bitne značajke vina, nego i sam proces nastanka vina.

Kako ste počeli dizajnirati šampanjske čaše?

Zapravo neobavezno, i mimo bilo kakvog poslovnog dogovora. Prve nacрте za šampanjske čaše izradio sam još prije desetak godina.

Dvije godine kasnije kontaktirali su me iz Lehman Glass i tako je počela naša suradnja. U proteklom smo desetljeću svjedočili pravoj revoluciji u dizajnu šampanjskih čaša.

Kako biste danas definirali optimalni dizajn čaše za šampanjac?

Mislím da sam imao priliku otvoriti put prema fundamentima, što je neophodno da bi se bolje razumio i poštovao potencijal šampanjca. Čaša mora pokazivati i štítiti filozofiju šampanjca kao i svakog drugog vina.

Ključno je pronaći ravnotežu između horizontalnog i vertikalnog u okrugloj čaši. Riječ je o sinergiji, koja se mora pokušati postići za različite tipove šampanjaca. Ona mora naglasiti prirodu, život, energiju zemlje, pa i logiku biodinamike ako baš želite.

U redu, ali što su vaši glavni ciljevi kada dizajnirate pojedinu čašu? Što zapravo želite postići?

Recimo da se želim približiti ideologiji prirode kako bih pronašao što je optimalno u svemiru pojedinih mirnih ili određenih pjenušavih vina. Važno je razumjeti da i mirna i pjenušava vina trebaju široki prostor okruglog oblika da bi došla do izražaja. Međutim, za šampanjac je imperativ da se približimo mjehurićima, da povežemo sve elemente u vinu, i uzmemo u obzir specifične zahtjeve koje nam nameće ugljični dioksid.

Važnost sinergije

Kako se, tehnički gledajući, proizvode Lehmanove čaše s vašim potpisom?

Imamo dvije linije. Jedna se proizvodi mehanički, a druga se doista radi zanatski, starinski i posve ručno. Skuplja se linija izrađuje od puhanog stakla, kao nekad.

Je li klasična šampanjska flute čaša definitivno otišla u povijest?

Nadam se da jest. To je, uostalom, svrha i jedna od glavnih namjera mog bavljenja čašama. Nažalost, previše se šampanjaca još uvijek servira u fluteu. Ta uska čaša definitivno nije podesna za potrebe koje nameće ugljični dioksid. U čaši poput flutea vino s ugljičnim dioksidom ne može razviti svoje arome, pa je takva čaša potpuno besmislena. Moramo znati da u fluteu, čim se šampanjac natoči, nestane oko 80 posto ugljičnog dioksida. Riječ je o značajnom gubitku karaktera vina, njegovih aroma i čistog zadovoljstva.

Možete li opisati razlike među optimalnim čašama za non vintage šampanjce, za vintage šampanjce, za rosee i za specifične žanrove šampanjca poput blanc de noirs?

Iskreno govoreći, moram još dugo proučavati sve elemente koji utječu na te razlike. Moram testirati puno raznih čaša, s obzirom na njihovu širinu i visinu. U svakom slučaju, ključno je pronaći ravnotežu između horizontalnog i vertikalnog u okrugloj čaši. Riječ je o sinergiji, koja se mora pokušati postići za različite tipove šampanjaca. Ta sinergija mora štiti pravi karakter šampanjca. Ona ga ne smije mijenjati ili mu oduzimati bitne elemente. Ona mora naglasiti prirodu, život, energiju zemlje, pa i logiku biodinamike ako baš želite.

Što mislite o sve izraženijem trendu među velikim šampanjskim kućama da dizajniraju posebne čaše za svoje šampanjce?

Šampanjac je izrazito osjetljivo piće, zaista se razlikuje kad se pije iz različitih čaša. I to jest stvarni problem. Mislim da bismo se morali dogovoriti oko glavnih kriterija, benchmarka koji nam pružaju sličnu mogućnost percepcije pojedinog šampanjca. Ja duboko vjerujem u sferu, dakle u okruglu čašu sličnu kapi vode. Bilo bi sjajno kada bi se svi koji se bave šampanjcem složili da su flute i slične čaše stvar prošlosti.

A što mislite o točenju šampanjca u velike čaše poput onih za crna vina?

To je u svakom slučaju mnogo bolja opcija od flutea, pod uvjetom da čaša nije previše otvorena. Ako je čaša previše otvorena, ugljični dioksid odnijet će puno aroma iz čaše.

Prirodna misija

Kakvi restorani koriste vaše čaše?

Uglavnom oni koji se bave ozbiljnom gastronomijom. To je i normalno.

Koliko su čaše doista važne u sommelierskom poslu?

