

**ITALIJA: PROIZVODNJA I PLASMAN**

Italija je u 2009. proizvela nekih 47,7 milijuna hektolitara vina. Inače, njen količinski prosjek u razdoblju od 2004. do 2008 iznosi 48 milijuna hl. Gotovo 55 posto produkcije odnosi se na crno vino. Ukupan broj proizvođača je 650.000. Talijanski Institut za vanjsku trgovinu (Istituto nazionale per il commercio estero - ICE) naglašava da se, iako sada ima gotovo polovicu manje površine pod trsjem od one koja je bila 1980. godine, po ukupnoj površini pod vinovom lozom Italija nalazi na trećem mjestu svjetske rang-ljestvice najvećih, iza Španjolske i Francuske.

U Italiji se danas proizvede 17 posto od ukupne svjetske produkcije vina, a unutar Europske Unije na Italiju otpada 30 posto proizvodnje. Italija vinom godišnje ostvaruje promet od 13 milijardi eura, od toga je 3,6 milijardi od izvoza. Najvažnija strana tržišta za Italiju su, ovim redoslijedom po ostvarenoj novčanoj vrijednosti: Njemačka, SAD, Velika Britanija, Švicarska, Kanada, Japan, Danska, Francuska, Nizozemska, Švedska, Austrija. Izvozni uspjeh Italije i u ovim kriznim vremenima objašnjava se s jedne strane novim rastom interesa, osobito u SAD, za skupa vina poput Brunella, Barola, a s druge strane i time što su vina iz južne Italije, koja su u posljednje vrijeme znatno napredovala kakvoćom, još uvijek po vrlo povoljnim cijenama, svijet je to otkrio i eto u prvih devet mjeseci prošle godine izvoz kapljice iz regija Apulije, Campanie i Kalabrije povećao se 10,3 posto. ■



Talijani dobro plivaju i u kriznim vremenima, oni su jedni od vrlo rijetkih kojima je pošlo za rukom povećati izvoz vina. Odlično izvoze, posebice u Njemačku i SAD, i to i ona vrlo skupa vina poput Brunella iz Montalcina, Barola, Barbaresca, Chianti classica, ali to nije došlo slučajno: ta jako dobra vina prati i snažan marketing, već dugo se u prvome dijelu godine kad na tržište izlaze nove berbe u Toscani, Pijemontu organiziraju velika promotivna kušanja za više od stotinu novinara te za trgovce i ugostitelje iz cijeloga svijeta, na slici je prizor s prezentacije Benvenuto, Brunello!

**Langhe & Roero**

TRŽIŠTE: PRIMJERI IZ NAŠEG NEPOSREDNOG SUSJEDSTVA

**KULTIVAR USKOG AREALA  
PRILIČNE SKUPOĆE a ŠIROK**

Priredio ŽELJKO SUHADOLNIK

**SADAŠNJI USPON ZEMLJE NA APENINSKOM POLUOTOKU NA SAM VRH LJESTVICE NAJJAČIH SVJETSKIH IZVOZNIKA VINA OBJAŠNJAVA SE MEĐU OSTALIME I TAMOŠNJOM DUGOGODIŠNJOM NAGLAŠENOM NJEGOM DOMAĆIH SORATA I SUSTAVNOM SNAŽNOM PROMOCIJOM VINA OD NJIH, ALI I PROMOCIJOM TERITORIJA GDJE NASTAJU, KAO I OPĆENITO STILA MADE IN ITALY. SVIJET U ČAŠI NEDAVNO JE BIO U PIJEMONTSKOM GRADU ALBI NA TRADICIJSKOJ VELIKOJ GODIŠNJOJ PREZENTACIJI NOVIH BERBI BAROLA, BARBARESCA I ROERA**

Italija, koja je bila oduvijek, uz Francusku, glavna svjetska vinska velesila, postala je, vidjeli smo iz najnovijeg izvještaja o kretanjima na globalnoj vinskoj pozornici što nam ga je nedavno poslao OIV, najjačim izvoznikom Bakhova nektara na planetu. Dobra organiziranost branše na nacionalnom planu i po regijama i vinogorjima, dobro osmišljena ulaganja, nastojanja da se **njeguje svoje** i da se u istupu prema javnosti koncentrira ne samo na određeni proizvod izdvojeno, nego na taj **proizvod u kontekstu cijeloga teritorija i u kontekstu talijanskog stila življenja**, kao i snažna marketinška aktivnost dali su dobar rezultat. I u ovo vrijeme globalne ekonomske krize.

