

prestiz

Coś mocniejszego

INWESTYCJE
LUKSUSOWE
WHISKY DROŻSZE
NIŻ ZŁOTO

OD BAŁTYKU
PO TATRY
SZLAKIEM
POLSKICH
WINNIC

WÓDKI
GDAŃSKIE
DLA MARYNARZY,
MIESZCZAŃSTWA
I POETÓW

TRÓJMIEJSKIE
SKLEPY
Z WINAMI
EUROPA GÓRĄ

ZAKAZANY
OWOC
W KRAINIE
ZIELONEJ
WRÓŻKI

GDY BUTELKA STAJE SIĘ
DZIEŁEM SZTUKI



– 33 –
TREINTA Y TRES



Forest Fizz

Wódka Belvedere / Chambord
/ St. Germain / Sok z cytryny /
Cukier trzcinowy / Woda gazowana

Letni / Owocowy / Rzeński

Sangria Biała

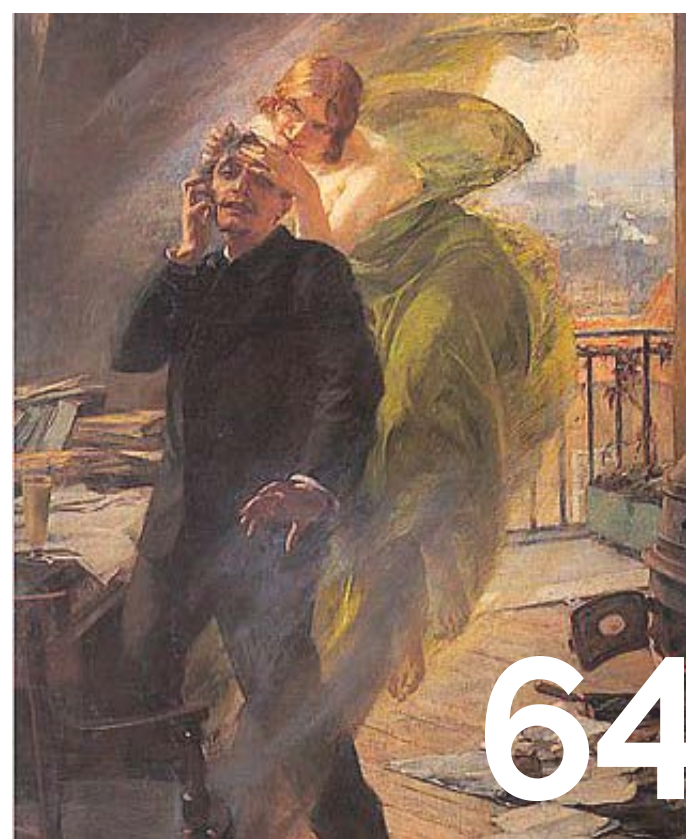
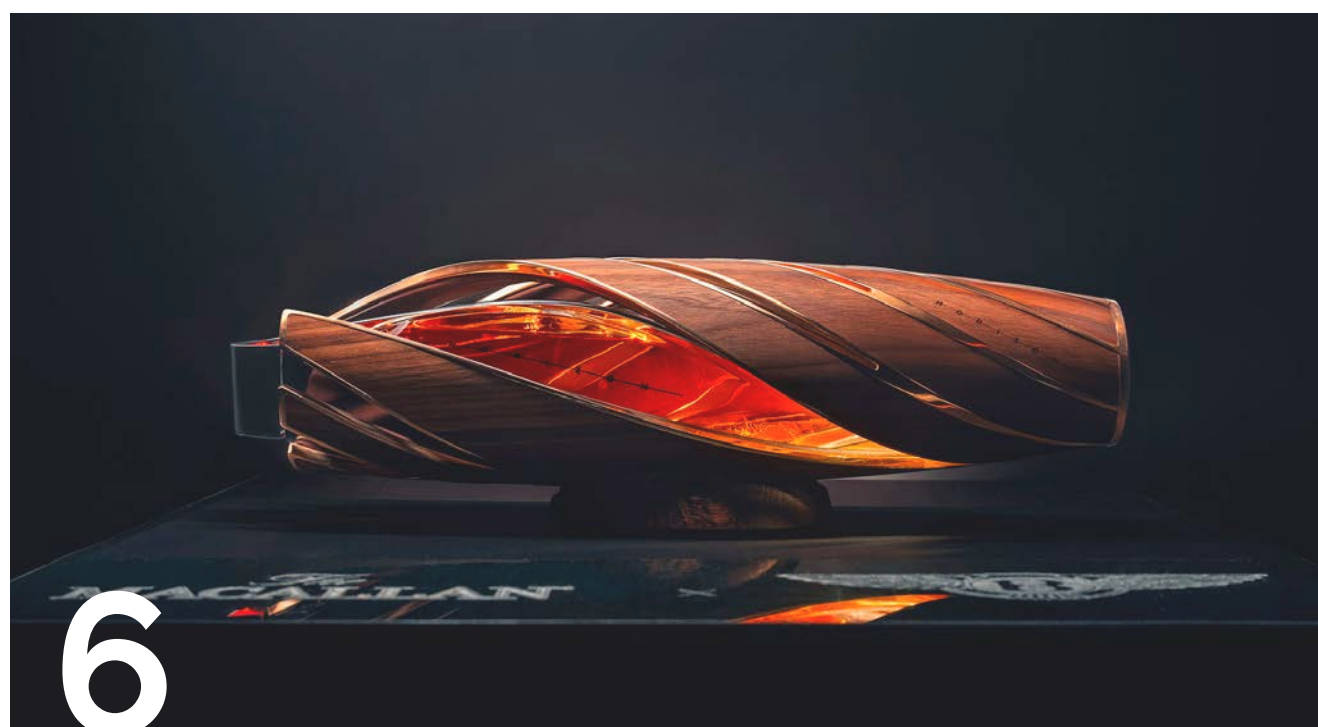
Oinoz Verdejo / Rum Dos Maderas 5+3 /
Grejpfrut / Pomarańcze /
/ Cytryny / Gruszki / Jabłka /
Syrop z Czarnego Bzu / Anyż / Rozmaryn

Orzeźwiający / Wyważony / Delikatny



Spis treści

- 6** WHISKY DROŻSZA NIŻ ZŁOTO
- 14** GDY BUTELKA STAJE SIĘ DZIEŁEM SZTUKI
- 20** BYĆ JAK CHARLIE CHAPLIN
- 24** SZLAKIEM POLSKICH WINNIC. OD BAŁTYKU PO TATRY
- 30** DLA MARYNARZY, MIESZCZAŃSTWA I POETÓW
- 36** UCHWYCIĆ HISTORIĘ. KOLEKCJA „TIME REIMAGINED” Z TRZEMA WYJĄTKOWYMI WHISKY GLENFIDDICH
- 38** KRAINA PIWEM PŁYNĄCA
- 46** TRÓJMIEJSKIE SKLEPY Z WINAMI. EUROPA GÓRĄ



- 54** KOKTAJLBARY. MODNE MIEJSCE SPOTKAŃ
- 58** SZKŁO Z CHARAKTEREM
- 62** HENDRICK'S GRAND CABARET. EKSTRAWAGANCJA W GINOWEJ ODSŁONIE
- 64** W KRAINIE ZIELONEJ WRÓŻKI
- 70** EKSPERCI OD WIN
- 78** ALKOHOLE PREMIUM. PERSONALIZACJA I INNOWACJE

Whisky

droższa niż złoto

AUTORZY:
MARTA DWORAK
MICHAŁ STANKIEWICZ

Whisky może być wyjątkowo udaną inwestycją. Udowadnia to The Macallan, jedna z najstarszych szkockich marek. Wystarczy kupić leżakującą w beczkach whisky i zostawić na kolejne lata. Albo wylicytować na aukcji kolekcjonerską butelkę. Ich wartość z roku na roku rośnie, bijąc na głowę złoto, a także inne dobra luksusowe.

Gdy w 2019 roku na aukcji Sotheby's w Londynie sprzedano butelkę whisky The Macallan za 1,5 mln funtów, wielu znawców rynku dóbr luksusowych przecierało oczy ze zdumienia. Choć trunek był faktycznie wyjątkowy, bo pochodził z 1926 roku, a na rynek trafiło zaledwie 40 butelek, to i tak cena była oszałamiająca. Poprzedni rekord wynosił 1,2 mln funtów i również należał do The Macallan, z tej samej linii Fine & Rare i z tego samego rocznika. To spektakularny dowód na to, jak rentowną może być inwestycja w whisky.

NAJSTARSZE W HISTORII

The Macallan to jedna z najstarszych i najbardziej prestiżowych szkockich marek znanych z produkcji whisky single malt. Destylarnia mieści się w północnej Szkocji nad rzeką Spey, a założył ją w 1824 roku Alexander Reid. Od tego czasu wytwórnia dostarcza na rynki całego świata coraz bardziej różnorodne i wyrafinowane linie kolejnych whisky, zyskując miano

najbardziej wartościowej marki single malt na świecie. Wprowadzane alkohole mają nawet po 80 lat, trudno się więc dziwić, że są przedmiotem pożądania nie tylko koneserów i kolekcjonerów, ale i inwestorów.

W przypadku zakupów inwestycyjnych nabywać można zarówno butelki z limitowanych serii, ale i leżakujące whisky w beczkach. Najniższym progiem wejścia dla potencjalnych inwestorów na pewno charakteryzuje się rynek butelek. Przykładem jest edycja The Macallan Harmony Collection Rich Cacao, która zadebiutowała na polskim i światowym rynku w grudniu 2021. Sugerowana cena sklepową jednej butelki wynosiła 700 zł. W ciągu trzech miesięcy od debiutu cena na aukcjach wzrosła trzykrotnie - w lutym 2022 roku kosztowała już ponad 310 euro.

Na drugim biegunie cenowym leżą butelki z serii Red Collection, które roku także trafiły do Polski w 2021 roku. Jej sercem są 40-letni, 50-letni i 60-letni The Macallan.

Każda z serii jest dostępna w ograniczonych ilościach na całym świecie. W tym zestawie znajdują się także wyjątkowe edycje: 71, 74, i 78-letnia. Ta ostatnia w chwili butelkowania była także najstarszą whisky zabutelkowaną przez destylarnię, a także najstarszą szkocką whisky zabutelkowaną w historii. Nic dziwnego, że już na starcie ceny są wysokie. Najdroższa 78-letnia whisky, kosztowała na polskim rynku przeszło 500 tysięcy złotych.

Każda butelka z The Red Collection zapakowana jest w ręcznie robioną skrzynkę wykonaną z pochodzącego ze zrównoważonych źródeł dębu europejskiego, wykorzystwanego do produkcji beczek, w których dojrzewa The Macallan. Każdą skrzynkę wewnątrz wykończono miękką czerwoną skórą, dostarczoną przez firmę Bridge of Weir Leather, która tworzy tapicerki dla najlepszych luksusowych marek samochodów.

Zestaw 4 butelek należących do serii The Red Collection trafił do Polski, co stało się niepowtarzalnym wydarzeniem

na krajowym rynku whisky. Wcześniej w oficjalnej sprzedaży w Polsce nie pojawił się jeszcze zestaw whisky, z których najstarsza leżakowała w beczkach aż 78 lat.

REKORDOWE FINE&RARE TAKŻE W POLSCE

W 2002 roku The Macallan zaprezentował serię Fine&Rare - największą kolekcję rocznikowych whisky single malt na świecie. Składa się na nią 57 roczników whisky, z których najstarszy był wydestylowany 1926 roku. Kolekcja ta rozciąga się na osiem dekad, a każdy rocznik reprezentuje część dziedzictwa wytwórni i jest odbiciem wydarzeń, które miały miejsce w tamtym czasie. Kolekcja ta to także podróż po doznaniach smakowych. Przykładowo rocznik 1964, który ma niespotykane dla destylarni torfowe aromaty - jest wspomnieniem partii bardziej dymnej whisky, które w tamtym roku stworzył The Macallan. Inne roczniki to z kolei spektrum delikatniejszych nut przypraw oraz cytrusów lub ciemniejszych aromatów czerwonych owoców i eleganckich akcentów dębowych.

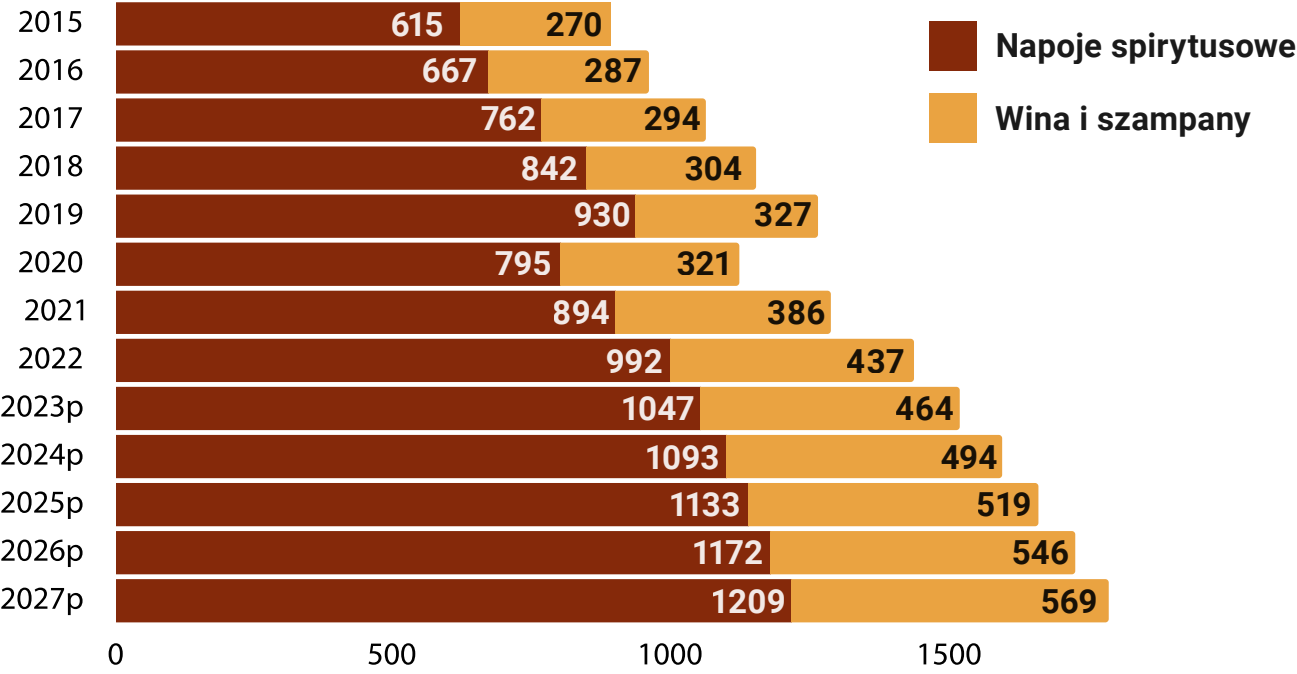


Fot. Mat. Macallan



Fot. Mat. Macallan

Rynek luksusowych alkoholi w latach 2015-2027 (mln zł, p-prognoza)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International



Najwyżej w dekadzie

Knight Frank Rare Whisky 100 Index zyskał prawie 40% w ciągu roku, a w perspektywie 10 - letniej wzrost wartości wyniósł aż 582%. Inny wskaźnik, Rare Whisky Icon 100 Index, badający cenę stu najbardziej pożądanых butelek whisky, osiągnął w czasie ostatniej dekady wzrost o ponad 495%.

Pozycję whisky widać też w zestawieniu dóbr luksusowych, czyli Knight Frank Luxury Investment Index. W 2021 roku cały indeks wzrósł o 9%, co oznacza najszybszy wzrost od 2018 roku. Najszybciej rośło wino i zegarki (+16%) oraz sztuka (+13%). Whisky uzyskało trzeci wynik (+9%) razem z monetami. Co ciekawe znacznie gorzej wypadła biżuteria i kolorowe diamenty (+2%).

Absolutne zwycięstwo złoty trunek uzyskał za to w zestawieniu dziesięcioletnim, tj. od 2011 roku. Whisky uzyskało wzrost na poziomie + 428%, co stanowi przepaść do pozostałych produktów. Na drugim miejscu znalazły się samochody (+164%), wino (+137%) i zegarki (+108%). Najniższy wzrost wartości w ciągu dekady uzyskały kolorowe diamenty (+23%) i meble (+19%).

2,5 mln posiłków za butelkę whisky

Na aukcję renomowanego domu aukcyjnego Sotheby's, trafił wyjątkowy zestaw 6 butelek należących do The Red Collection. Etykiety zdobiące butelki zaprojektował hiszpański artysta - Javi Aznarez. Istnieją tylko dwa zestawy ozdobione przez tego artystę. Pierwszy z nich pozostaje w kolekcji destylarni The Macallan, a dochód ze sprzedaży drugiego na aukcji został przekazany dla fundacji City Harvest London. Fundacja zajmuje się zbieraniem funduszy na działalność polegającą na przekazywaniu nadwyżek jedzenia ludziom potrzebującym. Zestaw 6 wyjątkowych butelek, według estymacji, miał zostać sprzedany za minimum 200 000 funtów. Finalna cena okazała się wielokrotnie przebić te szacunki. Licytacja zakończyła się na kwocie 756 400 funtów, co przełożyło się na prawie 2,5 mln posiłków dla potrzebujących.

Edycja Fine&Rare jest wybitnie ceniona przez kolekcjonerów, a poszczególne roczniki osiągają astronomiczne kwoty. To właśnie butelka z tej linii uzyskała rekordową kwotę 1,5 mln funtów.

- Popyt na whisky The Macallan w Polsce wielokrotnie przewyższa dostępność butelek. Rynek luksusowych alkoholi ciągle rośnie, a wszelkie prognozy zakładają, że tak pozostanie przez najbliższe lata – stwierdza Tomasz Włodarczyk Prestige Brands Ambassador, odwołując się do raportu KPMG w Polsce na podstawie danych Ministerstwa Finansów (2021).