Gledajte, dužnost je nas sommeliera kroz uporabu ispravnih čaša pokazati poštovanje prema vinu koje poslužujemo, i prema gostima kojima točimo to vino.

Čaša je konačno odredište cijelog golemog i složenog posla proizvodnje vina. Današnja vina pokazuju sve više energije i čistoće, zahvaljujući pažnji koju vinogradari i vinari posvećuju prirodi. Sve je više ekoloških vina, i to je važno. Svi mi u ovom biznisu koji smo svjesni prirode, težimo čistoći koja dolazi s prepoznatljivog terroira, sa zemlje koju grije sunce i koja je istodobno zaštićena mjesecom. Riječ je, dakle, o zemaljskoj energiji, a sfera, kugla koja povezuje sve te elemente, izvor je rođenja grožđa i vina.

Uostalom, podrumski su alati okrugli, a forma kugle ili kapi sve je traženija kroz niz novih materijala koji se koriste u proizvodnji vina. Stoga vino treba završiti u čaši koja se bazira na okruglom obliku. Budimo razumni i nemojmo mijenjati taj prirodni tok postanka vina u njegovoj konačnoj destinaciji, vinskoj čaši. Ona ne smije biti piramidalna, četvrtasta ili pravokutna, jer tako ne ispunjava svoju prirodnu misiju.

stina

Inspiration from stone

STINA JE INSPIRACIJA. Stina budi stvaralačku iskru koja iz bloka bijelog bračkog kamena kleše skulpturu, na praznom platnu slika sliku, na čistom papiru piše poeziju. Stina je polje puno kamenja na kojem je umjetnost stvoriti vino raskošnog okusa. Stina je Brač i Brač je stina.



Vlado Krauthaker ove je godine proglašen najvažnijim hrvatskim vinarom i dobio je dvije zlatne medalje na Decanteru

KRAUTHAKER

Čovjek koji je izmislio
modernu graševinu

Prije 30 godina, dok hrvatskih vrhunskih vina još praktički nije ni bilo, Vlado Krauthaker, bivši enolog Kutjeva, u Slavoniji je utemeljio privatnu vinariju u kojoj je u samo nekoliko godina postavio standard graševine kakvu danas poznajemo. Otada je išao samo naprijed.

Kult Plave Kamenice

Negdje u kasno ljeto 1995. godine, odmah poslije Oluje, Nino Dusper, glavni čovjek Hrvatskog sommelier kluba, pozvao nas je na vrlo posebnu večeru u Okrugljak. Večera je bila vrlo posebna jer je Dusper u Okrugljak bio doveo Giuseppea Vaccarinija, ondašnjeg glavnog kandidata za predsjednika svjetske sommelierske organizacije, godinu dana kasnije Vaccarini jest postao predsjednik, te ja na tom položaju ostao do 2004. godine.

Gospodin Dusper želio je gospodinu Vaccariniju pokazati tipična hrvatska vina, pa smo u prvoj rundi kušali tri vina PP Kutjeva: graševinu, bijeli pinot i nešto čega se sada ne možemo sjetiti.

Potruga za kvalitetom

Sva su tri vina patila od teškog viška vodikova sulfita (to je ono kad vino zaudara na kiselo zelje) pa smo ih nakon par minuta morali vratiti. Zatim smo naručili nešto Krauthakerovih i Enjingijevih vina.

Vaccarini je bio zadovoljan i s jednim i s drugim proizvođačem, koji su stvorili modernu hrvatsku industriju bijelih vina.

S tim da je Krauthaker od prvih svojih privatnih koraka pa do danas zadržao kontinuitet kvalitete, dok je Enjingi na žalost i stilski i kvalitativno strahovito varirao. Te 1995. godine još nije postojala moderna hrvatska vinska industrija. Malvazije nisu imale mnogo veze

s današnjim malvazijama nego su se tek pokušavale odmaknuti od teških i oksidiranih modela iz osamdesetih godina. U Slavoniji nije bilo ni jednog velikog proizvođača osim Kutjeva, Belje i Iločki podrumi došli su desetak godina kasnije, dok je hrvatsku vinsku scenu na životu držalo tek nekoliko dalmatinskih entuzijasta poput Plenkovića, Tomića, Miloša i Bakovića.

Novi standardi

Hrvatskih vrhunskih vina prije samo 23 godine zapravo uopće nije bilo. I onda je Vlado Krauthaker, u tadašnjoj ne baš povoljnoj klimi, pokazao kako se postaje veliki vinar. Vlado Krauthaker rođeni je

Dio Krauthakerovih vinograda obrađuje se isključivo ručno. Vinariju s Vladom Krauthakerom danas vodi njegova kćer Martina.