Mnogi promatrači skloni su aktualni talijanski uspjeh u izvozu tijesno povezati ponajviše uz trud i umijeće naših susjeda s Apenina da njeguju i propagiraju svoje kao nešto originalno što će privući. Italija se danas hvali sa 350 autohtonih sorata vinove loze, službeni podaci kažu da je nekih 60 posto njene ukupne vinogradske površine pokriveno domaćim kultivarima. Među njima, po renomeu, najznačajnija mjesta zauzimaju Nebbiolo iz Pijemonta i Sangiovese iz Toscanne, dviju talijanskih pokrajina koje su od svih s *apeninske čizme* i najpoznatije u svijetu i ne samo po vinu nego i po koječemu drugome,

prva i po ostalim raznim plodovima zemlje poput lješnjaka, tartufa, sireva, tjestenine, riže, zatim industriji, politici, a druga također po sirevima, govedu chianina, maslinovu ulju, kulturi i umjetnosti. Ali, sve se više i



Nebbiolo – kultivar-kralj Pijemonta i jedno od vina-kraljeva Italije

# UZGOJA, i NEKTAR OG AREALA POTROŠNJE!



Područje Pijemonta oko grada Albe, jedno d najcjenjenijih za (crna) vina. Veći dio s južne strane rijeke Tanaro je Langa, a manji dio, sa sjeverne strane Tanara, je Roero



Nebbiolo u barolu i barbarescu

## Novinarski summit

Osvrnuo bih se ovdje na vina barolo docg, barbaresco docg i roero docg od pijemontske sorte Nebbiolo. Upravo zato što je Nebbiolo sorta vrlo uskog - pa time i ekskluzivnog! - areala uzgoja, zatim zato što su i barolo i barbaresco koji se dobivaju od nje osobito obožavani u krugovima znalaca i potrošača dubljega džepa, zato što eto baš i oni čine važan dio talijanskog izvoza, ali i zato što sam nedavno bio na vrlo dobro organiziranoj promotivnoj manifestaciji Nebbiolo Prima 2010 u gradu Albi, događanju koji marketinški i te kako pridonosi tržišnoj uspješnosti ovih skupih vina, ali i uzdizanju nekih drugih (roero) - koja će zasigurno već uskoro postati vrlo skupa, i unatoč i tome i se dobro prodavati.

Na poziv domaćina u Pijemont *hodočastim* već gotovo jedno desetljeće, na pretpremijerne degustacije vina koja upravo izlaze na tržište. Svaki put lijepo druženje uz jako dobra vina i specijalitete regijske kuhinje, obilazak vinograda i uživanje u prizoru *zelenoga mora* lozom posutih brdašća, upoznavanje uvijek s kakvom novom kulturnom i povijesnom znamenitosti, obnavljanje prijateljstava i poznanstava, susretanje novih zanimljivih lica

na internacionalnoj sceni nameću i vina od drugih talijanskih sorata kao što su, primjerice, Barbera, Corvina, Rondinella, Molinara (amarone, Veneto), Montepulciano d'Abruzzo, Nero d'Avola sa Sicilije...

Upravo stoga da se bitno razlikuje od drugih i da bude na tržištu zanimljivija, Italija se i jeste snažno posvetila svojim sortama, unaprjeđenju kakvoće vina od njih, kao i kvalitetnoj sustavnoj i sinergijskoj promidžbi tih vina, koja eto, pokazuje se često, mogu biti i jak magnet za dovođenje turista u njihov zavičaj. Ne treba čuditi što i unatoč aktualnoj globalnoj ekonomskoj krizi Talijani i dalje dobro prodaju svoja vina, s jedne strane ona najrazvikanija i skupa kao Barolo, Barbaresco, Brunello (bez obzira na lanjski skandal vezan uz neke proizvođače toga vina), Chianti classico..., a s druge strane vina od autohtonih sorata iz svojih južnijih krajeva kojima su osjetno poboljšali kakvoću.

I dok nije nelogično da se dobro prodaju talijanska južna vina koja istodobno sa znatnim napretkom u kvaliteti nisu istodobno (barem ne zasad još dok nemaju dovoljno visoki renome koji bi to podnio) na tržištu dobila i novu, vrlo visoku cijenu, dotle je **značajan uspjeh Talijana svakako očuvanje tržišnih pozicija onih vrlo skupih vina**, koja se u maloprodaji u Italiji ne nalaze ispod 35 eura za butelju u trenutku kad izađu na tržište, a dvostruko su pa i višestruko skuplja ako je riječ o nekom starijem godištu, k tome i iz bolje berbe i od renomiranijega proizvođača.



