

«В мире вина наступила либерализация»

Сандро Хатиашвили о догмах, моде и эпатаже



КРИСТИНА КОРАМЛИЦЫНА

ОДИН из основателей и преподавателей школы вина «Энотрия», член совета директоров компании Simple Сандро Хатиашвили рассказал Нателе Поцхверии о том, что такое концептуальное виноделие и какое отношение к производству вина имеют оккультизм и мистика.

— При составлении винных карт учитываются стереотипы?

— Некоторые. В небольшие карты включают только проверенные и любимые потребителями хиты. Если карта большая, а ресторан претендует на винные высоты, тогда карта расширяется до максимальных границ в зависимости от финансов ресторана. Учитываются все стили, все предпочтения. Собственно, ключевой критерий оценки карты — насколько широко представлены в ней стили и направления виноделия.

— Существует мода на вино? И как часто она меняется? Вряд ли каждый год.

— Конечно, не каждый год. Последнее десятилетие вкус потребителей склоняется

в пользу большей сухости. Продажи десертных вин и вин с остаточным сахаром падают в целом по рынку. Но это трудно назвать просто модой. Есть ведь и другой, параллельный процесс. Качество вин становится все выше и выше (например, те же белые). Скажем, 60–100 лет назад подавляющее большинство всех элитных белых вин были десертными или крепленными. Это объясняется тем, что человечество не так хорошо умело делать белые, потому что технически их произвести сложнее. Сейчас наблюдается процесс снижения максимального остаточного сахара (остаточный сахар — это еще и отличный макияж, который скрывает недостатки). К тому же маркетологам удалось убедить потребителя в том, что правильнее пить сухие вина, где меньше сахара, — здоровый образ жизни и прочее. Ну и конечно, гастрономия влияет на винную моду. Рестораны отказываются от блюд длительной термической обработкой (хотя когда-то это было необходимо), выдвигая на передний план натуральный вкус

продукта. Поэтому и вина под это дело нужны посвежее, покислотнее. Вина прошлых десятилетий грешили большим количеством дуба — сейчас это сводится к минимуму. Как и в гастрономии, в виноделии характерный для местности вкус ставится во главу угла.

— Я так понимаю, догма «белое — к рыбе, красное — к мясу» устарела?

— Абсолютно. Как и в мире моды, в мире вина наступила либерализация. И если нравится запивать устрицы красным вином — на здоровье (хотя это и отвратительно, на мой вкус), косо никто смотреть не будет. И потом ресторанов с чопорной классической французской кухней, к которой создавались все эти правила, осталось не так много. А применять старинные французские догмы, скажем, к скандинавскому фьюжен — затея нелогичная. Но на конкурсах сомелье знание догмы по-прежнему критерий профессионализма. Хочешь быть экспрессионистом — научись рисовать нос Давида в художественной школе. (Смеется.) Или как в моде. Сначала научись

конструировать классические пиджаки, а потом нашивай карман на спину, когда сдашь экзамен.

— Если продолжать сравнивать вино и моду, есть еще один интересный момент. Сегодняшняя мода — это попытка высмеивать саму суть моды, ее каноны. В виноделии такая тенденция тоже существует?

— Да, в виноделии это проявляется в эпатаже. Начиная от емкостей замысловатых форм и материалов, в которых продается вино, и заканчивая так называемым натуральным вином. Обычно этим грешат виноделы из тех регионов, где вино исторически плохо продается. Например, Савойя и Юра — это рассадники эпатажа. Им трудно, они ищут способы продавать. Многие из них блефуют, мол, возвращаются к истокам, но это попросту заигрывание с чувствами публики. Такое концептуальное виноделие, когда человека сознательно уводят от содержимого бутылки и рассказывают какие-то истории вокруг этого, порой делая невероятные выводы. Гово-