Međimurac koji je doselio u Slavoniju i tamo neko vrijeme radio kao enolog u Kutjevačkim podrumima..

Krauthakerova je graševina od početka bila čista, suha, hrskava i bogata. I nije varirala u kvaliteti. Standardizacija je bila ključna

Početakom devedesetih odlučio je pokrenuti vlastitu vinariju. Dok su kutjevačka bijela vina vonjala po vodikovom sulfitu, Krauthaker je u nekoliko godina, re-

cimo od 1992. do 1996. uspio standardizirati modernu graševinu. Njegova je graševina od početka bila čista, suha, hrskava i bogata. I nije varirala u kvaliteti.

Neizostavno ime

“Standardizacija je najvažnija stvar u biznisu govoroimo li o većoj količini vina,” pričao nam je Ivica Todorčić u rano proljeće 2012. godine, dok je još mislio da će moći okupiti sve značajnije hrvatske vinare i da će svi oni zajedno napasti britansko tržište, apsolutno najznačajnije u Europi. Todorčić je bio svjestan da se vina ne mogu dobro prodavati ako svake godine ispadnu bitno drukčija. Vlado Krauthaker bio je usvojio

Krauthaker se u svijetu prvo dokazao izbornom berbom bobica graševine. Jedne je godine cijelu berbu, oko šest tisuća boca, prodao Blumenthalovu Fat Ducku. Bilo je to u doba kad je Fat Duck spadao među tri ili četiri najbolja restorana na svijetu.

Todorićev poučak dvadesetak godina prije nego što je bivši Agrokorov vlasnik počeo planirati nikad realizirani prodor hrvatskih vina na svjetsku scenu. Poslije četiri ili pet godina uzastopnih dobrih ili korektnih berbi, Krauthaker je postao neizostavno ime na menijima valjda svih hrvatskih ozbiljnih restorana.

Kad se naručivala graševina, naručivao se uglavnom Krauthaker (ili katkad Enjingi). Kutjevo je palo u treći plan, što ga je naposljetku dovelo do kuće koja se reklamira vinima za gemište.

Model modernog vinarstva

A Krauthakerov su model usvojili i adaptirali mnogi drugi vinari, od bivšeg nogometaša Adžića, koji solidno prodaje zaslade i kičaste varijante Krauthakerovih vina, do lokalnog velepoduzetnika Galića koji proizvodi graševinu u ekstremno crispy varijanti, ali uvijek pazi na stilsku i kvalitativnu konzistenciju svojih vina.

Standardizacija graševine, onakve kakvu je danas poznajemo, Krauthakerova je povijesna zasluga za slavonsko baranjsku i hrvatsku vinsku industriju.

Rijetkost je susresti patrijarha koji stalno želi mijenjati sustav i kriterije kojima dominira. Ta vitalnost, intelektualno poštenje i znatiželja moćan su argument

Onda je Vlado Krauthaker, čovjek s kojim satima možete razgovarati o najdetaljnijim sitnicama u proizvodnji vina, krenuo dalje, pa je stigao jako daleko.

Prvo se globalno dokazao izbornom berbom bobica graševine, koju je jedne godine cijelu, oko šest tisuća boca, prodao Blumenthalovu Fat Ducku. Bilo je to u doba kad je Fat Duck spadao među tri ili četiri najbolja restorana na svijetu. Zatim je među prvima u Hrvatskoj počeo eksperimentirati s am-

forama. Dakle, negdje 2007. godine, prije no što je obitelj Tomac stavila svoja prva vina u amfore, Vlado Krauthaker vratio se iz Gruzije, pa je grupu prijatelja pozvao na večeru u jedan restoran u Tkalčićevoj ulici u Zagrebu (taj restoran već dugo ne postoji). Krauthaker nam je točio gruzijska vina iz amfora, objašnjavajući što se događa u amforama i zašto bi duge maceracije mogle postati budućnost svjetskog vinarstva. Danas je posve jasno da je bio u pravu. Njegova fascinacija amforama materijalizirala se u liniji Kuvlakhe, koja je ove godine nagrađena zlatnom medaljom na Decanterovim Svjetskim vinskim nagradama. Istodobno je Krauthaker počeo eksperimentirati s neobičnim crnim sortama.

Siniša Lasan, najutjecajniji hrvatski sommelier, smatra kako Krauthakerov nebbiolo spada među nekoliko najboljih hrvatskih crnih vina. Nažalost, nismo ga imali gdje probati jer su količine minimalne, ali nas zaista fascinira činjenica da se u brdima iznad Požege uzgaja pijemontski nebbiolo.

Krauthakerova konvencionalnija crna vina poput Merca (merlot i cabernet sauvignon) zadnjih su godina postala zlatni standard slavonskih crnih.