Vino je neodvojivi dio gastronomije i turizma. Enzo Brezza (sasvim desno), u ime organizatora priredbe Nebbiolo Prima, pobrinuo se da novinari obidu i ponajbolje lokalne restorane, kao npr. i vrlo renomirani Antinè u Barbarescu

iz lokalne sredine ali i iz svijeta, prigoda dakle se vidi nešto drugo, novo, da se nešto i nauči. I ove godine se na degustacijama u gradu Albi u provinciji Cuneo južno od Torina okupilo nas oko 70 biranih vinskih novinara iz niza zemalja iz Europe, Azije i Sjeverne Amerike. U Europi odlična tržišta za vina su Njemačka, Velika Britanija, Belgija, Nizozemska, Danska, Švedska, Poljska, Rusija, u Sjevernoj Americi dakako SAD, a u Aziji Japan, Kina, Indija, Južna Koreja, pa je odande bilo i najviše pozvanih novinara, te, paralelno u drugoj i od nas odvojenoj grupi, i vinskih trgovaca. Domaćini su kao organizatori jako dobro odradili svoj promotorski posao.

## 320 etiketa

Nakon Barbera Meetinga, vezanog uz još jednu gospodarski značajnu pijemontsku vinsku sortu, dakako Barberu i održanoga u ožujku, slijedilo je ovo događanje po novome nazvano Nebbiolo Prima, a što se nastavilo na promotivne priredbe Alba Wines Exhibition započete prije 15 godina. Kao i prijašnja serija Alba Wines Exhibition, i Nebbiolo Prima je u organizaciji udruge pijemontskih proizvođača vina *Albeisa*, a to su oni koji rabe bocu modela *albeisa* (*albeisa* = za vino iz okolice Albe, vidi okvir). **Nova stara** manifestacija - promijenilo se vodstvo u redovima organizatora, udruge Vignaioli piemontesi, pa su izmijenjeni i operativci u realizaciji i naziv priredbe. Sada je, po nama, ovo događanje s bitno primjerenijim nazivom, učinjeni su odmak od engleštine i jezični povratak kući, a s nazivom Nebbiolo Prima dobiveno je i na preciznosti, naime



Nebbiolo prima: kušanje, uz sommeliera. Svaki kušač ima pred sobom pet čaša i sam sebi određuje ritam, a tek na kraju, nakon što je kušao sve uzorke, dobije listu s popisom vina i proizvođača

odmah je svima posve jasno o čemu je riječ.

Na manifestaciji, na kojoj su na svjetskoj razini promovirani novi predsjednik *Albeise* **Enzo Brezza**, zaslužan za stanovite promjene u realizaciji priredbe, te novi predsjednik Konzorcija za Barolo, Barbaresco, Langhe i Roero **Pietro Ratti** iz proizvođačke kuće Renato Ratti iz La Morre, inače dosadašnji predsjednik *Albeise*, na premijerno kušanje najvažnijima koji bi trebali širiti glas o novoj berbi na tržištu te onima koji bi je trebali distribuirati, ponuđena su vina Barolo 2006 i Barolo riserva 2004 i stariji, Barbaresco

2007 i Barbaresco riserva 2005 i stariji, te Roero 2007 i Roero riserva 2006a koja su upravo dobila pravo izlaska iz podruma pred potrošače. Na tom najjačem vinskom summitu u znaku sorte Nebbiolo svoja je vina predstavilo oko 200 proizvođača.

Događanje je organizirano vrlo ambiciozno, željelo se svijetu pokazati što više toga. Bio je pravi pothvat – ali, novinari su bili doista vrlo disciplinirani! – u samo četiri dana nositi se sa 320 etiketa barola, barbaresca i roera, to više što su se u doista prepunom dnevnom programu prijepodnevnih degustacija naslijepo (od 9 do 14 sati) te popodnevnih posjeta vinarima na posjedima i susreta s njima skupno u regijskim vinotekama, kao i na večerama brojna vina i ponavljala. Vina od Nebbiola dosta su naporna za degustaciju upravo stoga što ih uz visoki alkohol karakteriziraju i jače izraženija kiselost i jaki tanini. Osobiti

problem za jezik i nepce nastaje kad godište nije bilo najbolje za dozrijevanje odnosno ako proizvođač nije bio na visini zadatka, u tim slučajevima kiselost i tanini naglašeniji su, k tome i zeleni, i degustator se brzo umori. Srećom za pozvane, iduće godine organizator namjerava produžiti ovu manifestaciju barem za jedan dan.

wPočelo je s vinima iz Roera, oblasti u blizini grada Albe sa sjeverne strane rijeke Tanaro, dakle na suprotnoj obali od one duž koje se prostire znatno šire područje zvano Langa. Od tri vinogorja – Barolo, Barbaresco i Roero, ovo posljednje nije još razvikano, ono tek stasa, sporo ali sigurno. Nedavno su proizvođači iz tog vinogorja dobili dopuštenje da svoja vina od Nebbiola i s nazivom Roero označavaju sa docg, u ovome trenutku najvišom službenom apelacijskom oznakom u Italiji.