THE MACALLAN HORIZON

The Macallan lubi zadziwiać – tym razem wspólnie z marką Bentley Motors.

- W tym roku spodziewamy się premiery na polskim rynku pierwszej w historii whisky, której oprawa wizualna butelki powstała we współpracy z projektantami marki Bentley. Materiały wykorzystane do stworzenia tej wyjątkowej butelki pochodzą z recyklingu bądź odnawialnych źródeł – jednak co najważniejsze pochodzą bezpośrednio z poszczególnych etapów produkcji whisky bądź samochodów marki Bentley – mówi Tomasz Włodarczyk Prestige Brands Ambassador.

Whisky będzie oferowana w oryginalnej, poziomej butelce inspirowanej horyzontalnym kierunkiem ruchu pojazdów samochodowych. Wykonano ją z miedzi, aluminium, dębiny z beczek oraz orzechowego forniru, które oplatają kryształową butelkę. To z założenia miał być oryginalny projekt, podkreślający zaangażowanie obydwu marek w rzemieślniczy charakter działalności, kreatywność i innowację. Z kolei smak tej whisky to połączenie nuty suszonych owoców i przypraw z akcentami dębiny i skóry. Koszt jednej takiej butelki to 40,000 GBP.

54-LETNIA WHISKY Z HIGHLAND PARK

To nie jedyna „perełka”, która trafiła do Polski.

- Na polski rynek trafiła również najstarsza w historii butelka whisky z destylarni Highland Park. Zabutelkowana na 225-lecie powstania destylarni 54-letnia whisky powstała w ilości jedynie 225 sztuk na cały świat – opowiada Tomasz Włodarczyk.

Master Whisky Maker, Gordon Motion w 2008 roku wybrał 10 beczek refill postawionych 40 lat wcześniej, bo w 1968 roku. Przełał je do sezonowych beczek, w których dojrzewała przez kolejne 14 lat, aż osiągnęła pożądaný smak i charakter. 225 wypuszczonych bu-



telek reprezentuje każdy rok produkcji Highland Park. Sugerowana cena to 39,000 GBP.

ŚWIĘTY GRAAL ZA PONAD 2 MLN FUNTÓW

2023 rok przyniósł kolejne rekordy w branży whisky.

- W listopadzie podczas aukcji przeprowadzonej przez londyński oddział Sotheby's, "Święty Graal" kolekcjonerów whisky, czyli The Macallan z roku 1926 osiągnął rekordową cenę 2 187 500 funtów! Według kursu z dnia aukcji dało to kwotę niemalże 11 milionów złotych. Dzięki temu jest to najdroższa butelka alkoholu sprzedana na aukcji – relacjonuje Tomasz Włodarczyk.

Osiągnięta kwota znacznie przekroczyła oczekiwania organizatorów aukcji, którzy liczyli co najwyżej na 750

000 do 1 200 000 funtów. Tożsamość nabywcy nie została ujawniona.

INWESTYCJE W WHISKY

Whisky to więc cały czas dobra lokata kapitału, a rynek inwestycyjny to także beczki whisky, które okazjonalnie trafiają na aukcje. Po zakupie złoty trunek można butelkować albo też pozwolić dalej mu leżakować, zyskując tym samym z każdym rokiem na jego wartości. A potem odsprzedać. Wyjątkowo wysoka rentowność powoduje, że whisky z roku na rok staje się coraz atrakcyjniejszą lokatą kapitału, bijąc na głowę alternatywne produkty. Wyraźnie widać to po cenach.

- Rynek whisky ciągle uważany jest za bardzo dobry kierunek lokowania kapitału. Pomimo delikatnych korekt



w ostatnim okresie, długoterminowo przyniósł zdecydowanie większe zyski niż inwestycje w wiele znanych indexów giełdowych – podsumowuje Tomasz Włodarczyk.

Inwestowanie w rzadkie whisky może dać inwestorom zwroty przewyższające rynek. Indeks Rare Whiskey (RW) 101 Apex 1000, którego celem jest śledzenie najlepszych whisky kolekcjonerskich, odnotował wzrost o ponad 415% od 2013 r. Można to zestawzić z około 178% zwrotem z S&P 500 w tym samym okresie, co pokazuje dlaczego inwestowanie w whisky zyskuje coraz większą uwagę w obszarze aktywów alternatywnych.

Gdzie zatem szukać informacji, jeśli rozważa się inwestycję w kolekcjonerskie serie?

- Przede wszystkim trzeba szukać informacji bezpośrednio u źródeł, czyli śledzić oficjalne strony destylarni, aby dowiedzieć się o nadchodzących edycjach – sugeruje Tomasz Włodarczyk. - Część producentów zapewnia pierwszeństwo w przekazywaniu informacji dla klientów należących do miłośników marki. Przykładem jest „The Macallan Society”, którego członkowie jakiegoś pierwszego dowiadują się o nowościach oraz zapraszani są na ekskluzywne wydarzenia ze świata marki (<https://www.themacallan.com/en/the-macallan-society>). Aktualne wyniki aukcyjne, raporty z rynku oraz indeksy śledzące ceny butelek można sprawdzać na bieżąco śledząc: <https://www.rarewhisky101.com/> oraz <https://thesingle-maltfund.com/>



Fot. Mariusz Waras

Gdy butelka staje się dziełem sztuki

AUTORKA: KATARZYNA LEPIANKA-GLUSZKIEWICZ

Nie tylko alkohole bywają luksusowe, ale również butelki, w których są zamknięte. Wysadzane diamentami, projektowane przez uznanych artystów i twórców z całego świata. Znajdujące miejsce w galeriach sztuki, robione na zamówienie, w limitowanych ilościach. Wyjątkowe i poszukiwane przez kolekcjonerów. Takie są butelki alkoholi, które potrafią kosztować, podobnie jak znany obraz, bagatela 1,5 mln dolarów.

Fot. Mariusz Waras



Czy alkohole bywają drogie, a producenci robią wiele by wyróżnić się na rynku, zwłaszcza na rynku dóbr luksusowych, na którym pasjonaci i kolekcjonerzy są w stanie zapłacić krocie, gdy coś im się spodoba? Odpowiedź brzmi tak. Czy butelki, w których zamykane są alkohole premium mogą być dziełem sztuki? Oczywiście, że tak.

Alkohole kolekcjonerskie to limitowane edycje trunków, na które nie trudno znaleźć klientów. W 2018 roku po raz pierwszy sprzedano butelkę whisky kolekcjonerskiej za ponad milion funtów. Taką cenę osiągnął Macallan z 1926 roku. Dziś wiele osób, wiedzących, co w świecie alkoholi piszczą, decyduje się na zakup alkoholu zamkniętego w wyjątkowej butelce.

ZŁOTA BUTELKA DICTADOR ZA 1,5 MLN DOLARÓW

Zaprojektowana przez trójmiejskiego artystę, Mariusza Warasa butelka rumu z 24 karatowe-

go złota została sprzedana anonimowemu kolekcjonerowi z Singapuru za 1,5 mln dolarów. Dictador to znana miłośnikom luksusowych trunków marka, specjalizująca się w produkcji wysokogatunkowego rumu, w Polsce dostępna w szerokiej dystrybucji, sklepach i sprzedaży internetowej oraz na specjalne zamówienie. Mariusz Waras jest profesorem Akademii Sztuk Pięknych w Gdańsku. Jednym z owoców współpracy Warasa z kolumbijskim brandem jest unikatowa, zaprojektowana przez artystę butelka.

- Marka Dictador zaprasza do współpracy wybranych artystów z całego świata. Właściciele destylarni przywiązują dużą wagę do wspierania niezależnych twórców, także tych lokalnych – jakiegoś czasu temu swój produkt opakowali w limitowaną serię butelek zdobionych tradycyjną, kolumbijską metodą mopa-mopa, wykorzystującą barwiniki z żywicy endemicznego kolumbijskiego krzewu elaeagia pasto ensis mora. Wzory wykonał dla Dictadora German Obando, rzemieślnik

specjalizujący się w tej tradycyjnej metodzie zdobienia – mówi Mariusz Waras. - 2 lata temu poproszono mnie o wykonanie wstępnego projektu butelki – już pierwsze szkice przedstawiały miasto. Fascynacja kulturą miejską, architekturą, to jest dokładnie to, co napędza mnie w mojej pracy twórczej, do projektu podszedłem więc z dużym entuzjazmem. Wstępnie stał się on kolekcją 20.000 NFT – z czasem ewoluował do postaci fizycznej i znalazł się na wykonanej z 24-karatowego złota, ważącej ponad 6 kg butelce, w której zamknięto specjalnie wyselekcjonowane mieszanki najlepszych gatunków rumu – mówi artysta.

Butelki z limitowanej edycji nie można kupić ani zamówić. Dictador sam proponuje kolekcjonerom zakup złotej butelki. Wybrani przez Dictadora koneserzy otrzymują propozycję zakupu trunku w specjalnie zaprojektowanej do tego celu butelce – jej cena zaczyna się od 1,5 mln dolarów. Butelki, ze względu na szlachetny kruszec, z którego są odlewane, to oprócz waloru artystycznego także forma inwestycji. Mogą być wykonane z uwzględnieniem indywidualnych wytycznych klienta. Na wartość wpływa również zawartość butelki – to zwykle najszlachetniejsze gatunki rumu, czasami blendowane w destylarni w obecności nabywcy i specjalnie dla niego przygotowywane. Cały proces jest objęty ścisłą tajemnicą i ma swój specyficzny protokół.

– W przypadku luksusowych alkoholi, opakowanych dodatkowo w dzieła sztuki, mamy do czynienia z mechanizmami podobnymi do tych, które rządzą współczesnym rynkiem sztuki. Zakup drogiej, odlanej ze złota butelki rumu niewiele różni się dziś od zakupu obrazu czy rzeźby – podkreśla Mariusz Waras.

GLENFIDDICH: DESIGNERSKIE BUTELKI ZNANEJ WHISKY

Glenfiddich, to najbardziej nagradzana na świecie szkocka whisky typu single malt. Wszystko zaczęło się w 1963 roku, kiedy to marka Glenfiddich stworzyła kategorię Single Malt w kształcie, jaki jest nam znany do dziś, gdy jako pierwsza destylarnia eksportowała poza Szkocję whisky z jednej destylarni - Glenfiddich Straight Malt. Jej nowa, ale wiekowa kolekcja Time Reimagined – 50, 40 i 30-letnich whisky, łączy przeszłość z teraźniejszością. Każda whisky powstała wskutek powolnego upływu czasu, a prezentuje się w wyjątkowym opakowaniu, które jest dziełem sztuki wykonanym na specjalne zamówienie.

Glenfiddich 30 Year Old to historia dotycząca chwili, gdy Brian Kinsman, Malt Master Glenfiddich, podjął decyzję, by zakończyć proces starzenia whisky i ją zabutelkować. Opakowanie zewnętrzne nawiązuje do tej chwili dzięki poruszającym się wstęgom, tak jakby każda z nich została zamrożona w czasie, by stworzyć eleganckie okna odsłaniające butelkę znajdującą się w środku. Dzięki dynamicznym liniom i złożonej strukturze projektu można ulec iluzji, że butelka jest zawieszona w powietrzu. Wybierając jedną z opisanych



Fot. Mat. Macallan



Fot. Mat. Macallan



whisky Glenfiddich, otrzymujemy produkt klasy premium.

Glenfiddich 40 Year Old to wyjątkowy przykład szczególnego procesu mieszania kilku rodzajów whisky w beczkach po różnych trunkach, z wykorzystaniem destylatów z minionych wydań. Pozostałości z poprzednich wydań Glenfiddich 40-letnich mieszane są w drewnianych kadziach z nowymi, przynajmniej 40-letnimi wariantami do kolejnej edycji. Butelka została umieszczona w olśniewającej rzeźbie – pojemniku zrobionym z materiału kompozytowego o bardzo indywidualnych cechach, dzięki czemu każda sztuka whisky jest unikatem.

Dla najstarszej, 50 – letniej whisky zaprojektowano trójkątną karafkę. Inspiracją była butelka o trójkątnej podstawie, zaprojektowana przez znanego na całym świecie artystę modernistycznego Hansa Schlegera specjalnie dla William Grant & Sons

w 1956 roku. Tak samo jak w pozostałych projektach jej trzy strony nawiązują do trzech filarów produkcji whisky: wody, drożdży i siodu jęczmiennego. Dwa przeciwległe trójkąty – jeden u podstawy, a drugi na ramieniu butelki – stanowią wyrazisty symbol doliny, z której pochodzi trunek.

Wyjątkowy kształt opakowania zewnętrznego powstawał przez ponad rok, w oparciu o specjalny zapis danych klimatycznych z 50 lat zebranych dokładnie w miejscu, gdzie whisky leżakowała, czyli destylarni Glenfiddich w Dufftown. Projektantem butelek i opakowań jest Manuel Jimenez Garcia, współzałożyciel i dyrektor madMdesign, firmy zajmującej się architekturą komputerową, współtwórca marki Nagami, łączącej design z robotyką i współzałożyciel Automated Architecture Ltd (AuAr). Współpracował z takimi markami jak: BMW, Audi, Jimmy Choo, Dior czy British Fashion Council.

WYŚCIG O NAJPIĘKNIEJSZĄ BUTELKĘ

Na rynku nie brakuje wyjątkowych alkoholi zamkniętych w luksusowych butelkach. Jedyna, niezwykle rzadka i bezcenna whisky pochodzi z serii Collection Six Pillars. The Macallan zdecydował się swoje najstarsze destylaty opakować w wyjątkowe szkło -kryształ legendarnego francuskiego twórcy, a właściwie artysty: firmę Lalique.

Słynna 'Golden Bottle' albo 'Ace of Spades' to jeden z najstarszych szampanów wstawiony przez sławnego amerykańskiego rapera Jay-Z. Wszystko zaczęło się od teledysku Show Me What You Got, w którym raper odmawia kelnerowi szampana marki Cristal, aby za moment polecić światu szampana Armand de Brignac

Alkohol Henri IV Dudognon Heritage znajduje się w złotej butelce. Wykonana zosta-

ła przez jubilera Jose Davalosa dla firmy Tequila Ley. Pokryto ją 24-karatowym złotem i platyną oraz ponad sześcioma tysiącami brylantów. Wśród koniaków Hennessy, trzy wersje mają butelkę o zbliżonym kształcie: X.O., Paradis i Richard Hennessy. Ten ostatni (niestety najdroższy z nich) ma zdecydowanie najładniejszą, ręcznie zdobioną butelkę. Nic dziwnego, bo wykonała ją znana firma Bacaraat.

Butelkę o kształcie diamentu, który osiadł na sześcioramiennej podstawie wykonała ta sama firma Baccarat z okazji 60. rocznicy koronacji Elżbiety II. Zamkniętą w niej Johnny Walker Diamond Jubilee. Każde z ramion butelki odpowiada jednej dekadzie panowania królowej. Korek i kołnierz karafki został zrobiony ręcznie przez znaną szkocką firmę jubilerską Hamilton & Inches z Edynburga.



Fot. Glenfiddich

Być jak Charlie Chaplin

AUTORKA: MARTA LEGIEĆ

Obsadzone winoroślą wzgórza Lavaux piętrzą się po horyzont, niemal zasłaniając wolne od chmur niebo. Kiedy patrzę w dół, widzę błękitne wody jeziora, na których leniwie bujają się białe żaglówki. Widok przypomina pocztówkę wysyłaną najbliższym z najpiękniejszych na świecie miejsc.



Powodów, by wyruszyć do Szwajcarii, nigdy nie brakuje. Jedni tu jadą, by zachwycić się strzelistymi szczytami Alp, inni pragną rozkoszować się oryginalnymi smakami serów i czekolady, jeszcze inni poszukują kosztujących krocie zegarków. Ja postanowiłam sprawdzić, jak smakują niemal niedostępne w Polsce szwajcarskie wina, wytwarzane na wpisanych na listę UNESCO malowniczych polach winorośli regionu Lavaux w kantonie Vaud. Win, które kochali mieszkający w pobliżu Charlie Chaplin i Freddie Mercury.

TYSIĄCLETNI KRAJOBRAZ

Wylądowałam w Zurichu, by wsiąść do pociągu, i po kilku przesiadkach, sprawnie dotrzeć do słynącej z produkcji wina wioski Epesses, wpisanej na listę szwajcarskich obiektów dziedzictwa kulturowego. Z tego miejsca mogłam dokładnie obserwować ciągnące się po horyzont tarasy winnic Lavaux i Jezioro Genewskie błękitnie bardziej niż oczy Paula Newmana. Nie wszyscy mieszkańcy kantonu Vaud akceptują tę nazwę, nazywając "swoje" wody Jeziolem Le-mańskim. Na spacer po wzgórzach regionu Lavaux, zarezerwować trzeba sporo czasu, choć ich pełna eksploatacja

wyduje się niemożliwością. Tarasy winnic jednego z najpiękniejszych regionów Szwajcarii, zajmują powierzchnię ponad 300 h, rozciągając się na długości około 30 km wzdłuż południowych północnych brzegów Jeziora Genewskiego, od Chateau de Chillon do wschodnich obrzeży Lozanny, pokrywając niższe zbocza wzniesień pomiędzy wioskami a jeziorem. Niezwykłą przygodą jest zanurzenie się w ten żywy krajobraz kulturowy i odkrywanie tysiuletniej historii miejsca, które zadziwia nawet koneserów i stałych bywalców winnic rozsianych po całym świecie. Spacer specjalnie wytyczonym szlakiem o długości blisko 12 km., daje szansę na bliższe poznanie tego miejsca.