Nikad posve zadovoljan

Vlado Krauthaker ove je godine proglašen najvažnijim hrvatskim vinarom, dobio je dvije zlatne medalje na Decanteru, vina mu se odlično prodaju i nikome ne pada napamet reći ni jednu riječ protiv njega. Krauthaker svejedno nije zadovoljan.

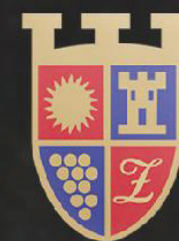
Čovjek koji je prije četvrt stoljeća oblikovao modernu graševinu, onakvu kakvu je poznajemo danas, još je prepun strasti i želje da dokaže što se sve može napraviti s dobrim groždem u samom srcu Slavonije.

U proljeće 2018. godine večerali smo u lošinjskom hotelu Alhambra, filozofirajući o modelima razvoja graševine, ali i o njegovom vrlo skupom vinjaku s kojim još nije posve zadovoljan.

Činjenica da je stalno pomalo nezadovoljan prirodni je pokretač Krauthakerovih inovacija. Sasvim se rijetko susreće patrijarha koji stalno želi mijenjati sustav i kriterije kojima dominira. Ta je vrsta vitalnosti, intelektualnog poštenja i znatiželje, Krauthakerov su najjači argument.



*Najbolje od vina
iz Hercegovine*



VINA ZADRO

Medeina Punta Greca ekstremni je izraz jedinstvenog istaraskog terroira

Punta Greca definitivno spada u malu grupu kulturnih istarskih vina, skupa s Brombonerom, Santa Luciom, Albom Antiquom, Gran Teranom ili Svetim Jakovom. Punta Greca taj je status postigla za svega nekoliko godina

Punta Greca ekstremna je u pozitivnom smislu. Prvo, ona je ekstremno fina. Riječ je vjerojatno o najboljem merlotu koji se proizvodi u Hrvatskoj, a konkurencija nije baš mala. Drugo, ona se vinificira bez recepta. Punta Greca varira iz godine u godinu, u pojedinim stilskim oznakama i elementima poput količine alkohola. Najnovija iz 2015. godine, čini se najmoćnijom dosad.

Mali problem ovog položaja jesu valovi, more, vjetar i sol. Kad su valovi preveliki i vjetar prejak, loza je prekrivena solju. Ako ne padne kiša da ispere sol s loze, ako dakle imamo velike valove s puno vjetra i suho vrijeme, sol može ubiti berbu. To se već događalo,” objašnjavao nam je Medein enolog Marko Krstajić dok nas je vodio kroz Punta Greca, jedan od najveličanstvenijih vinograda u Hrvatskoj.

Nadrealna lokacija

Vinograd Punta Greca na istoimenom rtu u južnoj Istri, posve je nadrealna lokacija. Punta Greca je okružena morem s tri strane, i tamnozelenim poljima kelja i kupusa s četvrte. Da biste došli u vinograd, morate se provesti kroz dugačka polja kupusnjača. A zatim iz vinograda možete gledati more, okolne još manje rtove i otočiće, obalu južne Istre i valove koji se razbijaju o Punta Greca.

Londonski Decanter već godinama objavljuje fotografije preko dvije stranice, najspektakularnijih terroira na svijetu. Punta Greca sasvim sigurno zavređuje Decan-

terovu duplericu. Štoviše, čini nam se atraktivnijom od mnogih fotografija koje je vodeći svjetski vinski magazine dosad objavio u toj sjajnoj rubrici. Ekstreman terroir Punta Grece - ekstreman ne samo zbog valova i soli nego i zbog činjenice da je riječ o najjužnijem vinogradu u Istri - zavređuje i ekstremno vino.

Punta Greca ekstremna je u pozitivnom smislu. Prvo, ekstremno je fina. Riječ je vjerojatno o najboljem merlotu koji se proizvodi u Hrvatskoj, a konkurencija nije sasvim mala. Drugo, ona se vinificira bez recepta. Dakle, Punta Greca varira iz godine u godinu, i kad je riječ o pojedinim stilskim oznakama i kad je riječ, recimo, o količini alkohola. Najnovija, iz 2015. godine čini nam se najmoćnijom dosad.

Ono što je zajedničko svim dosad izašlim vinima s etiketom Punta Greca (a ima ih samo nekoliko), jest prvorazredna kombinacije ekspresije voća i ekspresije terroira. Dakle, svaki barem malo iskusniji kušač već će na prvi pogled prepoznati da je riječ o merlotu, po dubokom mirisu tamnoplavih šljiva, nijansama crne čokolade, toplini okusa i mekim taninima. No, ekstremna mineralnost Punta

Medeini vinograd na Marleri jedan je od najekstremnijih i najspektakularnijih položaja. Loze na najjužnijoj točki uzgoja vinove loze u Istri zapljuskuje slana morska maglica dok strujanje vjetrova i cijeli terroir daju kulturna vina.