Roero je predio gdje, inače, vinova loza još nije preuzela status monokulture, naime dosta se seljačkih gospodarstava bavi i drugim poljoprivrednim aktivnostima primjerice uzgojem voća, osobito bresaka, valjda stoga vino nije do sada dobivalo takav zamah kao što je to bilo u zonama Barola i Barbaresca gdje su vinogradarstvo i proizvodnja vina udarni. Roero, s vinogradima pretežito na



pjeskovitim terenima, s kakvih se inače dobiva elegantna i dugovječna kapljica s finim taninom i lijepim aromama, uvijek je prije, sjećamo se s brojnih prijašnjih prezentacija pod nazivom Alba Wines, bio u kompletu daleko najslabiji u trokutu Barolo-Barbaresco-Roero, međutim u najnovije vrijeme zamjetan je u vinima Roera priličan napredak u kakvoći.

## Najbolji proizvođači vina dostojna svake špice

No, kraj koji želi visoku afirmaciju mora imati mnogo, odnosno dovoljan broj takvih proizvođača. Kako je krenulo čini se da će ih uskoro i imati.

Uglavnom, općenito, vina iz Roera više nisu s manama zbog nedovoljnog znanja ili angažmana proizvođača, međutim još znaju biti opterećena utjecajima drva i začina zbog neprikladne uporabe barriquea, neko vrijeme to je pratilo i Barolo i Barbaresco ali srećom proizvođači Barola i Barbaresca uglavnom su se riješili te loše pomodnosti. Kod nekih vina iz Roera dojam je da pojedini proizvođači umjesto da maksimalno igraju na kartu elegancije žele postići vino snage Barola, ali s obzirom na tip tla takvo mišićje jednostavno ne mogu ostvariti do kraja, pa onda nemaju niti vino snage Barola niti vino pune elegancije i finoće mirisa kakvo mogu dobiti sa svojih pjeskovitih terena. Barolo je Barolo, a Roero neka i bude Roero sa svojim specifičnim dražima.

Kod Barbaresca 2007, uz neka vina koja su se pokazala već donekle spremnima za trošiti i sada, naišli smo i na dosta vina koja su bila vrlo zatvorena, sa slabije izraženim



Mladi Roberto Minuto i njegov tata iz Cascine Luisin iz Barbaresca uvjerili su nas ne samo u visoku kakvoću svojih vina nego, s nekim uzorcima starim po nekoliko desetljeća, i veliku dugovječnost njihovih vina

aromama, pa i s nešto jačim taninom. Moguće je da su ova zatvorena bila takva i stoga što nisu imala dovoljno vremena u boci od punjenja do ovoga kušanja, zato je svakako za konačni sud nužno još pričekati, da vrijeme u boci učini svoje.

I kod Barola iz berbe 2006. bilo je puno i suviše zatvorenih vina. Barolo je, kao osobito ozbiljan, i redovito dosta sudržan. Ovdje je ipak bila riječ o vinima godinu dana starijima od barbaresca. Jača suzdržanost se primijetila i kod vina iz općine Barolo odakle, posebice s pozicije Cannubi, uobičajeno dolaze elegantnija i aromatičnija vina, a ovaj put ona su bila nekako *zaključana*. S druge strane Baroli iz zone Castiglione Falletto, koji su pak obično dosta ozbiljni i teži, pokazali su se sada nešto spremnijima za trošiti. Pogotovu u odnosu na one iz zona La Morra



Majstori za barbaresco ali i za barberu su i braća Minuto s posjeda Moccagatta iz Barbaresca, a na slici je jedan od braće, Franco

i Monforte, kod kojih su još jače do izražaja dolazili tanini. U lijepom svjetlu, tanični ali ne i s grubim taninom, pokazali su se Baroli 2006 iz oblasti Serralunga.

Inače za 2007. se u području Langhe i Roero govori kao o jako dobroj mada ne i optimalnoj godini, loza je zbog blage zime startala dosta rano, razvoj je bio idealan do ljeta kad su pojačale temperature i protegnulo se sušno vrijeme pa je došlo i u



Među afirmirane proizvođače vina u Roeru spada posjed Negro Angelo & figli iz Monteu Roera. Pod kapom oca Giovannija, braća Gabriele i Angelo brinu o vinogradu i podrumu, treći sin Giuseppe i kćerka Emanuela brinu o prodaji, a mama Marisa zadužena je za prihvata gostiju



Piero Busso iz Neivea s najboljim svojim barbarescom San Stefanetom



U lijepom svjetlu pokazali su se baroli iz predjela Serralunga. Tu vinograde ima i mladi i perspektivni Enrico Rivelto iz mjesta Sinio, a čija vina su u Hrvatskoj prisutna preko uvoznika Petkovic d.o.o.