HARMONIA Z NATURĄ NA MIARĘ UNESCO

Pory roku sprawiają, że winnice Lavaux co rusz toną w innej paletce barw. Widok krzewów porastających zbocza wzniesień jest bajkowy, a historia tego miejsca długa i niezwykle ciekawa. Odnaleziono tu ślady rzymskich dróg i istnieją pewne dowody na to, że winorośl uprawiana była na tym obszarze właśnie w czasach rzymskich. Jednak ślady obecnych tarasów winnych sięgają XI wieku, kiedy ów teren

kontrolowały klasztory benedyktynów i cystersów. Właśnie ci ostatni w XII wieku zbudowali kilometry murów i tarasów, które są starannie pielęgnowane przez dzisiejszych winiarzy. Rzemieślnicy ci produkują doskonałe wina, będące wybitnym przykładem wielowiekowej interakcji między człowiekiem a otaczającym go środowiskiem. Są też przykładem wypracowanej jakości produktu powstałego z lokalnych zasobów. Ta harmonia z naturą czarowała turystów i inspirowała artystów. W 2007 roku Unesco zdecydowało o wpisaniu na listę dziedzictwa kulturowego terenu rozciągającego się od Lutry do Vevey, kształtowanego ludzką ręką od XI wieku. Objęty patronatem teren to w sumie 10 tys. pnących się tarasów, przeplatanych ścieżkami pomiędzy uprawami winorośli i usianych wioskami winiarskimi. To teren, który zachował swoją autentyczność i integralność, oferując dziedzictwo architektoniczne charakteryzujące się wyjątkowym bogactwem i różnorodnością.

ALPEJSKĄ MAGIA WINNIC

Pomiędzy winnicami Lavaux wciąż znaleźć można kameeralne domy winiarzy, w większości pochodzące z XVII-XIX wieku, zachęcające do wakacyjnych pobytów wśród malowniczych krajobrazów. Spędzić w nich można kilka tygodni, weekend, albo kilka godzin. Właśnie na takie chwile wytchnienia wpadał tu od czasu do czasu Charlie Chaplin. Nie miał daleko, jego dom usytuowany był w pobliskim Vevey, w którym spędził ostatnie 25 lat swojego życia. Winiarze z Lavaux chętnie gościli komika, traktując go nie jak gościa, a swojego. Niezwykła panorama i tutejsza atmosfera przyciągały zdecydowanie więcej wielkich nazwisk. Pobliskie Montreux, schowane w osłoniętej zatoce Jeziora Genewskiego, przez wiele lat będące domem Frediego Mercury'ego, wciąż skrywa w sobie alpejską magię. Czuć tu atmosferę stworzoną przez wszystkich bywających tu artystów: Arethę Franklin, Ellę Fitzgerald, BB Kinga, Raya Charlesa. Przyjeżdżali nie tylko na słynny Festiwal Jazzowy, ale też prywatnie, by z kieliszkiem miejscowego wina w dłoni, wśród cyprysów i palm, rozkoszować się tutejszym łagodnym klimatem. Smaki pasjonatów Wytwarzany wśród malowniczych pól winorośli od wieków produkt, to wysoko cenione wino, które zawsze było ważne dla tutejszej gospodarki. Przybywających tu smakoszy zachwyca degustacja Chasselas, Pinot Noir i innych odmian winogron certyfikowanych przez trzy marki AOC (Appellations d'Origine Contrôlées): Lavaux, Dézaley i Calamin. Gospodarz miejsca, w którym się zatrzymałam, otwiera butelkę, której napis na etykiecie i delikatny rysunek winnych wzgórz, informują jasno, że wytworzono je właśnie tutaj, w Epesses. - Wykonano je w 100 procentach z winogron odmiany Chasselas, które rosły tutaj, na specjalnej glebie, mieszaninie żwiru i gliny - tłumaczy winiarz. - Jasnożółty kolor jest tym co widzisz, ale zaraz poczujesz owocowe aromaty i zapach kwiatów lipy. To potężny atak smaku na podniebieniu - opowiada jednym tchem. Słuchając mojego gospodarza, nie mogę oprzeć się wrażeniu, że niewielu dziś takich pasjonatów. Jako laik wiem na pewno, że wino idealnie dopasowane jest do podanych posiłków i nastroju, do szerokiej gamy przystawek, do dań z sera i ryb z jeziora, któremu wciąż się przyglądamy.



Szlakiem polskich winnic

Od Bałtyku po Tatry

AUTORZY: KATARZYNA LEPIANKA – GŁUSZKIEWICZ, MICHAŁ STANKIEWICZ

Przez wiele branżowych magazynów, Polska jest wymieniana jako Toskania Europy Środkowej. Z roku na rok przybywa u nas winnic, a prognozy mówią, że będzie ich coraz więcej. W tym artykule zabierzemy was w podróż szlakiem polskich winnic, od Pomorza po Tatry. Być może znajdziecie tu inspiracje do własnych podróży, poszerzycie wiedzę o polskim winiarstwie i zapragniecie spróbować win prosto z polskich upraw.

Kiedy myślimy o miejscach, w których znajdują się winnice, z pewnością przychodzą nam do głowy takie państwa jak: Włochy, Hiszpania, Francja, Portugalia. Niewiele osób wie, że obecnie w Polsce jest aż 425 winnic, a łączna powierzchnia nasadzeń to 769 hektarów. Takie dane za sezon 2022/2023 podaje Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa. Najwięcej winnic skupia się południowych województwach, tj. w małopolskim, podkarpackim, dolnośląskim, a także lubuskim. Regiony te znane są z pięknych krajobrazów, a winnice rozciągają się wśród malowniczych pagórków i zielonych wzgórz. W tych regionach klimat oraz gleby sprzyjają produkcji wysokiej jakości wina.

ZIELONA GÓRA I DOLNOŚLĄSKI SZLAK PIWA I WINA

Zielona Góra nazywana jest od dłuższego czasu "Polską Toskanią", ponieważ mieści się tutaj kilkanaście dobrze działających winnic. Od lokalnych winiarzy dowiedziecie się, co działo się z uprawą winorośli na przestrzeni wieków w Polsce. Wędrówka po lokalnych winnicach i kosztowanie doskonałych win w pełnych uroku piwniczkach sprawi wam na pewno dużo radości. Enoturyści powinni również udać do Muzeum Zieli Lubuskiej w Zielonej Górze, ponieważ jest tam stała, bardzo

ciekawa ekspozycja winiarska. Warto udać się do Lubuskiego Centrum Winiarstwa w Zaborze niedaleko Zielonej Góry.

Lubuski szlak wina i miodu to ciekawy projekt, który promuje zarówno lokalne winnice, jak i pasieki. Wzdłuż tej trasy można podróżować od winnicy do winnicy i od pasieki do pasieki, delektując się lokalnym miodem pitnym. Każdy, kto pragnie doświadczyć uroku polskiej turystyki winiarskiej, będzie miał okazję nawiązać kontakt z mieszkańcami tego regionu, którzy mają rozległą wiedzę na temat sztuki winiarskiej.

Dolnośląski szlak piwa i wina ma promować regionalne produkty. Wrocław zdobywa fanów nie tylko atrakcjami kulturalnymi, ale także rozwijającą się wokół miasta siecią winnic i browarów. Winnica Katarzyna, Winnica L'Opera, Winnica Jadwiga czy Winnica Adoria, to tylko jedne z kilku adresów, które warto odwiedzić w tym regionie.

PRZEDGÓRZE KARPAT, LUBELSZCZYZNA, BESKIDY

Wino jest w centrum wielu wydarzeń także na Podkarpaciu. Odbývają się tutaj Międzynarodowe Dni Wina w Jaśle i konkursy, na które zjeżdżają się sommelierzy z całej Polski. Moż-

na także wziąć udział w warsztatach degustacyjnych i przekonać własne podniebienie o jakości polskich winorośli. Poznacie tutaj małe winnice na szlaku winiarskim.

Na południu Polski, w Beskidach, spotkamy malownicze winnice i pola uprawne winorośli, które tworzą sielankowy krajobraz. Znajdziecie tutaj małe, rodzinne winnice z winiarniami i salami degustacyjnymi, gdzie właściciele opowiedzą wam historię powstania.

Warta odwiedzenia jest także Winnica Srebrna Góra, która należy do miasta Krakowa. Położona jest u stóp klasztoru kamedułów i przyciąga miłośników wina z kraju i zagranicy. Riesling, Chardonnay i Gewürztraminer to tylko kilka znanych odmian, które są produkowane w zabytkowych pomieszczeniach klasztoru.

WINNICE NA POMORZU

Północ Polski wypada zdecydowanie słabiej w porównaniu do południa. Co jednak nie oznacza, że jest białą plamą na mapie winnic. Honoru północy broni przede wszystkim Zachodniopomorskie, gdzie z sukcesem działają winnice Kojder, Turnau, Zodiak i Oycowizna. Pomorskie ma udział raczej symboliczny. Jeśli chcecie połączyć plażowanie z poznawaniem terenów turystycznych wokół Darłowa, a wieczorem zafundować sobie lampkę lokalnego wina można wybrać Darłowo. Uprawiana jest w tym miejscu winorośl ze szczepów Solaris, Muscaris (wina białe) i Cabernet Cortis (wina czerwone i różowe).

W Gdańsku znajduje się Winnica Modrzew – niewielka, ale urokliwa z kilkoma gatunkami winorośli, w Głobinie działa Winnica Anna de Croy, a w Nowych Polaszkach – Winnica Mitumi.

Unia Europejska wprowadziła podział na 3 strefy winiarskie ze względu na warunki do uprawiania winorośli. Do strefy A zaliczono najtrudniejsze kraje, B – średnie, a do C te najbardziej predystynowane. Polska znalazła się w strefie A, razem a nią do najchłodniejszych producentów wina zaliczono Belgię, Danię, Irlandię, Niemcy, Szwecję, Zjednoczone Królestwo oraz regiony: w Luksemburgu – luksemburski region uprawy winorośli, w Czechach – region uprawy winorośli Čechy, a w Niemczech – wszystkie obszary przeznaczone pod uprawę winorośli, które nie zostały objęte strefą B uprawy winorośli.

1000 lat uprawy wina

Polska posiada długą tradycję winiarstwa sięgającą średniowiecza. Jak opisuje w „Atlasie Win Polska” Mariusz Kapczyński badania archeologiczne ujawniły, że już w X wieku na wzgórzu wawelskim uprawiano winnice. Tutaj trzeba podkreślić, że w tamtych czasach wino było domeną kościoła. Wszystkie ważniejsze ośrodki kościelne – klasztory, opactwa, ale i posiadłości biskupów posiadały winnice. Było tak w Gnieźnie, Poznaniu, Wrocławiu, Toruniu, Sandomierzu, Krośnie czy Płocku. Dopiero w XII i XIII wieku rosnącego biznesu weszli lokalni włodarze, bogaci kupcy i mieszczenie. „Apogeum rozwoju i winiarskiej prosperity to wiek XIV. W tym czasie handel winem osiągnął szczyt, wino spopularyzowało się, potaniało, stało się bardziej przystępne – wreszcie zaczęło konkurować z piwem i miodem pitnym. Gospodarka winiarska miała się tak dobrze, że polskie wino sprzedawano również za granicę.” – opisuje Mariusz Kapczyński. W kolejnych wiekach, wraz z rozwojem rynku rósł jednak import, powstały kupieckie szlaki winne. W XVII wieku z powodu ochłodzenia klimatu, wojen i katastrofy gospodarczej nastąpiło załamanie winnic. Podobnie w wieku XVIII, gdy nastąpił rozkwit importu win węgierskich. Choć w kolejnych latach, m.in. okresie międzywojennym XX wieku, a nawet PRL-u próbowano reaktywować polskie wino to do dopiero zmiany ustrojowej dały nowe możliwości. W latach 90. zaczęły powstawać pierwsze winnice, a pasjonaci win zaczęli żmudną naukę ich uprawy. Nowy etap polskiego winiarstwa rozpoczął się wraz z wejściem Polski w 2004 roku do UE. W grudniu 2005 roku na mocy rozporządzenia nr 2165 Polska stała się oficjalnie krajem winiarskim. Nowa unijna rzeczywistość wymagała jednak nowych przepisów i dopasowania ich do unijnego prawa. Polskie winiarstwo ugrzęzło w biurokracji.

„Ówczesnie obowiązujące prawo – zupełnie nieprzystosowane do winiarskiej rzeczywistości – swoimi wymaganiami wręcz zniechęcało do robienia czegokolwiek oficjalnie. Potencjalny winiarz zdobyć musiał liczne zezwolenia, dokumenty, w tym np. zaświadczenie o niekaralności (sic!). Jeśli już się zarejestrował i rozpoczął działalność, poddawany był kontroli wielu rozmaitych instytucji. Oto tylko niektóre z nich: Państwowa Inspekcja Ochrony Roślin i Nasiennictwa, Inspektorat Jakości Handlowej Artykułów Rolno – Spożywczych, Urząd Celny, Urząd Miar, Agencja Rynku Rolnego.” – wylicza Mariusz Kapczyński w „Atlasie Win Polska”.

Dopiero w 2008 roku nastąpił początek odwilży, wraz z Ustawą o zmianie ustawy o podatku akcyzowym oraz ustawy o wyrobie i rozlewie wyrobów winiarskich. Winiarz wytwarzający do 1000 hl wina nie był już zmuszony do zakładania składu podatkowego ani starania się o specjalne zezwolenia na produkcję. Kolejną zmianę przyniosła Ustawa z 2011 roku o wyrobie i rozlewie wyrobów winiarskich, która odblokowała przepisy, skomplikowane procedury wpływając na dynamikę rozwoju winiarstwa.

*Źródło: „Atlas Win Polska” Mariusz Kapczyński



Fot. Winnica Katarzyna



Fot. Winnica Katarzyna



Fot. Winiarnia L'Opera



Fot. Winnice Kojder

Weekend w winnicy

Enoturystyka jest trendem, który stale się rozwija. Także w Polsce, gdzie staje się ważnym elementem turystyki kulinarno-kulturowej, przyciągając zarówno krajowych jak i zagranicznych turystów. Winnice oferują gościom zwiedzanie, degustacje w akompaniamencie regionalnej kuchni, a dla tych którzy chcą spędzić tutaj więcej czasu, udostępniają noclegi. Należą do nich m.in:

- **Winnica Turnau**
położona w Baniewicach koło Szczecina
- **Kania Lodge**
Sitna Góra, Kaszuby
- **Winnica Agat**
w Sokołowcu niedaleko Wałbrzycha i Jeleniej Góry
- **Winnica Sandomierska**
we wsi Dwikozy w okolicach Sandomierza
- **Stara Winna Góra**
we wsi Górzynko koło Zielonej Góry
- **Winnica Sztukówka,**
w gminie Frysztak koło Jasła
- **Pałac Mierzęcín Wellness & Wine Resort**
Mierzęcín w woj. lubuskim.



Fot. Winnica Srebrna Góra

„Nasza historia z winnicą zaczęła się w 2016 roku, kiedy to nasadziliśmy pierwsze 650 krzewów winorośli. Całkowita, ogrodzona powierzchnia terenu wynosi ponad 2 ha wraz z 3 stawami. Kolejne nasadzenia oraz pole lawendy pojawiły się w 2018 i 2022 roku” – piszą na swojej stronie Ola i Adam Czaja właściciele Winnicy Młitumi w Nowych Polaszkach.

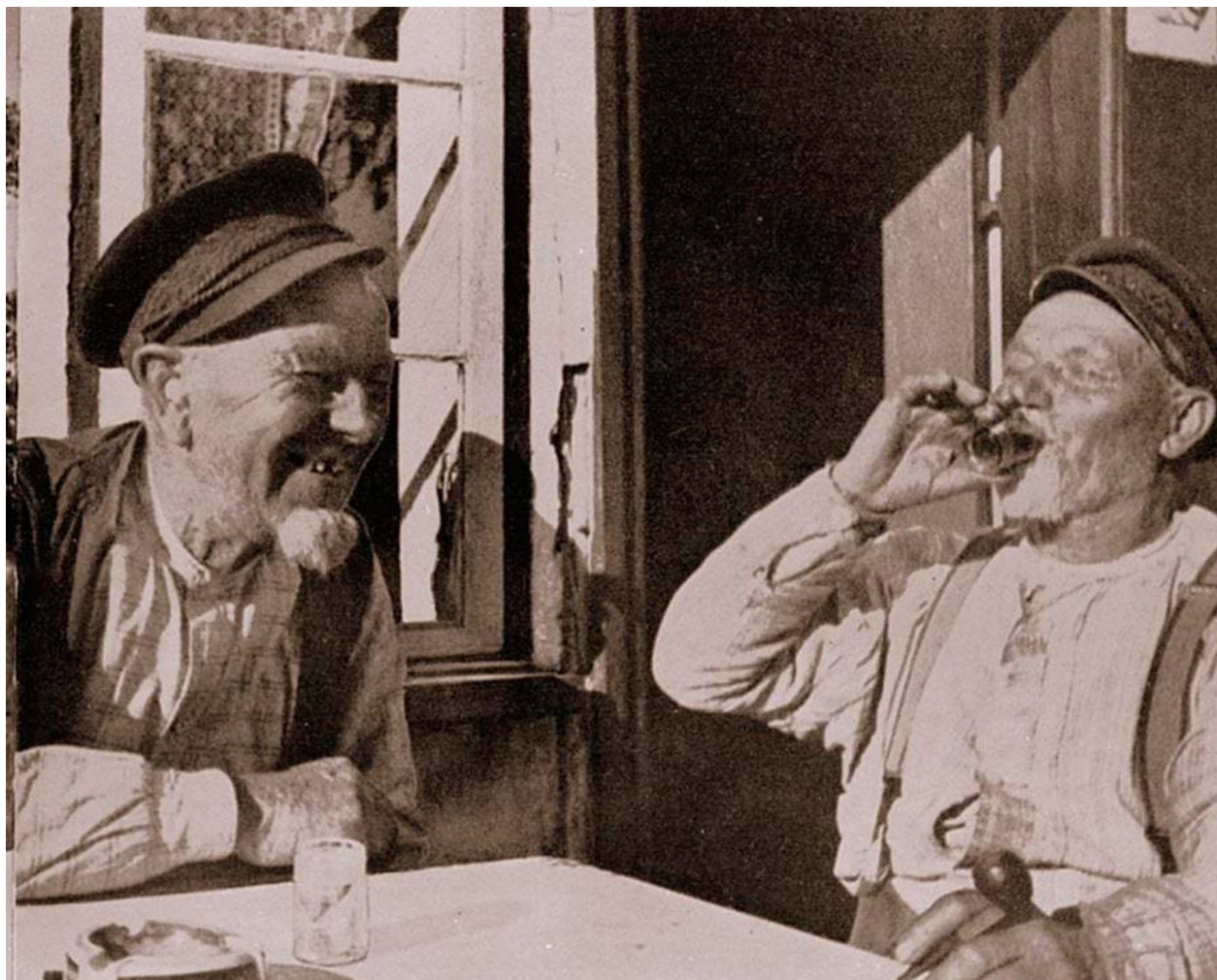
Na Pomorzu ulokowana jest również winnica i agroturystyka Pod Orzechem w Miradowie. Tak opisują ją właściciele Henryka i Marek Wysoccy: „Winnica została założona w 2006 roku, obecnie liczy ok. 500 szt. krzewów winnych odmian Regent, Rondo, Aurora, Bianca, Riton, Muscat, w przyszłości planujemy dalsze nasadzenia. W 2011 roku były pierwsze zbiory i pierwsze wino. Do naszej winnicy przyjeżdża coraz więcej gości ciekawych, jak smakuje kociewskie wino. Dla większości z nich jest to wielkie zaskoczenie. Spodziewają się byle jakich cienkusz, a dostają w kieliszku naprawdę dobre wino - to jedyny taki produkt na Kociewiu, który

został nagrodzony medalami. Chcemy, aby nasi goście mogli degustować wino z naszej winnicy jako Produkt Regionalny. Pragniemy, aby w naszej winnicy goście i turyści przypadkowo zaplątani w kociewskie szlaki, poczuli z nami smak tej ziemi zamknięty w winie to, co Francuzi nazywają terroir.”