Grece dolazi i od njenog specifičnog terroira. Ili kako je veliki Georg Riedel bio rekao na jednom tastingu malvazije u njegovoj tvornici u Kusteinu: “Pojedina vina naprosto vrište da su nastala blizu mora.” Riedel je tada mislio na Coroncinu malvaziju, koju je izdvojio kao model za izradu prve Riedelove hrvatske sorte čaše.

Jedno od najtraženijih crnih vina

Punta Greca također vrišti po moru, a njen melange saliniteta i mineralnosti s jedne, te bogatog voća, višeslojnih aroma i one ohrabrujuće topline merlota s druge strane, Punta Greca čini jednim od najtraženijih hrvatskih crnih vina.

Ona je toliko tražena da se uglavnom ne može kupiti, jer skoro cijela proizvodnja odlazi restoranima i hotelima. Što je šteta za potrošača koji bi, eto, poželio ispeći biftek za večeru, pa uz steak natočiti Punta Greca. Punta Greca definitivno spada u malu grupu kulturnih istarskih vina, skupa s Brombonerom, Santa Luciom, Albom Antiquom, Gran Teranom ili Svetim Jakovom. Punta Greca taj je status postigla za svega nekoliko godina.



Kušali smo vertikalnu plavca Rizman Primus, prvog modernog vina s Komarne

Rizmanovi Primusi stilski su značajno drukčiji od većine plavaca s Pelješca i dalmatinskih otoka. Svježiji su, elegantniji i mogu odležavati

Komarna spada među spektakularnije lokacije južne Dalmacije. Smještena iznad mora odmah do bosanskohercegovačke granice, s fantastičnim pogledima i jakim vjetrovima, Komarna je unatrag desetak godina postala novo poželjno hrvatsko vinogorje sa zaista velikim potencijalom.

Na Komarni vinograde ima i Ernest Tolj, no prva suvremena vinarija koja je pokrenula profesionalnu proizvodnju grožđa na stjenovitim padinama iznad mora i ispred Neuma jest kuća Rizman, nazvana po nadimku Mihovila Popića, starog vinogradara iz Opuzena koji je na Komarni uzgajao grožđe prije više od stotinu godina, i s kojim su vlasnici Rizmana izravno rodbinski povezani.

Ekološki uzgoj

Vinarija Rizman osnovana je 2006. godine, a danas posjeduje dvadesetak hektara vinograda u ekološkom uzgoju (plus neodoljivi mali roadhouse gdje se s genijalnim pogledom na more i vinograde toče sva Rizmanova vina i Zmajsko pivo). Uoči Božića kušali smo Rizmanova glavnog vina, plavca Primus.

Tasting smo počeli Primusom iz 2009. godine čija puna, bogata rubinsko crna boja ne pokazuje tragove godina. Vino i dalje obiluje tamnim ljetnim voćem, neobično je svježije za odležane plavce, tanini su snažniji a osjeti se i ponešto volatilne kiseline.

Primus iz 2009. ima 14 posto alkohola, što je najviše od sva četiri vina koja smo probali. Primus iz 2011. godine ostavio je, pak, uvjerljivo najsnažniji dojam. To je vino voćno slatko, s dugim aftertasteom, elegantno, zaokruženo, s mekim taninima i još uvijek prepuno šljiva, ljubičastih smokava i vruće ljetne

zemlje. Čini nam se kako bi moglo trajati idućih desetak godina. Ono po čemu se berba 2011. razlikuje od drugih godišta jest ispunjenost srednjeg nepca, kao kod vrlo ozbiljnih međunarodnih vina. Naime, strateški je problem dalmatinskih crnih vina osjećaj šupljine na srednjem nepcu.

Relevantna uloga u industriji

Primus iz 2011. s 13,9 posto alkohola nema taj problem. Naprotiv, posjeduje lijepu, linearnu, preciznu strukturu.

Primus iz 2012. još je pomalo suzdržan. Čini se da je riječ o berbi koja se odvijala nešto ranije, jer to vino ima 13 posto alkohola, najmanje od svih uzoraka koje smo probali, a 2012. ostala nam je u sjećanju kao prilično vruća godina.

Stječe se dojam da su Rizmanovi enolozi u 2012. pokušali napraviti elegantno, nerustikalno i pomalo suzdržano vino.