Odlična vina od Nebbiola ali i Barbere ponudila je Elena Sottimano iz obiteljskog podruma Rina Sottimana iz Neivea



Od kuće Prunotto, upravitelja i podrumara koje Gianlucu Torrenza vidimo na slici među novinarima-uzvanicima na Nebbiolu Prima 2010 a koja je sa svojim vinima prisutna i u Hrvatskoj, preko zagrebačkog uvoznika Vivat Fina Vina, dopao nam se Barolo 2006 Bussia



Anna Abbona iz vlasničke obitelji povijesne vinske kuće Barola – Marchesi di Barolo, jedne od najvećih u Langhi, nazočne s vinom i u Hrvatskoj preko zagrebačkog Vrutka, predstavlja vina indijskom vinskom piscu Shubhashu Arori (lijevo)

određenoj mjeri do tzv. prisilnog, *ubrzanog sazrijevanja* i značajnog nakupljanja sladora. Teških sparina međutim nije bilo, zbog dobre ventilacije izostale su bolesti odnosno opasnosti od gljivičnih bolesti. U kolovozu temperature su pale, a bilo je i nešto kiše tako da se loza oporavila od stanovitog toplinskog i sušnog stresa, vegetacija se usporila i dobro produžila, berba je ipak počela nešto ranije nego inače. Grožđe je brano kao posve zdravo, dobivena kvaliteta roda, zahvaljujući baš tom finalu s nižom temperaturom i ponekom kišom što su pomogle očuvanju kiselina, bila je prilično visoka. Nebbioli iz 2007 su ozbiljni, s visokim alkoholom, odličnog tijela i strukture, lijepe boje, zamjetnih čvrstih tanina kakvi zahtijevaju tek više vremena da se umire. Visokoambiciozno rađena vina od grožđa iz vinograda na najboljim pozicijama (vinogorja Barolo, Barbaresco...) nešto sporije se razvijaju i otvaraju, ali obećavaju na dužu stazu.

## Trošiti svakako uz hranu

Ni berba 2006. ne smatra se u Pijemontu posve idealnom, ali ostat će zapisana kao bolja od 2007. Zimi su bile vrlo niske temperature i palo je mnogo snijega, koji je kad se otopio stvorio bogate vodene rezerve u tlu, snijegu je slijedio je i period s dosta kiše, tako da visoke temperature i dugo razdoblje bez kiše koje je nastupilo poslije – sredinom svibnja - nije škodilo lozi. Međutim, zbog vrućina je u drugoj polovici srpnja ipak bilo strahovanja da bi na škrtijim tlima moglo krenuti prisilno i ubrzano sazrijevanje. Srećom period vrućine i izrazite suše nije trajao još dugo – kolovoz je bio osjetno svježiji od srpnja a povremeno je i kišilo, u pljuskovima - tako da se vegetacijska aktivnost usporila. Zahvaljujući porastu temperature u rujnu i velikim razlikama između temperatura danju i onima noću, ona se i kvalitetno produžila. Prve značajnije kiše nastupile



Milena Vajra i njena kćer iz kuće Aldo Vajra iz Barola oduševili su nazočne i svojom izvanrednom Barberom d'Alba superiore 2007. Njihov inače uvijek dojmljiv Barolo 2006 Bricco delle Viole sada je bio još dosta zatvoren, ali...

su sredinom rujna, ali one nisu odmogle nego naprotiv pomogle, naime vodu nije izravno upilo grožđe nego zemlja koja je počela osjećati njen deficit. Godina je bila komplicirana i vinogradari koji su dobro i pravovremeno radili u trsju te pravilno odredili datum berbe na kraju su kod svojih kasnih sorata (Nebbiolo!) brali zrelo i zdravo grožđe. Baroli iz 2006 pokazivali su već od mladih dana, tvrde pijemontski enolozi, naglašenu kompleksnost i lijep sklad. Doživjeli smo ih s visokim ali ne i previsokom alkoholom, s lijepom kiselošću i dobrim balansom između alkohola i kiseline, arome malo suzdržane no vinu svakako treba još vremena u boci, tanin je kod vina od nebbiola iz 2006 vrlo zamjetan, međutim upućuje na to da će se s vremenom, pa i ne kroz jako dugačak period, lijepo omekšavati.

Ovo posljednje izdanje prezentacija pijemontskih nebbiola u Albi ponudilo je zanemarivi broj vina s nedostacima, vina u minornom opsegu koja nisu bila na visini ponajviše su bila u znaku tonova prebrze starosti, ishlapljelosti/izvjetrenosti.