35 km od Gdańska znajduje się Winnica „Żabi Raj”. Wyjątkowym miejscem wartym odwiedzenia jest Kania Logde w Sitnej Górze. To butikowy hotel otoczony winnicą i ogrodami, w którym wino, obok kulinariów odgrywa duże znaczenie: „Wino to nasza specjalność - w karcie Kania Lodge znajduje się ponad 250 pozycji z kilkunastu krajów, z rocznikami sięgającymi dwóch dekad wstecz. Nowojorski Wine Spectator nazwał ją „jedną z najwybitniejszych restauracyjnych kart win na świecie”. Goście mogą spróbować również wino z naszej kaszubskiej winnicy, a także przetestować produkowaną przez nas żytnią i ziemniaczaną wódkę, którą eksportujemy do tak prestiżowych klientów, jak paryski hotel Ritz czy londyński Claridges.”

Co uprawiamy w Polsce

Do najbardziej popularnych odmian winorośli uprawianych w Polsce na wina białe należą Solaris, Riesling, Seyval Blanc, Johanniter, Hiberna, Chardonnay, Pinot Gris, Traminer, Bianca i Muscat, Gewurztraminer, Muscaris, Auxerrois, Aurora, Sibera, Swenson Red, Sieger, Pinot Blanc, Phoenix. Z kolei na wina czerwone, w Polsce uprawia się odmiany: Regent, Rondo, Pinot Noir, Cabernet Cortis, Marechal Foch, Zweigelt, Leon Millot, Dornfelder, Cabernet Cantor, Monarch, Cabernet Sauvignon, Acolon, Cabernet Dorsa, Frontenac, Merlot, Cascade, Bolero, Oporto, Heridan, Saint Laurent.



Fot. gdanskstrefa.com

Dla marynarzy, mieszczanstwa i poetów

AUTOR: MICHAŁ STANKIEWICZ

Pisali o nich poeci, w tym Adam Mickiewicz. Obrazy malował Wojciech Kossak. Spędzali przy nich wieczory marynarze i robotnicy, a dyskusje toczyli urzędnicy. Pito je przy każdej okazji w każdej ze sfer, nie wyłączając śniadań. Goldwasser i Machandel – oto dwie słynne gdańskie wódki, wielkie dziedzictwo kulturowe Pomorza.



O wódce Goldwasser słyszał chyba każdy. To bodajże najslawniejszy gdański trunek, który w dosłownym tłumaczeniu znaczy Złota woda. Nazwa wzięła się z płatków złota, które znajdują się w alkoholu. Ten likier ziołowo korzenny produkowany był w Gdańsku wg receptury Ambrożego Vermollena, XVI wiecznego holenderskiego emigranta. W 1598 Vermollen uzyskał gdańskie obywatelstwo i założył fabrykę likierów, której jak na produkcję alkoholu przystało – nadał nazwę „Łosoś” (Der Lachs).

Oryginalna receptura zawierała dwadzieścia ziół i przypraw – rozmaryn, jałowiec, goździki, cynamon, lawendę, anyż, kardamon, kurkumę, kolendrę, macierzankę. Przywieziony z Niderlandów alkohol szybko stał się popularny, najpierw w samym Gdańsku, by szybko robić karierę poza jego granicami. Już w 1767 roku trafił na dwór carycy Katarzyny Wielkiej, która jako rodowita szczecinianka, zapewne знаła go jeszcze z młodości.

OD CHŁOPÓW DO PANA TADEUSZA

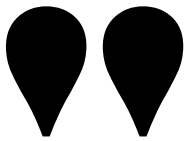
Goldwasser pity był przy różnych okazjach, zarówno oficjalnych, jak i serwowano go jako poczęstunek dla gości. Z racji ziołowego składu niektórym mógł się kojarzyć z medykamentem. Wielu na pewno trwale zapisał w się

pamięci. Francuski poseł Charles Ogier, żyjący na przełomie XVI i XVII wieku przebywał w Gdańsku w sprawie pertraktacji pokojowych pomiędzy Polską, a Szwecją. Ogier wspominał, że dość często serwowano mu gdańską wódkę: „...cztery albo pięć razy w ciągu pół godziny, jakbym był chory” – zdziwiony poseł opisywał polskie zwyczaje. Tutaj trzeba dodać, że w tamtych czasach nie lano „czterdziestek” (40 cl) - które są gastronomicznym wynalazkiem ostatnich dekad - ale większe pojemności.

O Goldwasserze pisał m.in. Adam Mickiewicz:

**„Sędzia otworzył puzderko zamcyste
W którym rządami flaszek białe sterczą głowy
Wybiera z nich największy kufel kryształowy
(Dostał go Sędzia w darze od księdza Robaka)
Wódka to gdańska, napój miły dla Polaka.
„Niech żyje! – krzyknął Sędzia, w górę wznosząc flaszkę
– Miasto Gdańsk! niegdyś nasze, będzie znowu nasze!”
I lał srebrzysty likwor w kolej, aż na końcu
Złoto zaczęło kapać i błyskać na słońcu”**

– tak pisał z czułością o złotej wódce nasz narodowy wieszcz w IV księdze Pana Tadeusza.



Nad Motławą położony
Gdańsk rozkwita niby kwiat,
A Machandel ze śliweczką
Pije tutaj każdy chwyt.
Jakże czysta to nalewka
Którą trzyma Twoja dłoń,
Od Machandla dwóch kropelek
Nie rozpali Ci się skroń.
Weź śliweczkę między zęby,
Język niech ją zręcznie pchnie,
Tak by pestki kształt okrągły
Pod policzkiem znalazł się.
Teraz możesz wypić do dna
Machandelek jako trza,
Sznaps Stoego, iskra bogów
Wielką sławę w świecie ma.
Pestka niechaj sobie brzdęknie
Na kielicha pustym dnie,
A do końca ceremonii
Jeszcze masz czynności dwie.
Ponad pestką, co w kielichu,
Jak tradycja mówi nam,
Podnieś zbędną wykalaczkę
I przed swoim nosem złam.
Po złamaniu złóż przy pestce,
Dając zakończenia znak,
Bo gdańszczanie swój Machandel
Tu od wieków piją tak. *

** Reklamowy wierszyk Machandla
przetłumaczony z niemieckiego przez
prof. Janusza Januszatisa.
Za Gazetą Wyborczą.*



Gdańska wódka pojawiła się też w „Chłopach” Władysława Reymonta, a opijano nim zaręczyny Boryny i Jagny. Goldwasera stałe miał przy sobie Wojciech Kossak. Kto nie zna jego wspaniałych obrazów, galopujących i stojących dęba koni, a na nich oszalałych jeźdźców? Wreszcie kto porwałby się na namalowanie obrazu o długości 150 m, a tyle ma przecież Panorama Racławicka.

Po Vermollenie fabrykę likierów przejęli jego potomkowie, a siedzibą firmy stała się gospoda Pod Łososiem przy ul. Szerokiej. Tam też w czasie pobytu w Gdańsku wiersz „Przygoda” napisał Julian Tuwim.

*„Złotą, wieczorną wódką
Pijany, niepijany,
Płynę wolno, cichutko,
Śmiesznie z domu wywiany”
- brzmi jedna ze zwrotek.*

Goldwasser doczekał się też legend o genezie swojego powstania. Jedna z nich (a są ich różne wersje) głosi, że gdańszczanie tak zapychali złotymi monetami fontannę Neptuna, że uszlachetniona woda zamieniła się w wódkę. Dzieła dopełnił Neptun z fontanny zamieniając monety w płatki złota. Trzeba przyznać, że wizja, iż z fontanny miałyby nieprzerwanie lecieć złota wódka jest intrygująca.

GOLDWASSERY DO WYBORU

Po drugiej wojnie światowej słynny likier opuścił Gdańsk. Wódkę o takiej nazwie produkował najpierw Polmos w Starogardzie Gdańskim, a potem w Poznaniu. W 2009 produkcję jednak zakończono.





Obecnie nazwę Goldwasser zawiera kilka alkoholi. Niemiecka firma Toorank dystrybuje w Polsce Original Danziger Goldwasser. Wg niej właścicielem oryginalnej receptury jest graf von Hardenbergm właściciel fabryki likierów w Niemczech. Właśnie ten trunek produkowany w Norten – Hardenberg sprzedaje Toorank. Producentem Goldwasser – nazywając ją ambrosją – jest też Komers ze Straszy na pod Gdańskiem. Najefektowniejszy Goldwasser – jeżeli chodzi o wygląd - można kupić w restauracji Goldwasser przy Długim Pobrzeżu w Gdańsku. Do wyboru jest wódka w ozdobnej butelce albo cały zestaw – butelka z dwoma klasycznymi kieliszkami. Można też kupić same kieliszki.

ZE ŚLIWKĄ ALBO Z KUFLA

Nie tylko z Goldwassera słynie Gdańsk. Nie mniej sławnym trunkiem był niegdyś Machandel. To jałowcówka produkowana od 1776 do 1945 roku w Nowym Dworze Gdańskim przez rodzinę Stobbe. Była popularna była wśród marynarzy, urzędników, robotników portowych. Pili ją Kaszubi. Do jej picia stworzono specjalny rytuał z użyciem wykałaczki i śliwki. Do kieliszka wsadzano śliwkę, zalewano wódką i nabijano śliwkę na wykałaczkę. Następnie śliwkę zjadano, a pestka musiała

trafić pod policzek. Po wypiciu kieliszka pestkę trzeba było do niego wypluć, a wykałaczkę złamać (jako symbol złamanego masztu) i umieścić w kieliszku. Wg licznych źródeł lokalnie Machandel – był nawet popularniejszy od Goldwassera, stanowił wręcz codzienną wódkę w Gdańsku i na Żuławach. Na wsiach pito go nawet z kufla, gdzie stworzono inny rytuał. Do kufla wlewano pół litra Machandla i mieszkano z cukrem. Potem mężczyźni kolejno popijali z niego trunek. Ten, który wypił przedostatni tyk musiał zapłacić kolejkę.

W styczniu 1945 rodzina Stobbe uciekła z Nowego Dworu i schroniła się w Sopocie. Tutaj też przywieziono spore zapasy Machandla. Kiedy w lutym weszli Rosjanie to Stobbe został wywieziony do Rosji, Machandla wypito, a zakłady w Nowym Dworze Gdańskim zniszczono. Po II w.ś. Machandel zniknął z Polski. Skojarzenia były złe. Krzyż na butelce, dostawy do Wehrmachtu i Kriegsmarine oraz portret Adolfa Hitlera w gdańskiej probierni zrobiły swoje. Stobbe wrócił jednak po latach do Niemiec i wznowił produkcję. Obecnie Machandel produkowany jest w Niemczech jako Stobbes Machandel i można go wypić w kilku gdańskich lokalach.



Goldwasser

Spirit of Gdańsk

GOLDWASSER

TRADYCYJNY, LUKSUSOWY GDAŃSKI TRUNEK

Goldwasser jest ziołowo-korzennym, mocnym likierem, wyróżniającym się na tle innych alkoholi nie tylko bogatą kompozycją przypraw i ziół (jest ich w składzie ponad 20), ale także zawartością płatków 23-karatowego złota, skąd wzięła się jego nazwa. Mienia się one okazałe w każdej butelce trunku, nadając prawdziwie wykwintny i ekskluzywny charakter „wódce” Goldwasser. Oryginalny Goldwasser podawany jest w restauracji o tej samej nazwie na gdańskim Długim Pobrzeżu od 30 lat. Właściciele kamienicy są również spadkobiercami oryginalnego przepisu. Goldwasser, ze względu na swój unikatowy charakter i powiązania z historią Gdańska, jest idealnym prezentem na każdą okazję.



MACHANDEL

UNIKATOWA WÓDKA JAŁOWCOWA

Stobbes Machandel to trunek z długą tradycją. Gdańska jałowcówka nie bez powodu była określana mianem „napoju narodowego”. Lokalny specjał z dodatkiem jagód jałowca pili niemal wszyscy – mundurowi, marynarze, kupcy, rzemieślnicy, pracownicy portów czy studenci. Butelki alkoholu były dostępne w sklepach, kantorach, restauracjach, a miejscowi artyści układali o nich piosenki. Trunek zyskał popularność w okresie Wolnego Miasta Gdańsk. I choć na parę lat całkowicie zniknął z rynku – wrócił i jest dostępny w 3 restauracjach w Trójmieście: Goldwasser Gdańsk, Targ Rybny Fishmarkt Gdańsk, L'Entre Villes Sopot.



KURFURSTEN

LIKIER POPRAWIAJĄCY HUMOR

Kurfursten cieszy się ponad 400-letnią tradycją. Ten unikatowy digestive o mocnych pomarańczowych aromatach nie tylko pozwala na niespotykane doznania smakowe, ale również rozgrzewa i ... poprawia nastrój. Ten ziołowo-korzenny trunek stworzony został specjalnie dla Elektora Gdańskiego, stąd też wzięła się jego nazwa – Starogdański Likier Elektorski. Chociaż aktualnie Kurfursten nie jest już aż tak popularny, Ci którzy mają okazję go spróbować stają się jego amatorami. Na specjalne zamówienie gdańskiej restauracji Goldwasser wciąż produkowany jest historyczny alkohol elektorów.





Kolekcja Time Reimagined składa się z trzech nadzwyczajnych whisky typu single malt, a każda z nich zdołała uchwycić kawałek historii. Whisky dojrzewały przez dekadę, rozwijając rzadko spotykane bogactwo i głębię smaku. Najrzadszym okazem tej wysoce pożądanej kolekcji jest whisky 50 Year Old, dzięki której udało się w zachwycający sposób uchwycić czas równoległy (Simultaneous Time). Złożone, występujące równoległe warunki i efekty znacząco wpłynęły na jakość tego wytwornego trunku. Z kolei 40 Year Old reprezentuje kumulację czasu (Cumulative Time) – zawiera różne warstwy nagromadzonych aromatów dzięki procesowi starzenia i mieszania kilku rodzajów whisky z poprzednich edycji, w beczkach po różnych trunkach (vatting), którego pionierem jest marka Glenfiddich. dopełnieniem kolekcji jest whisky 30 Year Old, będąca ucieleśnieniem zawieszonego czasu (Suspended Time). Chodzi o ten moment, gdy Malt Master (Mistrz Destylacji) podejmuje decyzję o zakończeniu procesu starzenia whisky, bo destylat jest już wystarczająco dojrzały.

Efektowne opakowanie stworzone dla wszystkich trzech whisky wizualnie dekonstruuje i wciela w życie wspomniane reprezentacje czasu w spektakularnej formie. Opowiada ono historię każdej butelki dzięki nieszablonowej, rewolucyjnej technice designu. Jej autorem jest Manuel Jiménez García, współzałożyciel i dyrektor madMdesign, firmy zajmującej się architekturą komputerową z siedzibą w Londynie.

50 YEAR OLD

Glenfiddich 50 Year Old zawiera w sobie whisky pochodzące z trzech różnych beczek z dębu amerykańskiego, wykorzystywanych już wcześniej do leżakowania trunków, z których wszystkie dojrzewały w tej samej destylarni, zanim połączono je na okres dwóch lat w jednej dębowej beczce. W ramach tej edycji ukazało się tylko 220 karafek trunku, co czyni z niego niezwykle rzadką i pożądaną pozycję dla kolekcjonerów. Na dojrzewanie whisky w beczce ma wpływ wiele czynników, między innymi warunki klimatyczne. Opakowanie zewnętrzne to sposób na artystyczne przedstawienie danych pogodowych, które przyczyniły się do powstania tej niezwyklej whisky. Wspominany Manuel Jiménez García, zapisał dane meteorologiczne w formie algorytmu i wygenerował specjalny język zapisu, dzięki któremu można było odtworzyć każdy dzień i miesiąc z tych minionych 50 lat.