Naposljetku, berba 2015. je nešto robustnija, puna, sočna, s dobro pogodnom dozom hrasta i sa zrelim taninima koji se odlično slažu sa slatkim crnim voćem. Riječ je možda o najboljem Primusu do danas, uz 2011. (uznapomenu da 2015. treba još dvije do tri godine da bi postigla svoj optimum).

Rizmanovi Primusi stilski su značajno drukčiji od većine pelješačkih i otočkih plavaca. Oni imaju relativno visoke kiseline pa su vrlo svježiji, katkad prilično elegantniji te mogu dugo odležavati. Oni nisu ni agresivniji, ni džemasti ni pretjerano tanični.

Sasvim je jasno da bi tako stilizirana vina, iza kojih stoje specifičan terroir i otvorena mogućnost ekološkog uzgoja (Primusi nose oznaku eko vino) mogla odigrati relevantnu ulogu u daljnjem razvoju dalmatinske vinske industrije.

Rizman Primus 2015.

Primus iz 2015. nešto je robustniji nego onaj iz 2012. Riječ je o punom, sočnom vinu s dobro pogodnom dozom hrasta i zrelim taninima koji se odlično slažu sa slatkim crnim voćem. Bit će optimalan za 2-3 godine.



Rizman Primus 2012.

Ovaj Primus is vruće berbe 2012. još je pomalo suzdržan. Odaje dojam vina iz berbe koja se zbog klime odvijala nešto ranije. Ima najmanje alkohola od svih vina na ovom kušanju, 13 posto.

Rizman Primus 2011.

Primus iz berba 2011. od ostalih se razlikuje po ispunjenosti srednjeg nepca, kao kod vrlo ozbiljnih međunarodnih vina. Šupljina na srednjem nepcu inače je problem većine dalmatinskih crnih vina.



Rizman Primus 2009.

Puna, bogata rubinsko crna boja Primusa iz 2009. ne pokazuje tragove godina. Vino obiluje tamnim ljetnim voćem, neobično je svježije za odležane plavce, tanini su snažniji a osjeti se i ponešto volatilne kiseline. Ovaj primus ima 14 posto alkohola.

JE LI DOŠLO VRIJEME ZA VELIKI POVRATAK ŽILAVKE?

Žilavka ima sve adute da se nametne na vinskom tržištu, od stilistike do marketinškog potencijala

Kult Plave Kamenice

Prije rata u Hercegovini se grožđe uzgajalo na oko 5700 hektara. Najrasprostranjenija sorta bila je, naravno, žilavka, koju je lokalni poljoprivredni kombinat Hepok masovno izvezio u Njemačku.

Hepokova se žilavka, međutim, prodavala u skoro svim boljim zagrebačkim, splitskim i dubrovačkim restoranima i hotelima. Danas zapadna Hercegovina ima oko 3000 hektara vinograda i oko tridesetak privatnih vinarija. Žilavka je i dalje

najvažnija sorta, ali ona još nema onaj značaj, a osobito ne ugled kakav je uživala prije tridesetak godina. No, kako znamo iz poratnih hrvatskih primjera, pojedine sorte, osobito one potentne, relativno se lako vraćaju na tržište. Uzmimo za primjer pošip, kojeg renomiraniji vinari ne mogu dovoljno proizvesti, s obzirom na stalno rastuću potražnju, a prije dvadesetak godina nitko tko je držao do svog vinskog ukusa nije želio naručiti pošip



u strahu od tuposti i oksidacije, glavnih značajki starinskih pošipa. O eksploziji malvazije, koju prije dvadesetak godina restorani izvan Istre uopće nisu htjeli držati da bi danas bila najprodavanije restoransko vino u Hrvatskoj, ne treba posebno ni govoriti. Pitanje je, znači, može li se žilavka vratiti na veliku enološku i gastronomsku scenu kao što su to učinili istarska malvazija i pošip? Vjerujemo da može.

Pogledajmo prvo što sve kaže glasovita engleska vinska publicistica Jancis Robinson u svom magnum opusu Wine Grapes. Riječ je o knjizi od oko 1300 stranica, možda najvažnijoj objavljenj o sortama grožđa.

Povezanost s proseccom

“Žilavka najvjerojatnije potječe iz područja blizu Mostara, kao što sugeriraju neki od njenih sinonima (Mostarska žilavka). Njeno ime dolazi od žila koje su vidljive kroz kožu zrele bobice grožđa.