Zaključak vezan uz većinu ostalih vina: pričekati s konzumacijom još neko vrijeme, i svakako ih trošiti uz hranu, naravno, odgovarajuću, to bi značilo najbolje toplu, zamašćeniju i sočnu kao pečenja, divljač, gulaše, starije nebbiole (konkretno barolo, barbaresco - svakako uz elaboriranija jela)... Netko se bio lijepo izrazio da *pijemontskog tigra nebbiola* treba smiriti s prikladnim jelom!... 🍷

## NE SPUŠTATI CIJENU!

**Guido Damilano** iz podruma Damilano iz Barola, **Francesca Destefanis** iz kuće Aurelio Settimo iz La Morre i **Vittore Alessandria** s posjeda Fratelli Alessandria iz Verduna podastri su novinarima na jednoj od večera u sklopu Nebbiola Prima vina stara između 10 i 15 godina, Damilano svoj znani Barolo Liste a Destefanis Settimov znani Barolo Rocche. Upitali smo Guida Damilana što misli o Nebbiolu Prima i inače o silnim i skupim promocijskim nastupima i po sajmovima i po raznim prezentacijama na raznim tržištima. Koliko to opterećuje proračun kuće, održava li prodaju na koliko-toliko željenoj razini, je li mu bilo nužno smanjivati cijene vinima u ovo vrijeme globalne ekonomske krize?

Damilano odgovara da troškovi promidžbe, koji uključuju propagadne poruke, plaćanja sudjelovanja na sajmovima i vinske festivalima, voznih karata i goriva za putovanja kao i boravka u drugome mjestu, te poprilično vina što se potoče na degustacijama, a trošak je i vrijeme, jesu veliki, no da se ipak na kraju isplate. Nužno je, veli Damilano, tek dobro znati kojemu se tržištu i kojem profilu kupca proizvođač sa svojim vinom obraća, pa po tome napraviti strategiju promotivnih nastupa. Damilano tvrdi da plasman njegovih i cjenovno visoko pozicioniranih vina nije stao s krizom, tek se nešto usporio, te da on nije spuštao cijenu svojim vinima, nije ni pomislio na to, jer takav se potez ne pokazuje popularanime kod zahtjevnih kupaca orijentiranih na skuplja vina, oni kao da u takvom slučaju gube povjerenje i mogu smatrati da s vinom koje pojeftinjuje nešto nije u redu, pa se okrenu drugim ponuđačima. K tome, poslije, kad se situacija na tržištu normalizira, vrlo je teško podignuti cijenu makar i na onu nekadašnju razinu prije eventualnog pojeftinjenja. Nužno je od starta, savjetuje Damilano, biti s cijenom realan i ne pretjerivati, čemu su mnogi skloni kad vide da neka roba u tome trenutku jako dobro ide. Bolje je malo strpiti se te prihvatiti privremeno sporiji ritam prodaje nego žuriti s nekim rješenjima koja se možda čine dobrima ali se onda ipak pokaže da nisu dobra. ■



Vinsku kuću Bric Cenciurio iz Barola, u vlasništvu Alessandra Pittatorea zapamtili smo posljednjih godina po visokoj kakvoći barola, a za tu se kakvoću sa strukovne strane brine enolog Carlo Sacchetto

Marziano Abbona iz Doglianija, čija vina u Hrvatsku uvozi Miva Mohor Trgovina, osim Nebbiolu maksimalno se posvećuje i sorti Dolcetto koja baš na pozicijama kod Doglianiju daje posebno dobar rezultat.



## KONZORCIJ ZA BAROLO, BARBARESCO, ALBA, LANGHE I ROERO

U Pijemontu su dvije vrlo snažne udruge koje brinu o vinima svojega kraja u smislu njegovanja vlastitih posebnosti, unaprjeđenja kakvoće, uređivanju apelacija i suradnje s nadležnim državnim institucijama oko nje, zatim promocije te (pravne) zaštite vlastitih robnih maraka od mogućih kopiranja i falsifikata. Jedno tijelo je Konzorcij za vina barolo, barbaresco, nebbiolo d'Alba, Langhe i Roero, a drugo je udruga Vignaioli piemontesi Albeisa.

Predsjednik Konzorcija je **Pietro Ratti**, inače vlasnik vinogradarsko-vinskog posjeda *Renato Ratti* u mjestu la Morra, općini u apelaciji Barolo, a predsjednik udruge Vignaioli piemontesi Albeisa je **Enzo Brezza**, vlasnik vinogradarsko-vinskog posjeda *Brezza Giacomo & figli* iz Barola. Obojica su na tim funkcijama novi, naime Ratti je do proljeća ove godine bio na čelu Albeise, dakle samo je promijenio fotelju, a Brezza je preuzeo kormilo Albeise nakon što je u proljetnim izborima Ratti odstupio.