40 YEAR OLD

Glenfiddich 40 Year Old to wybitny i wyjątkowy przykład szczególnego procesu starzenia i mieszania kilku rodzajów whisky w beczkach po różnych trunkach, z wykorzystaniem destylatów z minionych edycji. Pozostałości z poprzednich 40-letnich wydań Glenfiddich mieszane są w drewnianych kadziach z nowymi, co najmniej 40-letnimi wariantami. Glenfiddich to jedyna destylarnia, która korzysta z tego procesu, dzięki któremu smaki i aromaty kumulują się w czasie, a trunki zyskują bardziej złożone noty tastingowe. 40 Year Old Cumulative Time składa się

z warstw smakowych, które przechodzą jedna w drugą, co zostało oddane także w designie jej opakowania zewnętrznego nawiązującego do procesu metamorfizmu geologicznego. Butelka została umieszczona w olśniewającej rzeźbie – pojemniku wykonanym z materiału kompozytowego o bardzo indywidualnych cechach, dzięki czemu każda sztuka whisky jest totalnym unikatem.

30 YEAR OLD

Glenfiddich 30 Year Old opowiada historię o chwili, gdy Brian Kinsman, Malt Master Glenfiddich, podjął decyzję, by zakończyć proces starzenia whisky i ją zabutelkować. W ten sposób trunek został uchwycony na zawsze w tej formie, którą osiągnął w konkretnym momencie w czasie. Opakowanie zewnętrzne nawiązuje do chwili podjęcia decyzji dzięki poruszającym się wstęgom, tak jakby każda z nich została zamrożona w czasie, by stworzyć elegancie okna odsłaniające królewską butelkę znajdującą się w środku. Dzięki dynamicznym liniom i złożonej strukturze projektu można ulec iluzji, że butelka jest zawieszona w powietrzu.



Uchwycić historię

Kolekcja „Time Reimagined” z trzema wyjątkowymi Whisky Glenfiddich

Time Reimagined to niezwykły zbiór wiekowych i ekskluzywnych whisky typu single malt, który łączy przeszłość z teraźniejszością. W skład serii wchodzi 30, 40 i 50-letnie whisky, które powstały wskutek powolnego upływu czasu, a w dodatku prezentują się w wyjątkowym opakowaniu, które jest prawdziwym dziełem sztuki wykonanym na specjalne zamówienie. To więc nie tylko imponujące trunki, ale także niepowtarzalna oprawa.



Fot. Karol Kacperski

Kraina piwem płynąca

AUTORZY: KLAUDIA KRAUSE-BACIA, SZYMON KAMIŃSKI

Ogarna, Chlebnicka, Piwna, Świętego Ducha, Świętojańska - wyobraźcie sobie, że na każdej z tych słynnych gdańskich ulic kiedyś działały dziesiątki browarni. W XIII wieku Miasto Neptuna tętniło życiem pełnym zapachu warzonego piwa. Oprócz tego, że raczyło podniebienia, było podstawowym elementem diety, a także... środkiem płatniczym. Produkowało go wielu, a piło jeszcze więcej: od polskich królów po dzieci. To z Gdańska pochodzi owiane tajemnicą, wyjątkowe piwo jopejskie. Dziś pozostałości po potędze złotego trunku kultywowane są przez nielicznych, jednak z ogromną pasją.

W jednej z gdańskich kamienic panuje półmrok. Na górnej kondygnacji budynku kilka osób krząta się omijając porozstawiane gęsto drewniane kadzie pełne wilgoci, w których kielkuje jęczmień. Ten tutaj jest już gotowy, żeby go zmielić. Dwóch roślących mężczyzn przekłada go na wielkie tace, na jakich ma zostać wysuszony. Inni w tym czasie zbierają wcześniejsze zboże i wkładają go pod żarna. Dopiero wtedy proszek zostanie zalany wodą, doprawiony innymi składnikami i powoli gotowany aż do uzyskania brzezki. Jest gorąco i parno. W wielkim kotle kolejni pracownicy, ocierając co chwilę czoło, zbierają to, co unosi się na wierzchu płynu i przekładają do dębowych beczek. Te zostają z trudem przeniesione do piwnicy, gdzie w kilku rzędach stoją i czekają na proces fermentacji. W przestrzeni unosi się charakterystyczny zapach piwa... Czas na leżakowanie. Za kilka tygodni napój będzie gotowy do spożycia.

POTĘGA NA SKALĘ EUROPY

Historia Gdańska i Pomorza nierozdzielnie związana jest z historią browarnictwa. Może zaczniemy od tego, że gdyby nie piwo, to najprawdopodobniej Jan Heweliusz nigdy nie przeprowadziłby swoich badań astronomicznych. Gdyby tego było mało, zaprzysięgłymi piwoszami byli polscy królowie Władysław Jagiełło i Jan Sobieski.

W XIII wieku gdańscy browarnicy stanowili jeden z najważniejszych zawodów, a zapotrzebowanie na ten trunek było tak wielkie, że z niemal połowa z ponad tysiąca działających w Gdańsku rzemieślników zajmowała się warzeniem piwa. W stosunkowo krótkim czasie stali się prężnie działającą grupą społeczną. W 1363 roku założyli pierwszą browarniczą organizację cechową, która miała nie tylko dbać o cechowe interesy, ale też pilnować jakości warzonego piwa, a rok później ufundowali w kościele Mariackim ołtarz pw. św. Mikołaja, którego obrali sobie zresztą na patrona. Z tego też względu każdego roku na dwa miesiące przed dniem św. Mikołaja (6 grudnia) rozpoczynano proces warzenia specjalnego piwa Mikołajowego, które przeznaczano na cele dobroczynne.





Fot. Karol Kacperski

JOPENBIER

W Gdańsku warzono alkohol jedyny w swoim rodzaju, niespotykany nigdzie indziej. Takim białym krukiem było z pewnością piwo jopejskie (Jopenbier), które eksportowano zresztą do wielu krajów Europy. Co ciekawe, to właśnie dla ułatwienia prac przy załadunku na statki beczek z piwem zbudowano słynnego gdańskiego Żurawia. Najszlachetniejsze gdańskie piwo produkowane było od 1449 roku, i w zasadzie nie miało zbyt wiele wspólnego z tym, co pijemy dziś. Miało ok. 12 % alkoholu, było niemal czarne, a jego konsystencja przypominała gęsty syrop - nie bez powodu, ponieważ ten pożywny i bogaty w smaku specjał był ówczesnie bardzo ceniony za swoje właściwości lecznicze. Jego nazwa najprawdopodobniej wywodzi się od charakterystycznego drewnianego czerpaka, tzw. jopy, za pomocą którego zalewano słód wrzątkiem. Piwo jopejskie traktowano jako dubeltowe, a to znaczy, że do jego produkcji używano kilkakrotnie więcej siodu jęczmiennego i cztery razy więcej chmielu, niż do standardowych piw.

- Za ojca piwa jopejskiego uznaje się Jana Heweliusza naszego astronoma, który to właśnie z piwowarstwa finansował badania w dziedzinie astronomii. Nie wszyscy wiedzą, ale posiadał on kilkanaście browarów, z których część odziedziczył, a część w posagu wnosili mu kolejne żony. To właśnie na dachu jednego ze swoich browarów wybudował swoje słynne obserwatorium astronomiczne - opowiada Arkadiusz Went.

Oryginalna receptura przepadła, choć wciąż jest cień szansy, by dowiedzieć się jak smakowało i jak wyglądało w rzeczywistości piwo jopejskie.

- Decyzja o podjęciu warzenia tego historycznego trunku została podjęta na podstawie efektów jakie uzyskałem w dziale Ale-Laboratorium, czyli miejscu, w którym przeprowadzamy testy większości piw produkowanych w naszym browarze oraz chęci podzielenia się z piwoszami naszym osiągnięciem. Już wkrótce premierowo dobrze wyleżakowane piwo jopejskie będziemy polewać w naszych lokalach prosto z drewnianej dębowej beczki, tak jak to miało miejsce w średniowieczu, natomiast do sklepów trafi w pięknej czarnej i smukłej butelce o pojemności 250 ml - mówi z dumą Arkadiusz Went.

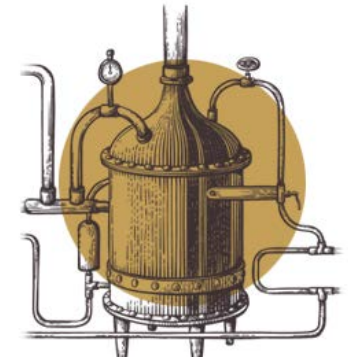
PIWNE ODRODZENIE

Wspaniały czas browarnictwa gdańskiego zaczął się kończyć ze schyłkiem XVI stulecia. Kryzys ten trwał przez wieki z wielu powodów. Dopiero w drugiej połowie XIX wieku, czyli tuż po wielkiej europejskiej rewolucji piwowarskiej, zaistniało na terenie Gdańska kilkanaście nowych browarów, jednak tak naprawdę w całej branży liczyły się tylko dwa. Pierwszym był działający do 1945 roku „Bierbrauerei Richard Fischer” w gdańskim Nowym Porcie, który powstał na kanwie wcześniejszego przedsiębiorstwa piwnego należącego do rodziny Broschke. Niestety dziś po tym słynnym

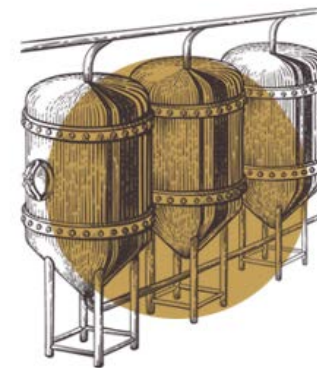
PROCES WARZENIA PIWA



ŚRUTOWANIE



WARZENIE

FERMENTACJA
I LEŻAKOWANIE

DEGUSTACJA

browarze nie ma już śladu, „z wody” można za to zobaczyć stojący tam stary dwór Fischera.

Drugim, najważniejszym był Browar Gdański założony na terenie wrzeszczańskiego majątku Kuźniczki. Spółka, która wzniosła browar nosiła nazwę Danziger Aktien Bierbrauerei (DAB), i stała się początkiem tradycji piwowarskiej, trwającej nieprzerwanie przez 128 lat. To właśnie tutaj, od zeszłego roku działa Nowy Browar Gdański, który ma być kontynuacją dawnych tradycji piwowarskich.

Głównym piwowarem Nowego Browaru Gdańskiego jest Łukasz Kortas, marka sama w sobie, natomiast sercem browaru jest dwunaczyniowa warzelnia o wybiu 20 hektolitrow. Oprócz tego w podziemiach znajduje się magazyn surowców, śrutownik oraz zbiorniki fermentacyjno-leżakowe oraz wyszynkowe. Całość naprawdę robi wrażenie.

- Zdolności produkcyjne to ok. 10 tys. hektolitrow rocznie, co czyni nas największym browarem restauracyjnym w tej części Polski. Duża ilość zbiorników leżakowych i fermentacyjnych gwarantuje nam jakość i stałość produkcji browarniczej. A warzone na miejscu piwa rzemieślnicze, jak Pils, Jasny i Ciemny Lager czy piwo Pszeniczne spotykają się z ciepłym przyjęciem i doskonale dopełniają każdy posiłek - zapewnia Łukasz Kortas, piwowar.

NAJSTARSZY BROWAR

Tradycję gdańskiego browarnictwa kontynuuje również Brovarnia Gdańsk w Hotelu Gdańsk - miejsce z 400 letnią historią, które zostało docenione w najbardziej prestiżowych konkursach piwnych na świecie, i którego piwo warzone jest wyłącznie na bazie naturalnych produktów i tradycyjnych receptur z XVII wieku. Otwarcie browaru wynikało z pasji do historii miasta, która jest niesamowita.

- Nasz hotel znajduje się w XVII w zabytkowym spichlerzu. Jest to jeden z niewielu budynków, które przetrwały bombardowania w trakcie II wojny światowej - mówi Krzysztof Kowalczyk, Sales and Marketing Manager. - Stąd pomysł, aby cały hotel każdym elementem nawiązywał do tradycji gdańskich. Doskonałym dopełnieniem całości: wystroju, serwowanej kuchni jest właśnie browar, gdyż nie ma bardziej gdańskiego napoju niż piwo. Rozpoczęliśmy działalność w 2008 roku i obecnie jesteśmy najstarszym działającym gdańskim browarem. Zanim otworzyliśmy Brovarnię Gdańsk był długi okres bez ani jednego działającego browaru w naszym mieście - dodaje.

Mimo długiego okresu stagnacji wielowiekowe tradycje piwowarskie w grodzie nad Motławą są kultywowane. Znak historyi miasta oraz spichlerza, w którym aktualnie znajduje się Brovarnia Gdańsk, otwarcie produkcji w tym miejscu było jedynym słusznym pomysłem.

Złoty czas złotego trunku

Tradycja warzenia piwa w Gdańsku sięga wczesnego średniowiecza. To właśnie wtedy ten proceder był bardzo popularny wśród wszystkich mieszkańców. Wato jednak wspomnieć, że w tamtych czasach trunek ten wyglądał zupełnie inaczej niż współcześnie. Powszechność warzenia piwa zaczęła się zmieniać w XIII wieku, kiedy to do Gdańska przybywali kupcy z Lubeki, specjalizujący się w browarnictwie. Budowali oni nowe osiedla, które przeznaczone były wyłącznie pod ten cel. Gdańsk bardzo szybko zaczął obrastać piwowarniami, zwłaszcza że ludność coraz bardziej chciała popijać piwo. Nie ma się zresztą co dziwić, skoro było ono wówczas dużo czystsze od wody. Było to tym bardziej opłacalne, że miasto jako port skupiał wokół siebie wiele grup rzemieślniczych. Również załogi przybywających statków chciały czasami odpocząć przy kuflu dobrego piwa.

W XIV wieku browarnictwo weszło na wyższy poziom i wymagało większych nakładów kapitału. Powstał specjalny cech, który zajmował się wyłącznie browarnictwem. Produkcja stała się bardziej zorganizowana i droga. Doprowadziło to do tego, że w XV wieku produkcja piwa skupiała się głównie wokół Starego Miasta, a szczególnie na ulicach takich jak Ogarna, Chlebnicka, Piwna, Świętego Ducha, Świętojańska czy Browarna (Straganiarska). Osoby zajmujące się wytwarzaniem piwa stały się odrębną, elitarną grupą społeczną, która miała wpływ na rzeczywistość miasta.

Punkt szczytowy w XVI wieku był również momentem załamania się popularności warzelnictwa w Gdańsku. Wpływało na to kilka czynników – złościsty trunek powoli wypierała wódka, importowane alkohole oraz ponowna powszechność praktyk browarnictwa wśród ludności.



- Kluczowym elementem naszej filozofii jest promowanie gdańskich tradycji piwnych, historii Gdańska i piwowarstwa m.in. poprzez przeprowadzane przez nas seminaria piwne. Kontynuujemy również tradycję Gdańskich Dożynek Piwnych, które organizujemy już od 15 lat. Niegdyś było to coroczne święto, odbywające się na przełomie września i października po zbiorach chmielu. W każdej karczmie odbywały się wtedy huczne zabawy, podobne do naszych obecnych Gdańskich Dożynek Piwnych organizowanych w Brovarni – tłumaczy Kowalczyk.

SEKRET WARZENIA

Mimo że żyjemy w XXI wieku proces warzenia piwa nadal jest dość długi i skomplikowany. Nadal dąży się do uzyskania roztworu cukrów ze siodu w wodzie. Jednak zmieniła się technologia.

- Dziś mamy dostęp do bardziej efektywnych źródeł ciepła, precyzyjnych pomiarów jakościowych i przede wszystkim nowoczesnego chłodnictwa, które umożliwia warzenie piwa przez cały rok. Na świecie pozostało tylko kilkanaście browarów, które rzadko lub w ogóle nie skorzystały z osiągnięć rewolucji przemysłowej – mówi Łukasz Kortas z Nowego Browaru Gdańskiego. - Proces rozpoczyna się od pomysłu, który przechodzi przez dobór składników, staranną selekcję surowców i przygotowanie. Cała operacja zaczyna się wiele miesięcy wcześniej, na polu, gdzie rolnik uprawia odpowiednie odmiany zbóż. Dziś jednak browary często korzystają z wyspecjalizowanych słodowni, które dostarczają siod – podkreśla.



Piwo robi się z czterech podstawowych składników: wody, siodu, chmielu i drożdży. Przy tym należy mieć świadomość, że piwo to napój słodowy, a chmiel jest w nim „jedyne” przyprawą – bardzo istotną, ale nie niezbędną.