Zanimljivo je da njen DNA profil sugerira povezanost s proseccom. Žilavka je vrlo rodna sorta koja kasno dozrijeva. Ima velike, kompaktne grozdove. Veličina bobica zavisi o pojedinom klonu. Odlično podnosi sušu,



Proizvođači žilavke morali bi se udružiti, snažno zajednički nastupati i slijediti logiku Vinistre

ali je osjetljiva na botritis i na proljetni mraz. Žilavka je najvažnija bijela sorta grožđa u Bosni i Hercegovini, a najviše se uzgaja južno od Mostara. Njena se vina katkad miješaju s do 15 posto kratošije. Žilavkina su vina tipično punog tijela, bogata u ekstraktu, sa svježom kiselinom, i laganim orašastim okusima. Žilavka dobro odležava u boci, iako se danas mnoge žilavke proizvode u voćnom, lakšem stilu.” Ovako precizan opis

upućuje na nekoliko smjerova za žilavkin uspješan come back na veliku scenu. Prvo, riječ je o vinima s jakim ekstraktom, ali i visokom kiselinom, što znači da žilavka može biti izvrsno gastronomsko vino koje dobro ide uz bijelu ribu, sirovu hranu, ali i uz lakša mesa. Drugo, riječ je o vinima koja mogu odležavati, što je danas ponovo esencijalna dodana vrijednost za svako ambiciozno bijelo vino. Treće, riječ je o autohtonoj sorti s jasno definiranim terroirrom, što je jedan od glavnih preduvjeta za uspjeh u suvremenom svijetu vina. I četvrto, premda pomalo frivolno: sama činjenica da bi žilavka mogla biti genetski povezana s glerom/proseccom, dakle s grožđem čije se vino trenutno prodaje u oko 400 milijuna boca godišnje, predstavlja snažan potencijalni marketinški alat.

Žilavki su sad potrebna dva povezana procesa. Prvi je sustavno dizanje kvalitete vina uz što točniju i striktniju kategorizaciju, a drugi promocija sorte kao vrhunske lokalne atrakcije, i žilavke kao prvorazrednog autohtonog gastronomskog vina. Ukratko, proizvođači žilavke morali bi se udružiti, snažno zajednički nastupati i slijediti logiku Vinistre od prije dvadesetak godina, koja je malvaziju dovela baš u svaki hrvatski restoran i hotel. Sigurni smo da žilavka već sada posjeduje potencijal za povratak na središnju regionalnu i hrvatsku vinsku pozornicu, jer se hercegovačka vina prirodno prodaju u Hrvatskoj.

Zajednički poduhvat

O tome uostalom svjedoči činjenica da je Žilavka CZ vinarije Zadro iz 2016. godine lani osvojila platinastu medalju i zaista fenomenalne recenzije na Decanterovim Svjetskim nagradama.

Platinastu je medalju osvojila i Blatina CZ, vodeće hercegovačko crno vino koje i u vrućim klimatskim uvjetima zadržava svježinu, što znači da se perfektno uklapa u aktualne trendove crnih vina s više kiseline i slabijim taninima, koji vladaju na domaćim i međunarodnim tržištima. Blatina bi zbog takvih značajki mogla postati vrlo poželjno vino u hrvatskoj turističkoj industriji. Valja, međutim, ponoviti da se promocijom žilavke i blatine moraju sustavno, zajednički i uporno baviti svi proizvođači te dvije tradicionalne hercegovačke sorte. Napori jednog ili dva vinara, koliko god oni bili pojedinačno uspješni, sigurno ne mogu biti dovoljni.



MIHALJ
A.D. 1953.

**Butikna vina
iz Kutjeva**

Događaji 2018 godine

UNLIMITED



Pohod na najviše titule

Glavni sommelier dubrovačkog restorana Proto Siniša Lasan ove je godine položio jedan od najtežih ispita u sommelierskoj profesiji, koji mu je donio titulu Advanced Sommelier, samo stepenicu do najvišeg profesionalnog statusa Master Sommeliera. Lasan je prvi hrvatski sommelier u povijesti koji je osvojio ovako visoku titulu.



Baranjska vina su cool

Baranja proizvodi sve bolja vina. Potencijal graševine u ovoj prelijepoj regiji praktički je neograničen, dok sve bolje rezultate postižu i frankovke. Posebno je važno što se kvaliteta u Baranji podjednako diže u velikim vinarijama poput Belja i kod malih privatnih vinara poput Gerstmajera i Josića.



Pjenušci!

Interes za pjenušce u Hrvatskoj raste, kod kupaca i vinara. Nakon Tomca, Koraka i Šembera s Plešivice, iz Zagorja i Međimurja dolaze nove, mlade vinarije, koje izlaze na tržište s vrlo solidnim pjenušcima poput međimurskog Soluma ili osvajaču nagrade poput Sibona, koji je na Decanteru osvojio srebrnu medalju.