Pietro Ratti kao predsjednik Konzorcija za barolo kazao je za **Svijet u čaši**:

- Radostan sam što sam u uredu gdje je u osamdesetim godinama bio moj otac Renato, koji je čvrsto vjerovao u konzorcij kao mogućnost proizvođača da rastu i razvijaju se zajedno na dobrobit cijeloga kraja i samih sebe.

**Smatram da je moralna dužnost svakog proizvođača da dade maksimum za napredak vlastitoga teritorija. Konzorcij ne smije biti birokratsko i administrativno tijelo nego dinamična organizacija koja služi na korist teritoriju i svakome proizvođaču na tom teritoriju.**

Konzorcij za barolo i barbaresco, nebbiolo d'Alba, Langhe i Roero utemeljen je još 1934. godine, a sada kao članove obuhvaća 133 podruma, većma je riječ o manjim proizvođačima sa ne više od 60.000 butelja godišnje proizvodnje, dodaje Ratti. ■



Pietro Ratti, do jučer predsjednik Udruge pijemontskih vinogradara albeisa, danas predsjednik Konzorcija za barolo, barbaresco, roero



## BOCA KAO DIO ROBNE MARKE

### ALBEISA

Malo je područja na svijetu koja se mogu pohvaliti da imaju svoju bocu za vino, dakle ne bocu stvorenu tek da bude - kako to pojedini proizvođači često rade danas izborom nekog ekstravagantnog modela butelje i stavljanjem na njen vrat obiteljskog grba i/ili vlastita imena i prezimena - usko personalizirana, nego da je to model s dugačkom prošlosti i tipičan, prepoznatljiv za cijeli teritorij, da odražava sjajnu dugačku vinsku tradiciju područja. Imati takvu butelju znači vino svojega kraja prezentirati s više stila i dati mu više poštovanja, istodobno i učinkovito pridonijeti promociji vlastita teritorija.

Punjenje vina u staklenu vinsku bocu, koja je, inače, i nastala tek prije nekoliko stoljeća, nekad je i imalo upravo to značenje - odati boljem vinu poštovanje. Još i u 19. stoljeću buteljirala su se samo najbolja vina, ostalo se prodavalo *na bačve* različitih zapremina.

U naprednim vinogradarsko-vinarskim područjima svojedobno su se, upravo stoga što se baš tu s obzirom na bolju kvalitetu vina u jačoj mjeri i ukazala šira potreba za adekvatnim manjim recipijentima u koje bi se punilo vino, počeli pojavljivati staklari zanatlije okrenuti proizvodnji boca. Vinarima se prije općenito nije isplatilo rabiti boce u većem opsegu jer trošak za njihovu nabavku bio je previsok u odnosu na ono što se tada moglo zaraditi po litri vina. Ali, onda se i u širem pučanstvu (ne samo proizvođači, nego i potrošači!) shvatilo da se vino bolje i duže čuva ako ga se pravovremeno napuni u bocu koja se onda dobro začepi. Kod boljih vina bilo je i sasvim logično da se nastoji očuvati ih, tako da se podjednako kao u prvoj (kupljenoj) boci uživa i u onoj posljednjoj iz (nabavljene) iste serije. S vinom napunjenime u bocu s obzirom na manju zapreminu recipijenta bilo je i za proizvođača i za kupca i praktičnije i na tržištu, naime vino se moglo lijepo komercijalizirati i u manjim količinama. Imućniji ljubitelji vina najednom su sve više tražili vino u boci ne samo zato što su znali da se tada jedino bolja kapljica punila, nego i stoga što su htjeli biti sigurni da se vino ako im doma i ostane koja boca, s vremenom neće pokvariti, kao i stoga da bi imali izbor: da li nekom prigodom kod nekog proizvođača kupiti odjednom više istoga vina, odnosno da li možda ukupno jednaku željenu količinu vina kupiti od dvoje ili troje različitih proizvođača, što je svakako zanimljivije jer omogućuje zadovoljenje šire lepeze ukusa, ovisno o afinitetu pilca, hrani trenutno na stolu i prigodi u kojoj se pije. Napunjena vina počela su se prodavati znatno skuplje nego rinfuza, i proizvođačima Bakhova nektara koji su bolje zarađivali, bivalo je sve više stalo da svoju kapljicu što više plasiraju kroz bocu. U pojedinim šire afirmiranim vinogorjima počeli su tada nicati pogoni za proizvodnju stakla i recipijenata od stakla, upravo i za vino. U lokalnim okvirima prilično se razvilo zanatstvo vezano uz staklarstvo i izradu boca za vino.

Od početka pojave boce malo-pomalo u tim jače znanim vinogradarskim krajevima iskristalizirao se po jedan opće prihvaćeni model boce. Pokazalo se to i s tržišnog aspekta kao velika stvar - da već sama boca i bez etikete jasno upućuje na to iz koje regije dolazi vino.