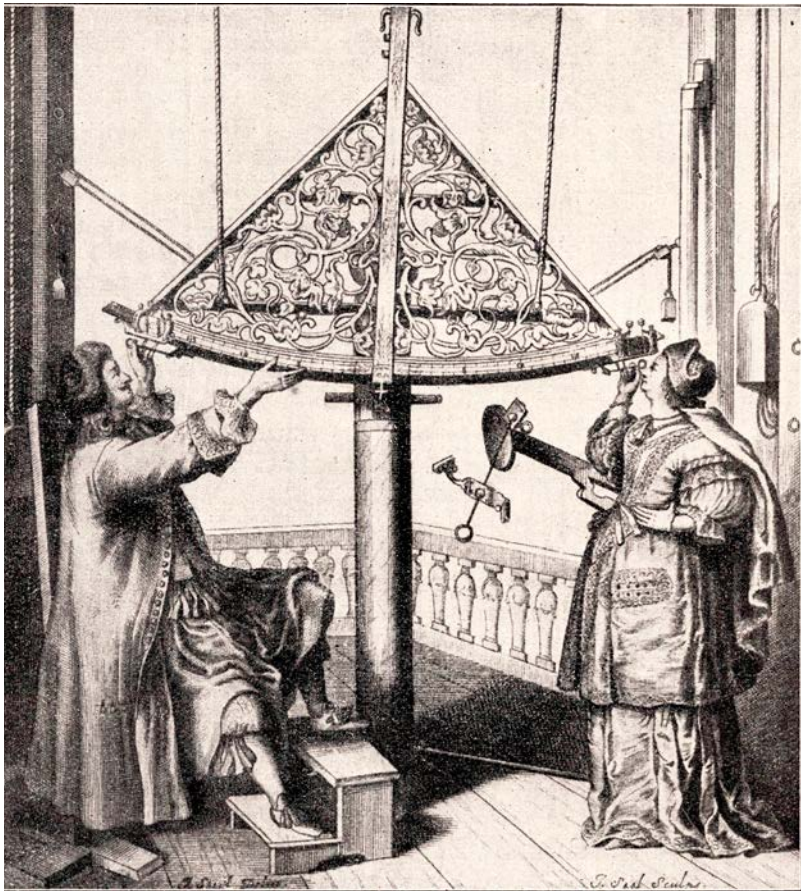
- Piwo jest napojem alkoholowym, więc elementem procesu produkcji musi być fermentacja. Podczas fermentacji drożdże „przerabiają” cukry na alkohol, dlatego na początku procesu produkcji piwa musimy przygotować drożdżom słodką bazę do pracy. W piwowarstwie nazywamy ją

brzeczką i jest to nic innego jak wywar ze siodu i chmielu przygotowany na warzelnii. Najpierw mieszamy ześrutowane ziarno siodu z wodą, aby, przetrzymując je w odpowiednich temperaturach, pozyskać z niego jak najwięcej cukrów. Ten proces nazywamy zacieraniem – objaśnia Bartosz Nowak, główny piwowar w gdańskiej Brovarni.

Kolejnymi krokami są filtracja i wysładzanie, które polegają na oddzieleniu stałych części (młota) od płynnej brzeczeki.

Heweliusze

Krok w krok za piwowarstwem szła ogromna fortuna. Idealnym przykładem jest Jan Heweliusz, który był browarnikiem z dziada pradziada. Mimo że zasłynął przede wszystkim jako wielki astronom, to jego przodkowie byli właścicielami gdańskich browarów. W połowie XVI wieku mieli ich aż 12, a kolejne pojawiały się... z posagu. Żona Jana Heweliusza - Katarzyna Rebeschke, wniosła w posagu dwa domy sąsiadujące z ich kamienicą przy ul. Korzennej, z których jeden był browarem. W krótkim czasie przyszły astronom został przyjęty do gdańskiego cechu browarników i tym samym uzyskał prawo do samodzielnego warzenia i sprzedaży trunku. Kilka lat później, po śmierci ojca, odziedziczył kamienicę i scalił dwa browary w jeden prężnie działający koncern. Te trzy kamienice i tętniące w nich towarzyskie życie stanowiły podstawowy dochód Heweliusza. Co więcej, na ich dachach astronom zbudował swoje imperium w postaci doskonale wyposażonego obserwatorium. Miejsce to odwiedzali moiżni ówczesnego świata: Ludwika Maria Gonzaga i Jan Kazimierz, a także Jan III Sobieski - zresztą każdy z nich wspierał finansowo astronomiczną pasję Heweliusza.



- Proces ten obejmuje separację brzeczki przedniej i wyciągnięcie pozostałych cukrów z ziaren poprzez spltukiwanie gorącą wodą. Otrzymany płyn jest gotowany, dodając do niego chmiel, który nadaje piwu charakterystyczną goryczkę i aromat. Następnie nachmielona brzeczka jest szybko schładzana do temperatury fermentacji i przekazywana do zbiornika fermentacyjnego, gdzie wyselekcjonowane drożdże przejmują kontrolę. Proces fermentacji zamienia brzeczję w piwo. To prawda, że to drożdże produkują piwo, ale piwowar nadzoruje cały proces, by osiągnąć pożądany efekt – tłumaczy Kortas.

Proces leżakowania w zależności od stylu i mocy piwa może trwać od dwóch tygodni do nawet aż kilku czy kilkunastu miesięcy. Mocno uogólniając możemy powiedzieć, że poza skrajnymi wyjątkami, cały proces produkcji piwa od początku do końca wynosi około 4-6 tygodni.

ZAWÓD - PIWOWAR

Do zrobienia piwa w domu, w wersji minimalnej wystarczy nam garnek, sterylne wiadro i parę wężyków. Można też równie dobrze zrobić lub zakupić półprofesjonalną, półautomatyczną warzelnię. Wszystko jest kwestią naszych potrzeb, wygody i zasobności portfela. Podobnie jest w browarach profesjonalnych.

- Podstawowymi elementami browaru są: warzelnia, czyli miejsce przygotowania brzeczki składające się najczęściej z kadzi

zacierno-warzelnej, kadzi filtracyjnej i kadzi osadowej, fermentownia, czyli pomieszczenie ze zbiornikami fermentacyjnymi, w których drożdże przemieniają brzeczję w piwo, oraz leżakownia ze zbiornikami, w których piwo leżakuje, czyli dojrzewa. Za tymi sprzętami widocznymi gołym okiem muszą stać też maszyny je napędzające, takie jak np. wytwornica pary do ogrzewania kotła, maszyna wody lodowej do kontroli temperatury piwa w zbiornikach, kompresor, dwutlenek węgla, pompy do transferu płynów pomiędzy zbiornikami, wymiennik ciepła do chłodzenia gorącej brzeczki, spora ilość węży, wężyków, złączek i mnóstwo innych drobnych, ale równie ważnych elementów – wymienia Bartosz Nowak.

Jednak maszyny potrzebują osób, które by się nimi zajęły i monitorowały przebieg procesów w nim zachodzących.

- W zależności od wielkości browaru kadra może się różnić, od pojedynczej osoby po sztab ludzi podzielonych na odpowiednie działy. W przypadku browarów restauracyjnych piwowar zawsze bierze udział w procesie warzenia i swoimi zmysłami kontroluje wszystkie procesy od przygotowania surowców po serwowanie piwa – mówi Łukasz Kortas.

Zatem potrzebny jest piwowar, czyli osoba warząca piwo. Czasami jest jeden, a czasami kilku. Wszystko zależy od ilości i rodzajów produkowanych piw.



- W Brovarni, która jest niewielkim browarem, nad procesem czuwa dwóch piwowarów. Obaj zajmujemy się nim od początku do końca. W większych browarach wygląda to nieco inaczej. Nad całą produkcją czuwa główny technolog, warzeniem brzeczki zajmują się warzelani, za fermentację i leżakowanie odpowiada kolejna sekcja, a za rozlew jeszcze inna. Wszystko zależy od potrzeb i wielkości browaru. Mi osobiście zdecydowanie bardziej odpowiada model, w którym funkcjonuję, gdzie znam nasze piwa od podszewki i mam nad nimi pełną kontrolę poczynszu od pomysłu na piwo, przygotowania receptury, przez warzenie, fermentację, aż do otwarcia kranu z piwem czy nawet naklejenia etykiety na butelkę. Jest to w pełni rzemieślnicza i bardzo satysfakcjonująca robota – tłumaczy Bartosz Nowak.

„PERŁA W KORONIE” NIEJEDNO MA IMIĘ

Każdy browar może pochwalić się swoimi ulubionymi, najbardziej prestiżowymi piwami. Jakie gatunki polecają dziś gdańscy piwowarzy?

- Jeśli miałbym któreś piwo wyróżnić, to na pewno byłoby to jedyne piwo, które jest dostępne u nas cały rok – Złoto Brovarni, w stylu Polski Pils. Złociste, orzeźwiające piwo z wyraźnym aromatem i goryczką od najlepszych polskich odmian chmielu. Jest to też nasze najbardziej utytułowane piwo, które od kilku lat zdobywa medal na niemal każdym konkursie, do którego je zgłaszamy, nie tylko w Polsce, ale również za granicą. Warto także wyróżnić nasze najdłużej leżakujące piwo, warzone raz w roku w okolicach grudnia

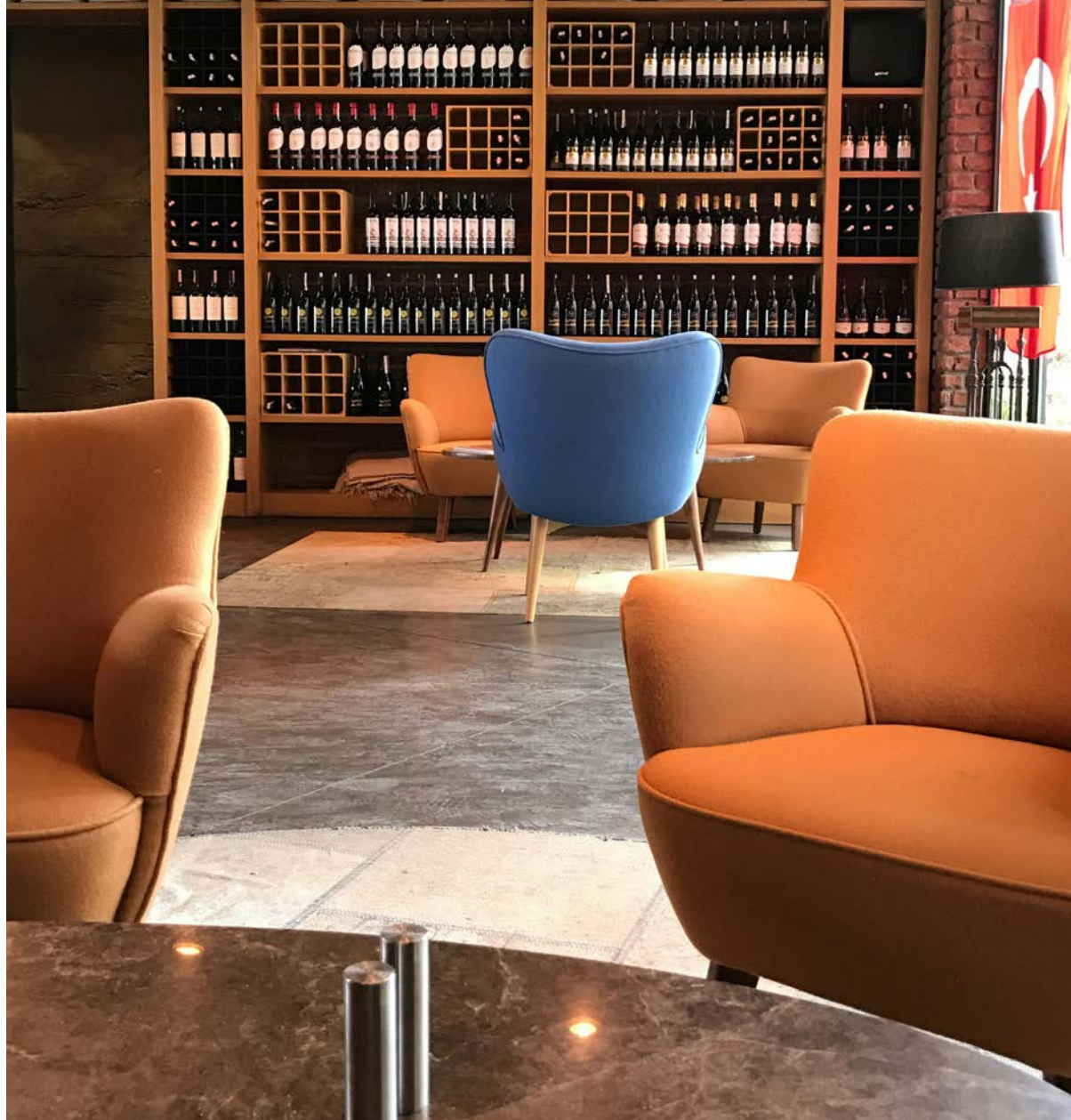
i stycznia, a serwowane dopiero po 5 miesiącach – na przełomie maja i czerwca. Mowa tu o piwowarskim skarbie Polski, czyli Porterze Bałtyckim – wylicza Bartosz Nowak z Brovarni Gdańsk.

Rzeszę fanów mają również inne nagradzane medalami piwa sezonowe, takie jak: Pszeniczne, Święteczne, Lager Wiedeński, Kożlak, IPA, czy Black IPA. Inaczej jest w Nowym Browarze Gdańskim.

- Podstawą naszej oferty są klasyczne piwa dolnej fermentacji - Bursztynowy Lager, Pils jednak nie zamykamy się jedynie w tradycyjnym piwowarstwie, czerpiemy z najnowszych światowych trendów oferując piwa w stylu IPA – mówi Kortas

Z koncernowym lagerem natomiast zupełnie zerwał AleBrowar, którego specjalnością są piwa górnej fermentacji. Był rok 2012, kiedy na półki trafił złoty set: Rowing Jack, LadyBlanche i Black Hope. Trójka, która ukształtowała obraz polskiego kraftu.

- Od samego startu piwa AleBrowaru zdobyły szeroką rzeszę sympatyków. Zdobywając uznanie piwnych znawców oraz zdobywając nagrody w licznych branżowych konkursach. W tym najbardziej prestiżowe przyznawane przez użytkowników portalu ratebeer.com dla najlepszego browaru z Polski w roku 2014 i 2015. Naszym sztandarowym piwem są piwa sownicie chmielone jak Rowing Jack, Crazy, Mike czy Lady Blanche. Ich wyjątkowość zaznacza przypisanie do danego stylu piwa jak IPA IIPA z wspianymi aromatami chmielu oraz innych dodatków, jak skórka curacao czy kolendra indyjska w stylu WITT – mówi Arkadiusz Wenta.



Trójmiejskie sklepy z winami

Europa górą

Okolo 60 sklepów z winami działa w Trójmieście. Obok typowych, mniejszych i większych, punktów sprzedaży oraz restauracji z bogatymi piwniczkami otwierają się różnego rodzaju koncepty winne czy wine bary, w których to wino gra pierwsze skrzypce. Najchętniej kupujemy wina ze średniej półki między 40, a 100 zł.

Nie jest łatwo o statystyki dotyczące branży winiarskiej, tym bardziej na Pomorzu. Według ogólnodostępnych zestawień firmowych wizytówek (trojmiasto.pl, winicjatywa.pl) działa u nas około 60 punktów sprzedających wino. Chodzi wyłącznie o sklepy dedykowane i specjalistyczne.

KRAJ Z WINNYM POTENCJAŁEM

Związek Pracodawców Polska Rada Winiarstwa nie posiada danych z podziałem na rejony, a sam rynek winiarski analizuje całłościowo. Według Prezesa Zarządu, Magdaleny Zielińskiej Polska uważana jest przez analityków jako jeden z najbardziej atrakcyjnych rynków wina, co potwierdzała sukcesywnie wzrastająca sprzedaż, która spowolniła w zeszłym roku.

- Traktujemy to jako zjawisko przejściowe. Wyraźny pesymizm konsumentów skutkował zahamowaniem obecnego od kilku lat trendu premiumizacji, co jest dość oczywistym efektem galopującej inflacji. W sklepach zdecydowanie częściej klienci sięgają po wina ze „średniej półki”. Zaciskają pasa i w pierwszej kolejności redukują wydatki na przyjemności – mówi Magdalena Zielińska. - Patrząc jednak perspektywnie, rynek wina w Polsce ma ciągle duży potencjał. Przeciętny Polak spożywa rocznie ok. 8 razy mniej wina niż Szwajcar czy Austriak. Jeśli pod uwagę weźmiemy kraje typowo winiarskie, jak Portugalia, Francja czy Włochy – różnica jest jeszcze większa. Co więcej, wino wpisuje się w aktualne trendy, jak na przykład rosnące zainteresowanie produktami o niższej zawartości alkoholu i ograniczanie spożycia „procentów”. Zauważa-

my, iż konsumenci podchodzą do napojów alkoholowych z coraz większą uważnością. Znaczenie ma degustacja, celebrowanie, komponowanie odpowiedniego trunku w posiłkach, uszlachetnianie codziennego życia. Który alkohol, jak nie wino, odpowie najlepiej na te potrzeby...?

WINNE OBLICZE TRÓJMIASTA

Trójmiasto zdaje się rozumieć ten trend. Punkty sprzedające wino są tu różnorodne. Znaczna grupa to po prostu sklepy alkoholowe, takie jak Vininowa, M&P czy Alko Spot, w których oprócz wina można kupić mocniejsze trunki, a także i cygara. Inny kierunek to delikatesy, gdzie winom towarzyszy oliwa (Sobrevino), a także ser i wędliny (Sapori del Sud), różnego rodzaju słodycze, kawy, herbaty (Los Vinos & Cafe), bądź też wszystko po trochu (Kultura Smaku Thelikatesy). Wino może być także dodatkiem do sprzedaży whisky (Dom Whisky) jako jedna z dostępnych, szerokich kategorii.

Klasyczne sklepy z winami wyróżniają się już samymi nazwami: Magia Wina, Winers, Centrum Wina, La Passion du vin, Wine Express, Winne Pola, Skład Wina i Lawendy, Winotodoba, Fine Wine, Winnica Winnic, Wytrawni, Skarbica Win, Festus Wine & Spirits, Winna Butla, Wine Spot, Foodwine czy Winoteka. Trzeba przyznać, że właścicielom nie brakuje zdolności słowotwórczych, a to tylko niektóre przykłady. Cześć z punktów bezpośrednio nawiązuje do rodzaju sprzedawanych win, a raczej krajów ich pochodzenia: Kaap Vino – południowa Afryka, Winotokaj – Węgry, czy po prostu Wina z Mołdawii.



Robert Mielżyński | Fot. Karol Kacperski



KUPIJ, DEGUSTUJ, POZNAWAJ

Niektóre punkty to połączenie sklepu z winebarem, w których nie tylko można zakupić wino, ale i poznać je lepiej, a na to coraz więcej osób ma chęć.

