

Jedi, moli, vino

Piše: **BAKHOV SIN**
IVO KOZARČANIN



Anteprime di Toscana prekrasno je osmodnevno predstavljane vina koja sad izlaze na tržište. Novinari iz Europe, Sjeverne Amerike, Azije i Australije kušali su mlada vina iz odlične 2016., dobra iz loše 2014. te izvrsna iz velike 2012.

Vinari Toskane rade biznis 'težak' više od milijardu eura na godinu

Proizvod, kvaliteta, reputacija, promocija i prodaja. Na tih pet točaka toskanski vinari izgradili su biznis u kojem se okrene više od milijardu eura na godinu, a izvoz je prošle godine bio vrijedan 858 milijuna. Proizvod im je dala priroda, a kvalitetu reguliraju sami proizvođači udruženi u konzorcije čija su pravila puno stroža nego što ih propisuje država. Takvim su ponašanjem odavno stvorili reputaciju među vinskim znalcima i predstoji im promocija za osvajanje kupaca, odnosno prodaju vina. Dio promocije bile su Anteprime di Toscana, predstavljanje vina koja tijekom 2017. izlaze na tržište novinarima sa svih strana svijeta. Anteprema znači pregled, a ovih šest "pregleda" u osam dana sredinom veljače ponudilo je jako dobra mlada vina iz 2016. i malo manje mlada iz 2015., pristojna vina iz loše 2014. te iznimna iz velike 2012. Predstavili su se veliki konzorciji Brunello di Montalcino, Chianti i Chianti Classico, koji zajedno pune dvije trećine toskanskih butelja. Blizu velikog trija su i konzorciji Vino Nobile di Montapulciano s 10 posto toskanske proizvodnje te Vernaccia di San Gimignano (pet posto), najveći koji radi samo bijela vina. Po udjelu u proizvodnji slijede Morellino di Scansano (četiri posto), Orcia (tri), Bianco di Pitigliano e Sovana te Carmignano s dva posto pa Colline Lucchesi, Cortona, Elba, Maremma, Montecucco, Val d'Arno di Sopra i Val di Cornia svaki s otprilike stotim dijelom toskanskog vinskog oceana.

Manji konzorciji predstavili su se zajedno prvog dana. Potom je slijedio Chianti, pa su dva dana bila rezervirana za stotinjak proizvođača Chianti Classica, koji su ponudili gotovo 500 vina. Riječ je o istom području u kojem dominira sorta sangiovese, ali drukčijim pravilima proizvodnje. Grožđe za Classico je s boljih položaja, prinos je manji, a vina odležavaju dulje. Inače, Chianti je 2016. obilježio 300. obljetnicu od objave prvih pravila za proizvodnju vina. Peti je dan bio rezerviran isključivo za

O kvaliteti vina brinu se sami proizvođači

Vinari su udruženi u konzorcije koji propisuju iznimno stroga pravila za proizvodnju vina sa svojeg područja



bijelo vino konzorcija Vernaccia di San Gimignano, a potom se crni sangiovese šesti dan vratio u Vinu Nobile di Montapulciano te posljednja dva u velikom Brunellu di Montalcinu. Ta predstavljanja nisu sajmovi na koje se dolazi besplatno piti nego savršeno organizirana kušanja 100 ili više vina na dan. Kušač ima šest čaša, katalog vina i blok u kojem piše brojeve željenih uzoraka. Narudžbu predaje sommelieru, koji donese i potoči vino, a svatko kuša ritmom koji mu odgovara.

Treba reći i da najslavnijih i najskupljih toskanskih vina na ovim kušnjama ipak nije bilo. Ona su izvan oznaka kontroliranog podrijetla DOC i DOCG, čija im pravila ne bi dopustila korištenje sorata koje žele ili grožđa s nekog drugog položaja. Kod takvih vina cijena već na prvi pogled ukazuje na kvalitetu koju dovoljno jamči ime proizvođača. Na antepriimama je bilo relativno malo gostiju iz SAD-a. Valjda im ne trebaju jer se tamo ionako izvozi najviše toskanskih vina, 31 posto. Slijede Ujedinjeno Kraljevstvo i Njemačka, kamo odlazi po 25 posto izvoza, pa Švicarska, Francuska, Austrija, Španjolska... U taj kolač mora ući i Kina, rekao je na okruglom stolu o vinima markiz Piero Antinori, iz čijih vinarija stižu Tignanello i Solaia, koja spadaju među najbolja talijanska vina. Azija je općenito veliko tržište koje Toskanci još nisu osvojili, pa ne čudi da je najviše novinara stiglo iz Kine, Japana, Južne Koreje, ali i Indije. Bilo je malo Rusa, vjerojatno zbog sankcija EU, a ne zato što ne bi bilo kupaca. Bila su na Anteprime pozvana i dva Hrvata. Dovoljno da se pokaže koliko je velikoj Toskani važno čak i malo tržište poput hrvatskog.



MLADI CHIANTI ZA JELA S VIŠE RAJČICE

Na malo ulja dodaš češnjak, ubaciš rajčicu i miješaš da se ne bi primilo. Kad zakipi, staviš kobasice ili mesne okruglice i uliješ vino... Tako je u filmu "Kum" za ekipu koja se skrivala nakon serije ubojstava kuhao Peter Clemenza, a

vino je bilo Chianti. Zbog izraženijih kiseline, mladi Chianti, u kojem dominira toskanska sorta sangiovese, pristaje jelima s više rajčica, poput pizza te tjestenina à la Bolognese. Chianti Ruffina (desno) kod nas košta oko 50 kuna.