Svima su nam dobro znane tipične bordoška, burgundijska, rajnska boca, toskanski fiasco - trbušasta boca za vino chianti opletena slamom do pola visine, kažu da je najstarija na svijetu, pa šampanjska, zatim franački Bocksbeutel, zatim boca za porto kao i boca clavelin iz predjela Jura u Francuskoj, a tu je, evo, iz Pijemonta i još jedna specifična i vrlo stara butelja

Paleta butelja albeise, u raznim veličinama



– albeisa, rođena u tvornici staklene ambalaže kod grada Albe, otud joj i naziv. Karakteriziraju je tamno staklo, najčešće je riječ o tamno-smeđoj boji, te oblik koji podsjeća na burgundijsku butelju, što nije čudno jer Burgundija je u susjedstvu s Pijemontom. No ta boca u povijesti nije imala sreće, iz političkih i ekonomskih razloga, u tome dijelu Italije na granici s Francuskom i gdje su Francuzi imali veliki utjecaj, potiskivana je da bi više prostora na tržištu imala burgundijska butelja. Procvat albeise dolazi sa 1973., kad je Renato Ratti, otac dojučerašnjeg predsjednika albeise i današnjeg predsjednika Konzorcija za barolo, barbaresco, Alba, Lange i Roero uspio zainteresirati odgovarajuće regijske gospodarske i administrativne strukture i jednu tvornicu stakla da prionu ka ostvarenju projekta reafirmacije albeise.

– Kad se boca albeisa počela proizvoditi, tek nekolicina proizvođača vina iz Pijemonta bila je uključena u projekt, a danas ih već vrlo veliki broj, oko 200 učlanjenih u udrugu Vignaioli piemontesi (Pijemontski vinari) rabi tu bocu, tako da milijuni i milijuni albeise, koje se, inače, godišnje proizvede 13 milijuna, Italijom i cijelim svijetom pronose glas o kakvoći i koherentnosti pijemontske kapljice. Udruga Vignaioli piemontesi neoprofitna je, a cilj joj je popularizirati taj model vinske boce kao tradicijski za Pijemont, te preko toga i propagirati i vino Pijemonta, a preko vina i čitavo ovo područje

– rekao je aktualni predsjednik u druge Vignaioli piemontesi albeisa **Enzo Brezza**.

Iz ovoga primjera i hrvatska vinska branša mogla bi nešto naučiti. **Svijet u čaši** uvijek se zalaže za vjernost tradiciji u službi svijetle budućnosti i nerijetko nastojimo napisima upućivati proizvođače vezano i uz prikladan izbor butelja za njihova vina. O tome smo – u okviru teme općenito o dizajnu i vizualnom identitetu vina - nedavno imali oveći prilog. Proizvođači Bakhova nektara u nas, koji se sada sve više žale da je sve teže prodati vino i koji ne ostavljaju dojam da razmišljaju i o naoko minornim detaljima vezanima uz plasman, biraju modele butelja za svoja vina dosta stihijski i pomodarski i ne vodeći dovoljno brige o tome da je doista dobro da butelja (0,75 lit) oblikom pa i težinom odgovara tipu vina koji je u njoj i geografskome porijeklu toga vina, pa i sorti. I, naravno, da je veličinom takva da komotno stane u današnje kućne hladionike...

Iako se ne vidi da se u vinorodnim regijama u Hrvatskoj na temeljima tradicije za današnju uporabu iznjedrio neki tipičan model butelje (što ne znači da se u pojedinim našim krajevima i nisu i koristili neki isti modeli u većoj mjeri, samo trebalo bi to istražiti i obznaniti!), i iako eto hrvatski proizvođači iz riznice domaće tradicije sada na našem tržištu nemaju prilike naići na neke za pojedini kraj u nas specifične

modele vinskih boca, mogli bi se barem voditi nekim nepisanim pravilom iz svijeta da vinima od sorata poput Graševine i Rizlinga rajnskog odgovara klasična rajnska butelja, chardonnayu i pinotima klasična burgundijska, sauvignonu i bordoška i burgundijska, syrahu burgundijska, merlotu i cabernetima bordoška, čini nam se da je bordoška dobra i za naše plavce, babić...

Prikladna i oblikom ujednačena prepoznatljiva butelja nije nikakva uniforma, nego je dosta značajan sastavni dio stvaranja i njegovanja robne marke teritorija, a upravo o stvaranju robne marke puna su nam usta riječi... ■

Zagreb  
Međunarodni  
Festival Vina

Zagreb  
International  
Wine Festival

ivan.dropuljic@vino.com.hr  
tel/fax: +385 (0)1 2338 109  
gsm: +385 (0)98 319 958  
www: <http://vino.com.hr>

26.- 27. XI 2010 hotel The REGENT  
ESPLANADE - ZAGREB