- Świadomość klienta cały czas rośnie. Związane jest to z częstszymi podróżami za granicę, gdzie próbujemy nowych smaków w postaci kuchni czy win. To sprawia, że również i my jako sklep musimy się rozwijać. Dlatego co jakiś czas uzupełniamy nasze portfolio nowymi etykietami z różnych zakątków świata. Również organizujemy cykliczne wydarzenia w postaci „Speed Tasting-ów” i „Akademii Wina”, podczas których nasi klienci mogą poszerzyć wiedzę, jak również spróbować nowych win – opowiada Michał Krypa, sommelier w Mielżyński Gdańsk.

Lokalnych koneserów pojawia się coraz więcej. - Uważam, że gusta klientów trójmiejskich mają się dobrze i jest sporo osób, które coraz częściej wybierają jakość zamiast ilości, co jest super. Potwierdzają to również liczne degustacje, które prowadzimy. Naszymi klientami są ludzie z praktycznie każdego segmentu, ale wynika to z dostosowania oferty. Jesteśmy otwarci na każdego klienta - podkreśla Grzegorz Billot z Wine Taste by Kamecki Gdańsk.

Spotkania, degustacje, i otwarty personel z pasją to klucz do dotarcia do klienta. - Zdecydowanie widać wzrost świadomości i wiedzy o winie. Dostrzegamy to podczas degustacji, które prowadzimy –

bilety dosłownie wyprzedają się w oka mgnienia, a klienci coraz chętniej odkrywają mniej znane regiony winiarskie i próbują nowych połączeń wina z jedzeniem. To właśnie oni namówili nas na organizację degustacji łączenia wina z typowym polskim jedzeniem świątecznym (sałatką warzywną czy rybą po grecku) czy nawet na połączenie wina z... czipsami (wyszło genialnie!) – wspomina Aleksandra Kurek sales&marketing manager w Skarbnicy Win.

Smakuj, odkrywaj, zestawiaj ...

Wino to naturalny towarzysz jedzenia nie od dziś. Jednak niektóre restauracje idą o krok dalej i bardziej podkreślają wagę tego aspektu. Winne Grono powstało w 2015 roku jako francuskie neo-bistro i lokalny importer win z Francji. Dzisiaj nie tylko kontynuuje tę tradycję, ale i odtwarza dawne receptury trunków w ramach Gdańskiej Wytwórni Historycznych Smaków.

Z kolei w Vinissimo Restaurant & Wine Bar (dawna Sztuczka Bistro) minimalistyczna kuchnia łączy się z szeroką selekcją win. Wśród tych ostatnich zdecydowane przeboje to w winach białych: Sauvignon Blanc z Marlborough, Riesling z Niemczech (Nahe, Mosel, Rheinhessen), Verdejo z Ruedy, a w czerwonych: Rioja Crianza, Ribera Del Duero Roble i Primitivo Salento.

- Przede wszystkim Goście chcą próbować i wychodzić ze swojej strefy komfortu. Nie kierują się ceną, a swoim gustem i tym, co im smakuje. Ale, jak widać ze statystyk, klasyka i mainstream spraw-

dzają się najlepiej – podsumowuje Łukasz Chwojnicki z Vinissimo.

...I PŁAĆ

Skoro o cenach mowa, trójmiejskie sklepy głównie sprzedają wina ze średniej półki, ale nie zamykają się bynajmniej na wyższą.

- Największa sprzedaż (szacując wg liczby sprzedanych butelek) dotyczy win ze średniej półki, bardzo przystępnych i uniwersalnych, jeśli chodzi o walory smakowe - są to butelki w cenach 54-65 zł oraz wina ekonomiczne za 29-42 zł. Te ostatnie są u nas naprawdę dobrej jakości, różnica pomiędzy takim winem od nas, a winem w podobnej cenie z marketu jest naprawdę wyczuwalna – mówi Lila Witkowska z Wine Express. - Nie specjalizujemy się w winach premium i nie mamy na stanie bardzo drogich etykiet po kilka czy kilkadziesiąt tysięcy złotych, jednak w naszym portfolio są etykiety droższe - najdroższa ze stałego portfolio kosztuje w tej chwili 1557 zł, sprzedajemy kilka skrzynek tego wina rocznie.

Budżet wydawany na wino zależy przede wszystkim od okazji. Zdecydowanie więcej wydajemy na prezenty niż na przyjemność dla siebie.

- Zakup wina w dużej mierze zależy od okazji. Te przeznaczone na prezenty i podarunki są zazwyczaj winami droższymi powyżej 100 zł, natomiast te kupowane na co dzień to butelki w okolicach 60 – 80 zł – przyznaje Aleksandra Kurek. - Najdroższymi etykietami, które sprzedaliśmy były wina ze słynnych francuskich châteaux - Château d'Yquem z apelacji Sauternes oraz Château Petrus z apelacji Pomerol. Za każdą z tych butelek trzeba liczyć ponad 10 tys. zł. Finalna cena zależy jeszcze dodatkowo od rocznika, więc niektóre butelki mogą naprawdę osiągać zawrotne kwoty.

Sklepy muszą więc być gotowe na różnych klientów oraz mieć bogatą i różnorodną ofertę.

- W naszym sklepie codziennie spotykamy się z klientami, którzy mają inne potrzeby. Jedni z nich szukają wina na co dzień



Fot. Sztuczka



Piotr Kamecki | Fot. Wine Taste

lub takiego, które po prostu będzie dla nich smaczne i wypiją je bez żadnej szczególnej okazji. Inni potrzebują wina na prezent lub do uroczystego obiadu, czy do pozostawienia na długie lata, by cieszyć się nim w przyszłości. Najważniejsze jest to, że w naszym sklepie posiadamy szeroki zakres win jakościowych na każdą kieszeń i każdą okazję – stwierdza Michał Krypa z Mielżyński Gdańsk. - Z racji wielkości naszego portfolio (ponad 700 etykiet), ilości wina (około 20 tys. butelek na stanie), kupują u nas wszyscy klienci. Najdroższe wino, które sprzedaliśmy to Château Palmer Medoc Margaux 2018 r. za 4125,00 zł.

Z EUROPY, ALE NIE TYLKO

Największą popularnością w Trójmieście cieszą się wina europejskie z Hiszpanii, Włoch, Niemiec i Francji. Dalsze kierunki to Nowa Zelandia (Marlborough) oraz USA (Kalifornia). Polscy klienci są coraz odważniejsi w poznawaniu nowych regionów i odmian.

- Nadal największą popularnością cieszą się wina z Europy – szczególnie z Włoch ze wskazaniem na południe (region Apulia) oraz północ (Wenecja Euganejska), z którego pochodzi Prosecco. Natomiast



wzrasta też zainteresowanie naszymi bliższymi sąsiadami, czyli Niemcami i ich regionami – Doliną Mozeli czy Palatynatem. Niezmienną popularnością cieszy się też hiszpański region Rioja, jak również wina musujące Cava. Klienci chętnie sięgają po wina spoza naszego kontynentu – Argentyny, Chile i Nowej Zelandii – podsumowuje Aleksandra Kurek.

- Nie przesadzę, jeśli napiszę, że posiadamy największą kolekcję win z Bordeaux, Burgundii i Szampanii w Polsce, czyli przewaga Francji, natomiast mamy też dobrze rozbudowaną ofertę win z Włoch, Hiszpanii, ale i Kalifornii – opowiada Grzegorz Billot. – Obecnie w Wine Taste by Kamecki Gdańsk oprócz sporej ilości win niedrogich, codziennych oferujemy również całkiem dużo win drogie. Ze względu na duże zróżnicowanie cenowe naszego asortymentu na półkach mamy wina absolutnie dla każdego.

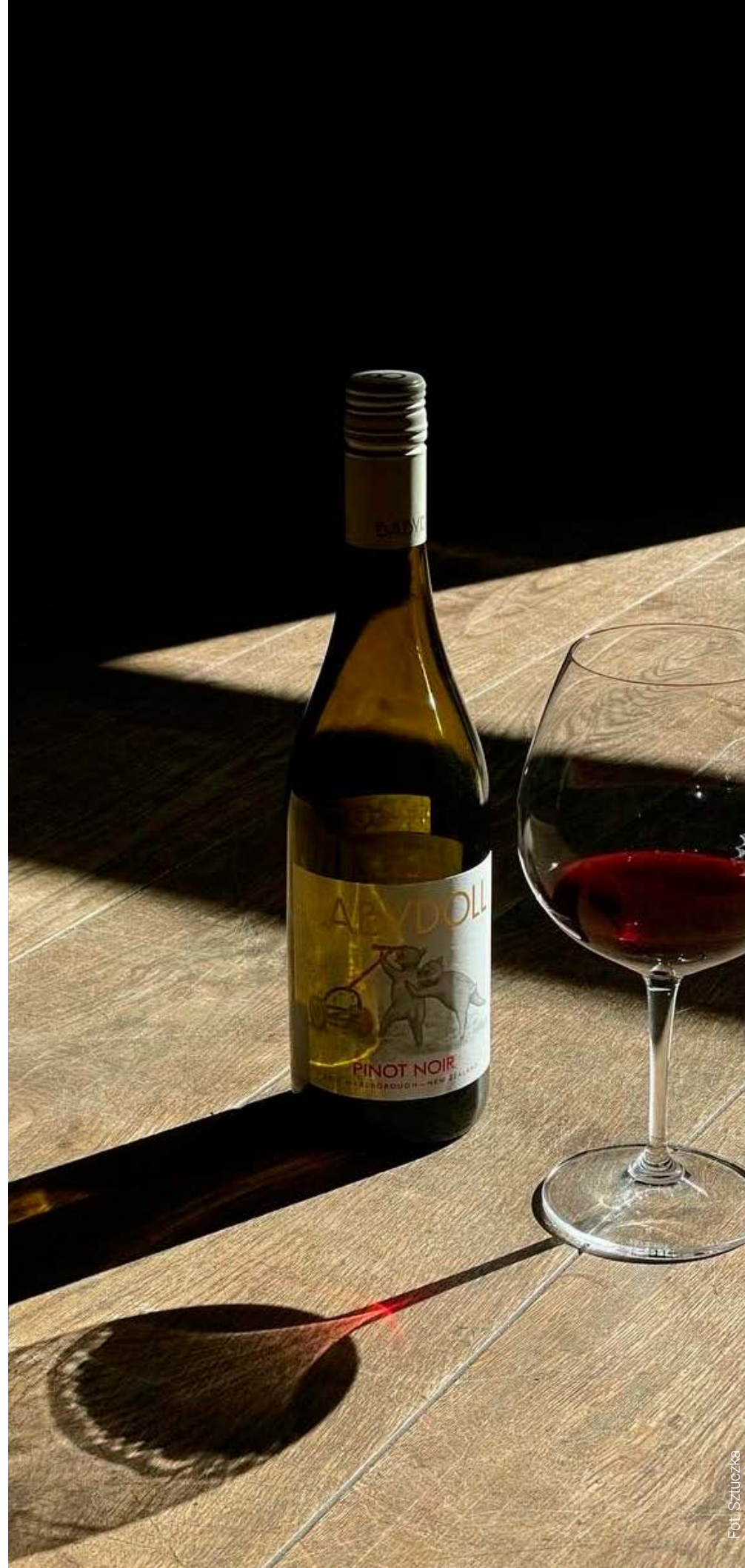
- Sprowadzamy wina z całego świata, ale odnoszę wrażenie, że nasi goście najbardziej lubią wina włoskie i hiszpańskie – ocenia z kolei Piotr Zastróżny CEO Festus Wine & Spirits. - Wszyscy podróżujemy, poznajemy nowe kraje i smaki. Im-

portujemy wina i prowadzimy salony winiarskie od prawie trzydziestu lat zatem, tak, jako Polacy wiemy o winach coraz więcej.

Z RODZIMYCH WINNIC

A ta wiedza procentuje - okazuje się, że także krajowa produkcja wina z roku na rok się rozwija i zaczyna przyciągać lokalnych klientów.

- „Polacy nie gęsi, iż swoje wino mają.” Od czasu wstąpienia przez Polskę do Unii Europejskiej, z każdym rokiem coraz więcej przybywa w naszym kraju winnic. Również z każdym rokiem tworzymy coraz lepsze wina. Obecnie Polscy winiarze tworzą białe i musujące wina na światowym poziomie. W szczególności temu drugiemu rodzajowi wina powinniśmy zwrócić większą uwagę. W naszym portfolio znajduje się obecnie pięć polskich winnic, które tworzą tylko i wyłącznie wina z winorośli właściwej, czyli Vitis Vinifera. Znajdziemy również cydry, giny, okowity czy miody pitne od polskich producentów – wylicza Michał Krypa.



Fot. Sztuczka

Polskie wino wkracza także do kart restauracyjnych i coraz więcej osób po nie sięga. Niemniej jednak jeszcze daleko od dominacji krajowej produkcji w wyborach trójmiejskich klientów.

- Obserwujemy ogromny wzrost zainteresowania polskim winem, bo naprawę jako kraj mamy się czym pochwalić – produkujemy wiele fantastycznych win i cały czas jest coś nowego do odkrycia! W Polsce mamy około 500 winnic, więc trudno już teraz znaleźć sklep, w którym kilku polskich butelek nie będzie – z tych mniejszych lub większych winnic. Coraz częściej możemy też w trójmiejskich restauracjach spotkać polskie wina w kartach win. Co prawda, w tej branży prym wiedzie południe Polski, ale do nas też powoli dociera polskie winiarstwo - przyznaje Aleksandra Kurek.

Z PROCENTAMI LUB BEZ

Rośnie w siłę także segment win bezalkoholowych. To efekt i większej świadomości konsekwencji spożywania alkoholu, ale i chęci znalezienia alternatywy dla niepijących gości. Tu najważniejszy jest sam proces dealkoholizacji – aby wino nie straciło swoich walorów smakowych, a jedynie procenty.

- Wina dealkoholizowane to bardzo szybko rozwijający się sektor naszego rynku. Coraz więcej osób chętnie sięga po nie – wręcz codziennie pośród sprzedawanych przez nas win znajdzie się kilka butelek tych bezalkoholowych. Nie jest łatwo o dobry bezalkoholowy produkt – prawda jest taka, że to alkohol jest nośnikiem smaku wina, a pozbywając się go bardzo często tracimy poczucie „winności”. Aby się nie zawieść na takiej butelce, szukajmy przede wszystkim win, które przeszły proces fermentacji alkoholowej, a w kolejnym etapie zostały pozbawione tego alkoholu. W innym przypadku trafimy po prostu na sok z winogron – radzi Aleksandra Kurek.

A, jeśli nie bezalkoholowe, to chociaż słabsze – taką tendencję na rynku polskim widzi Magdalena Zielińska. - Szczególnym zainteresowaniem cieszą się w ostatnim czasie wina lekkie - o niższej zawartości alkoholu, białe i różowe. Dominujące na rynku wina czerwone, stopniowo ustępują im miejsca. Spodziewamy się też, że ciągle będzie utrzymywała się moda na „bąbelki” – mam tu na myśli nie tylko prosecco, ale też inne rodzaje win musujących, m.in. cavę, asti czy szampany. Liczymy też na dobry rok dla cydru. Smakowe warianty, które pojawiły się na rynku, wyraźnie zainteresowały konsumentów i trafiły w ich gust. Wiele wskazuje na to, że ta kategoria będzie się dalej rozwijać – prognozuje Magdalena Zielińska.

Czas pokaże, czy to chwilowa moda czy długotrwały trend. - Z winem jest podobnie jak z modą czy muzyką. Możemy zaobserwować różnego rodzaju trendy. Nie tak dawno w modzie było picie mocnego z cukrem resztkowym i dżemowego Primitivo z Pugli, a obecnie pija się wina pomarańczowe, które często są tworzone zgodnie z ekologią, czy biodynamiką. Co przyniesie jutro? Przekonamy się o tym zapewne niebawem – konstatuje Michał Krypa.



Koktajlbary

Modne miejsce spotkań

AUTORKA: KATARZYNA LEPIANKA-GLUSZKIEWICZ

Koktajlbary zaskakują profesjonalizmem, ciekawym wystrojem, a przede wszystkim autorskimi drinkami. Zarówno te alkoholowe, jak i 0%, potrafią umilić każde spotkanie i przynieść nam nowe doświadczenia smakowe. Sprawdziliśmy, co oferują trójmiejskie koktajlbary.



Długie letnie wieczory napawają nową energią. Dodatkowo szukamy atrakcji: nowych smaków, ciekawych doświadczeń lub chwil ukojenia, tak, żeby się zregenerować. Znajdujemy to w spa, w kinie, w teatrze, na wystawie sztuki współczesnej, w restauracji lub w koktajlbarze. Te ostatnie, to miejsca, które zdecydowanie odbiegają swoją ofertą od klasycznych pubów, które służyć by miały tylko upojeniu wysokoprocentowymi trunkami. Koktajlbary, to miejsca, w których pracują pasjonaci, szkolący się w tym, jak komponować ze sobą smaki i potrafiący zaserwować taki drink, który nas pozytywnie zaskoczy.

Z PASJI DO KOKTAJLI

Winston to koktajlbar założony przez pasjonata dobrego smaku. Lokal znajdujący się na ulicy Długiej w Gdańsku przyciąga nietuzinkowymi połączeniami zamkniętymi w jednej szklance napoju. Spróbujemy tu np. Secret Garden - to koktajl w iście japońskim stylu: wódka ryżowa infuzowana zieloną herbatą. Dodatkowo japoński likier melonowy i likier z yuzu, odrobina limetki dla zachowania balansu, a całość zwieńczona jadalnym motylem. Koktajl ma przynieść gości na krótki spacer po japońskim ogrodzie, co bardzo dobrze obrazuje interaktywna podkładka z kwiatami i mchem. Zupełnie inne smaki znajdzie-



my w Avant – Garde: pistacje, śmietanka, orzechy włoskie. Zdecydowanym bestsellerem w koktajlbarze Winston jest Minimalism. Koktajl bazujący na rumie, likierze z bergamotki i mieszanke cytrusów. Całość klaryfikowana „mlekiem” owsianym. Cytrusowa bomba w każdym łyku.