Otvorenje vinarije Galić

Otvorenje nove vinarije Galić izgledalo je kao da se u mirno tradicionalno Kutjevo spustio svemirski brod. No postmodernistički spektakl u Slavoniji najavio je ozbiljne stvari. Gospodin Galić sagradio je najsuvremeniju vinariju u Hrvatskoj. Glavnom enologu Slavenu Jeličiću na raspolaganju su specijalne bačve kakve koriste u Mouton Rotschildu, betonska jaja i konusi namijenjeni budućoj proizvodnji maceriranih vina, zatim velike drvene bačve od 3300 litara za odležavanje vina, i bačve od 330 litara za proizvodnju vinjaka. Diviziju



tankova od inoksa čine posude različite veličine, postavljene jedna na drugu kako bi se stvorila vizualna ujednačenost. Osobito su zanimljivi mali vinifikatori, koji omogućuju da, primjerice, kreira kulturu prirodnih kvasaca ili da eksperimentira sa sasvim malim volumenima različito stiliziranih vina, koja može replicirati u komercijalne količine. Ova Galićeva investicija promijenit će lokalno vinarstvo i vinski turizam.



Clai before you die

Decanterova suradnica Margaret Rand u prosinačkom je broju objavila veliki tekst pod naslovom Ten Wines To Try Before You Die. Na tu prestižnu listu uvrstila je Claijevu malvaziju Sv. Jakov opisujući je kao "apoteozu vina."





Događaji godine



MACERIRANA VINA STIŽU

Zadnje dvije godine promatramo jedan od najzanimljivijih i izuzetno važnih trendova u hrvatskoj vinskoj industriji. Riječ je o afirmaciji maceriranih vina. Od kulturnog Claijevog Sv. Jakova i međunarodno priznate Tomčeve Amfore do malog ali senzacionalnog Grka Križ s Pelješca i nove zvijezde, Ipšine macerirane malvazije, ovaj stil otkriva impresivan potencijal terroira i lokalnih sorti u svim regijama.

Ivan Jug sommelierski je prvak Hrvatske

Glavni sommelier i suvlasnik Noela Ivan Jug pobijedio je na nacionalnom prvenstvu sommeliera održanom u listopadu u lošinjskom hotelu Bellevue, u neizvjesnom finalu u kojemu je bio bolji od Siniše Lasana i svog kolege iz Noela Gorana Petrića.

Zakon o vinu i Strategija istarskog vinarstva

Na srpanjskoj izbornoj skupštini Vinistre usvojen je najvažniji dokument istarskih vinara dosad. Strategija istarskog vinarstva i vinogradarstva temelji se na četiri poluge: upravljanju marketingom, unapređenju proizvoda, snažnom povezivanju s turizmom i reorganizaciji sustava upravljanja. Dva glavna cilja Strategije su povećanje potražnje za istarskim vinima i umjereno povećanje ponude. Ovo je prvi put da jed-

na hrvatska vinska regija donosi službeni dokument o zajedničkom razvoju i nastupu na tržištu. No, kako je u uvodu Vinskog izvještaja napisao Ivica Matošević, ključnu ulogu u provedbi istarske vinske strategije moraju odigrati zakonodavci i država ugrađivanjem ključnih elemenata strategije u Zakon o vinu i konkretnom, iskrenom podrškom u organizaciji zajedničkih nastupa na stranim tržištima. Bez toga, sve će opet ostati na samim vinarima, bez značajnijeg efekta.



Pametniji festivali

Ova godina donijela je stvarnu afirmaciju festivala koji nisu pijanke nego pametno osmišljeni događaji na kojima se vino propisno promovira.



Vinski barovi konačno postaju mainstream

Pupitres, Bastion, Cheese Bar, Basement, Bornstein, Vivat... vinski barovi godinama su dio zagrebačkog života, ali ova godina učinila ih je masovno popularnima, zahvaljujući novim formatima, demokratskijem izboru i pametnim vinskim listama.

ROSE!

Ružičasta vina ne samo da su konačno privukla pažnju hrvatskih potrošača, hrvatska ima cijeli vinski festival Pink Day posvećen roseima, nego su počela dobivati solidne lokalne ekspresije. Uz zasad bez konkurencije najboljih Korakovih rosea, ove su nas godine vrlo ugodno iznenadili Tomičev rose, onaj šibenske obitelji Rak i obećavajući Volarevičev rose.

ILOČKI
PODRUMI



Najstariji i
najnagrađivaniji
vinski podrum
Hrvatske!

Vina protkana snagom Dunava,
ponosom više-tisućljetne tradicije
i karakterom jedinstvenih položaja
Principovac i Vukovo!



LINIJA VRHUNSKIH VINA POLOŽAJ PRINCIPOVAC



LINIJA ODABRANIH VINA POLOŽAJ VUKOVO