Wśród propozycji bezalkoholowych widzimy: Floral Spritz - gin 0%, czarny bez, cytrusy, tonik. Poza tym Free London Mule - gin 0%, bezalkoholowe piwo imbirowe, limonka, a także: Vibrante - bezalkoholowy włoski aperitif, bezalkoholowe wino musujące, grejpfrut.

White Marlin w Sopocie kojarzą prawie wszyscy, a ilość zaserwowanych tutaj Aperol Spritz z widokiem na morze jest imponująca. Od wakacji, pojawił się kolejny White Marlin, w samym centrum Gdańska, na ul. Chmielnej. Eleganckie wnętrza w stylu boho chic są idealnym miejscem na wieczorne wyjście, weekendową imprezę czy randkę. W White Marlinie nie tylko wypijecie drinka, ale również spróbujecie pysznych dań przygotowanych przez uznanego szefa kuchni, Pawła Stawickiego. Połączenie smacznej kolacji z delikatnym koktajlem: brzmi jak plan na niezapomniany wieczór.

ELEGANCKO CZY Z WIDOKIEM?

Eleganckie spotkanie, rocznica ślubu, a może inny powód do świętowania? Jeśli szukacie wyjątkowego miejsca na wieczorny koktajl, to z pewnością warto wybrać się do Hotelu Sofitel Grand Sopot, gdzie znajduje się Le Bar. Nie musicie zostawać na noc, choć możecie, żeby skorzystać z restauracji i koktajlbaru, którego wystroj sprawi, że poczujecie się jak bohaterowie jednego z amerykańskich filmów. Elegancko, a jednocześnie swobodnie – tak jest w Le Bar. Oprócz klasyków wykonanych na najwyższej jakości składnikach, znajdują się w karcie również koktajle autorskie. The Weekend: Gin Malfy Bloody Orange, róża, brzoskwinia, mięta, cukier, limonka, albo Fidel Castro: Rum Havana 7 y.o., wiśnia, kawa,

ocet balsamiczny, cytrusy, cynamon, dym z cygara. Wśród propozycji bezalkoholowych pojawia się Mango Mule – na bazie piwa imbirowego oraz Apple Mint Ice Tea – herbata zielona, jabłko, mięta i limonka.

Drink z widokiem na całe Trójmiasto? Treinta y Tres to kulinarna podróż przez wiele regionów Hiszpanii w towarzystwie niezapomnianego widoku 140 metrów nad ziemią. Jedną z kluczowych części restauracji jest wyjątkowy bar, czekający na gości na wejściu na 33. kondygnację Olivia Star, w którym spróbować można koktajli inspirowanych najwyższymi budynkami świata. Ich sposób podania jest równie intrygujący, co połączenia smaków w nich zawarte. Jest to z pewnością koktajlbar na światowym, najwyższym (nomen omen) poziomie.



Fot. Grand Hotel



Zestaw do whisky – Waterford

Szkło z charakterem

AUTORKA: KATARZYNA LEPIANKA-GLUSZKIEWICZ

Nie tylko to, co pijemy ma znaczenie, ale również to z czego pijemy.

Są koneserzy zarówno alkoholi jak i szkła, które zdobi stoły, bary, wzbogaca restauracyjne zastawy i sprawia, że degustacja alkoholu jest przyjemna i estetyczna. Ekskluzywne marki produkujące szkło starają się zaspokoić gusta coraz bardziej wymagających klientów. Jak nazywał się znany z filmów kieliszek do szampana i jaka jest najbardziej znana w Polsce szklanka do wódki? Dowiedziecie się z tego artykułu.

Dlaczego szkło, z którego spożywamy alkohol ma znaczenie? Jednym z powodów są z pewnością walory estetyczne. Gdy próbujemy wyjątkowy alkohol, chcemy, żeby jego oprawa również była wyjątkowa. Szkło, z którego wykonane są kieliszki do alkoholu premium, może mieć elegancki design i wygląd, który dodaje charakteru podawanemu napojowi. Estetyczny wygląd kieliszka może także wpływać na doznania wizualne. Ponadto szkło o odpowiedniej jakości zapewnia czystość smaku alkoholu, pozwalając w pełni docenić jego aromat, nuty i charakter. Szkło może poprawić doświadczenia degustacyjne alkoholu. Jest ozdobą i potrafi wzbudzić wiele emocji, zwłaszcza wśród koneserów.

HISTORIA JEDNEJ „LITERATKI”

Literatka, czyli mała szklanka, która kiedyś przeznaczona była głównie do picia wódki, to jedno z popularniejszych naczyń, które można znaleźć w polskich kuchniach. Nic dziwnego – sprawdza się nie tylko podczas spotkań towarzyskich, ale jest też praktycznym szkłem codziennego użytku. Jaka jest jej historia? Wraz z rozwojem hut i rękodzieła szklanego, w XVIII wieku, w polskich domach pojawiły się właśnie szklane kieliszki na nóżkach. Bogato zdobione naczynia przypominały te, z których

dziś, obok wódki, pija się również nalewki i likiery. W tym czasie wódka była już popularna w karczmach, w których pito ten trunk z „karczmiaków”, czyli topornych, kanciastych szklanych kieliszkach – również na nóżkach, zapobiegających ogrzewaniu się płynu przez ciepło dłoni – były trudne do stłuczenia i tanie. Nie posiadały zazwyczaj żadnych zdobiei. Sto lat później zaczęto w Europie i w Polsce produkować naczynia do wódki bez nóżek: bardziej przypominające dzisiejsze szklanki literatki, a także „stopki”, czyli kieliszki z grubym dnem. Również charakteryzowały się odpornością na stłuczenia, a ich konstrukcja miała spowalniać ogrzewanie alkoholu przez dłonie. Pierwotna niemiecka nazwa literatki – „ein achtel Liter”, czyli „1/8 litra”, wprost określała, że naczynie powinno mieć 125 ml. Obecnie spotkać się można z literatkami o różnych pojemnościach pomiędzy 100, a 150 ml.

WIELKOŚĆ MA ZNACZENIE

Podobnie jak literatki, również kieliszki do wódki zmieniały swoje pojemności. Dziś także mamy szeroki wybór i pojawia się pytanie: czy wielkość ma znaczenie? Oczywiście są względy związane z wydobywaniem się smaku i aromatu danego alkoholu, kultury podawania (np. wina nalewamy 1/3 kieliszka), ale są też



Zbigniew Cybulski i literatki do wódki



Koniak Remy Martin – kieliszki Louis XIII

Fot. Karol Kacperski



kwestie związane z wielkością szkła, z którego pijemy, nad którymi mało kto rozmyśla. Otóż z badań naukowców wynika, że kształt szkła, z którego pijemy, przekłada się na ilość wypijanego alkoholu. Wolniej pijemy z naczyń o prostych, pionowych ściankach, natomiast szybciej i więcej z naczyń o ściankach zaokrąglonych. Znaczenie mają też oznaczenia pojemności szklanek. Jeśli na ściance widać zaznaczoną linię z napisem np. 0,5 l, przeciętny człowiek opróżni szklankę wolniej niż zrobiłby to w przypadku naczynia bez oznaczeń. Przeprowadzono eksperyment, który pokazał, że opróżnienie kufła piwa z oznacze-

niem pojemności zajmowało przeciętnie dziesięć i pół minuty, podczas gdy opróżnienie kufła nieoznaczonego zajmowało już tylko dziewięć minut.

SZKŁO Z NAJWYŻSZEJ PÓŁKI

Kieliszki, szklanki, pokale i kufle – szkło dedykowane do alkoholu występuje pod różnymi formami, różniącymi się kształtem i właściwościami. Choć kupowanie szkła specjalnie do określonego rodzaju alkoholu niektórzy uznają za fanaberię, kolekcjonerów szkła stołowego nie brakuje. Istnieje wiele

ekskluzywnych i designerskich naczyń do alkoholi dostępnych na rynku. Jednym z najbardziej znanych jest kryształowy kieliszek marki "Louis XIII" produkowany przez markę Remy Martin. Kieliszki te są ręcznie wykonane z najlepszego kryształu i są uważane za jedno z najbardziej ekskluzywnych na świecie. Ich oryginalny design i wysoka jakość sprawiają, że są bardzo pożądane przez kolekcjonerów i miłośników luksusowych trunków.

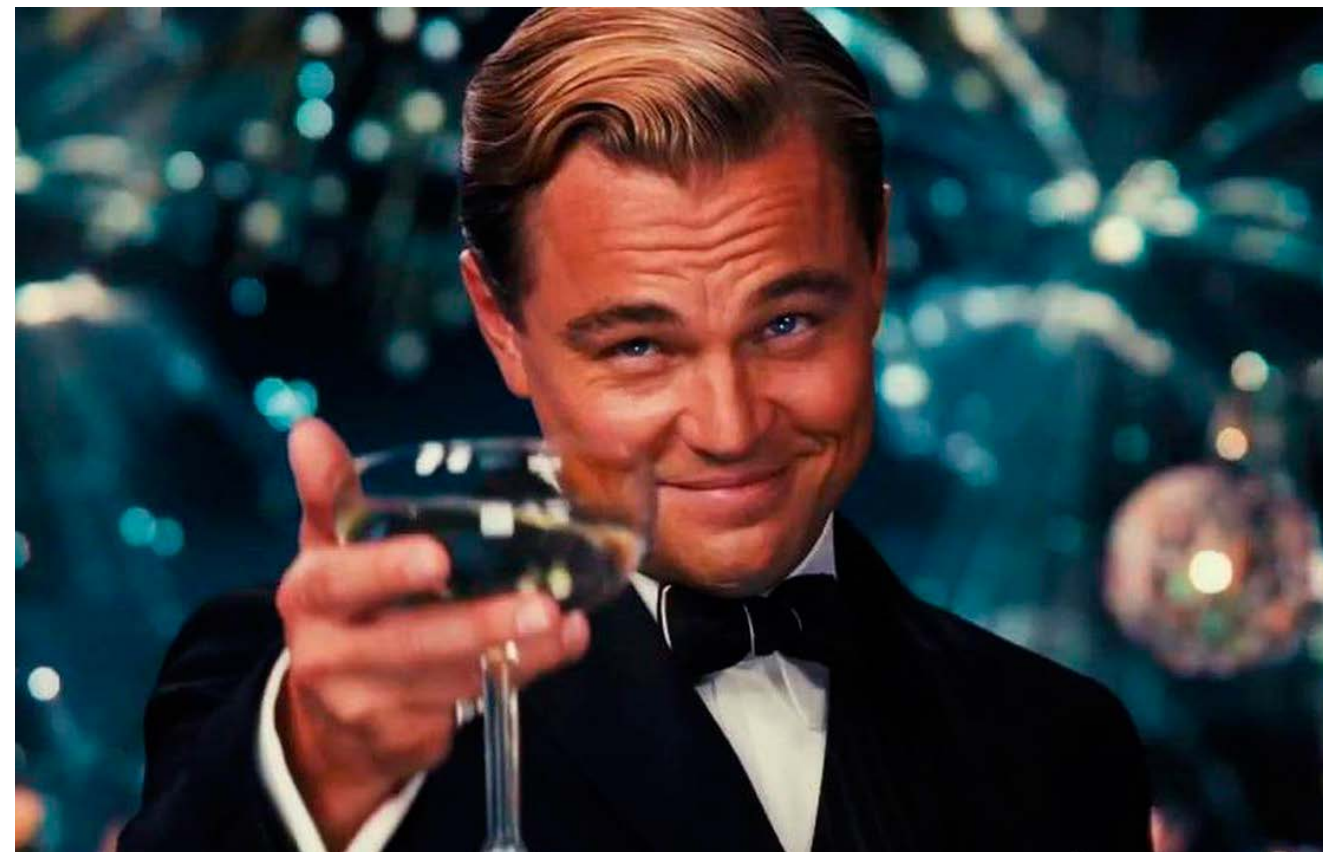
Baccarat to renomowana francuska marka szkła słynąca z wysokiej jakości kryształowych wyrobów, w tym kieliszków do whisky i brandy. Ich eleganckie i luksusowe kieliszki są często wybierane przez koneserów alkoholi. Inną uznaną marką są kieliszki do whisky marki Waterford Crystal. To kolejna, światowej klasy firma, produkująca luksusowe wyroby ze szkła kryształowego. Ich kieliszki do whisky są znane z doskonałej jakości wykonania i pięknego wzornictwa, które podkreśla smak i aromat trunku.

CZARKA DO SZAMPANA

Kieliszki do szampana, z których obecnie korzystamy są smukłe i wysokie, z jak najwęższą czarką. Dlaczego? Dlatego, że szampana się pije, a nie węża i dzięki mniejszej powierzchni wystawionej na kontakt z powietrzem szampan dłużej zachowuje bąbelki i walory smakowe. Mimo to, przez całe wieki pito szampana z kieliszków o dokładnie przeciwnym wyglądzie - niskich,

płytkich, za to bardzo szerokich, tzw. coupes (czarkach). Coupe – długi kieliszek o płaskim wierzchołku, potocznie nazywany także „spodkiem”. Strukturalnie jest mniej kanciasty od typowego kieliszka do Martini, posiada szerokie dno, które doskonale sprawdza się zarówno w przypadku szampana, jak i koktajli.

Swoje początki ma w Anglii – gdzie został zaprojektowany w XVII wieku przez brata z Zakonu Benedyktynów. Istnieje jednak stara francuska opowieść, która głosi, że kieliszek w rzeczywistości był wzorowany na piersi Marii Antoniny. Kieliszek pozostawał popularny we Francji i innych winiarskich częściach Europy przez prawie trzysta lat – zanim w drugiej połowie XX wieku ustąpił miejsca nowszym modelom. Coupe za-domowiło się w świadomości Amerykanów w latach dwudziestych XX wieku, stając się ulubionym szkłem zarówno gwiazd, jak i magnatów biznesu. Popularność ta utrzymywała się przez dziesięciolecia, a jej znaczenie w filmach fabularnych przyniosło jeszcze większą rozpoznawalność. Coupe pojawiło się w ważnych filmach, takich jak: Casablanca i Wielki Gatsby (kultowe zdjęcie Leonarda DiCaprio). Jednak moda zaczęła się kończyć w latach 80-tych, kiedy kieliszek fletowy stał się najważniejszym naczyniem do szampana. Barmani wymyślili nowe zastosowanie dla coupe: kieliszek koktajlowy. Kształt coupe pozwala na ciekawe podanie alkoholu. To, co kiedyś było kieliszkiem przeznaczonym wyłącznie do szampana, teraz najczęściej widzimy z podanym wewnątrz autorskim drinkiem.





Hendrick's Grand Cabaret

Ekstrawagancja w ginowej odsłonie

Hendrick's zaprezentował nową limitowaną edycję ginu Grand Cabaret z Gabinetu Osobliwości Mistrzynie Destylacji Pani Lesley Gracie. To szczególne miejsce, w którym sama Lesley od 2019 roku eksperymentuje i tworzy innowacyjne odmiany ginu Hendrick's. Wariant, dedykowany marzycielom i artystycznym duszom, jest inspirowany klasycznym owocowym trunkiem, który był uwielbiany w Paryżu na początku XX wieku.

Hendrick's Grand Cabaret wyróżnia się bogatym wachlarzem wyrazistych smaków. Został stworzony z myślą o tych poszukujących zmysłowego, a zarazem orzeźwiającego smaku podczas żywiołowych spotkań. Ta wyjątkowa edycja jest największą premierą z całej serii Gabinetu Osobliwości Hendrick's i jest dostępna w ponad 50 krajach na całym świecie. W poprzednich latach ze swoimi limitowanymi smakami Hendrick's obecny był w Polsce z Hendrick's Flora Adora oraz Hendrick's Neptunia. Każdy wariant z Gabinetu Osobliwości stworzony jest na bazie głównej receptury Hendrick'sa i oferuje eksplorowanie różnych kierunków smakowych. Dzięki temu daje szansę na odkrycie marki na nowo, nie zapominając o jej charakterze.

Mistrzynie Destylacji marki Hendrick's, Lesley Gracie, mówi: „W mojej pracy zawsze szukam dodatkowych inspiracji. Tym razem znalazłam je, przeglądając historyczne receptury na destylaty z owoców pestkowych, takie jak eaux de vie, sznaps brzoskwinowy, likiery wiśniowe i inne, uwielbiane przez tych, którzy kochali bawić się i świętować w wielkim stylu w Paryżu na początku XX wieku. W trakcie moich eksperymentów odkryłam, że gdy połączysz różne smaki owoców pestkowych, uzyskasz bogaty, wyrazisty, ale wciąż lekki smak. Dodałam również słodkie zioła, aby wzmocnić intensywność owoców. Był to pierwszy raz, kiedy eksperymentowałam z owocami pestkowymi w Hendrick's Gin. Pokochałam efekt, jaki one

dodają - głębokość smaku przy jednoczesnym zachowaniu charakterystycznej orzeźwiającej lekkości Hendrick's”.

Ally Martin, Globalny Ambasador Marki Hendrick's, dodaje: „Fascynujące jest zagłębianie się w historię koktajli i odkrywanie, jakie kombinacje smakowe inspirowały kreatywne umysły w Paryżu na przełomie XX wieku. Wydaje się, że smaki owoców pestkowych, zapach róży i gin były magicznym połączeniem w najbardziej wykwintnych miejscach, a kto dzisiaj umie lepiej połączyć te smaki, tworząc owocowy gin niż nasza Mistrzynie Destylacji i alchemik, Lesley Gracie”.

„To wyrazisty gin o bogatej głębi smaku i wielu warstwach aromatu, a jednocześnie orzeźwiający i lekki – idealny w połączeniu z tonikiem. Jeśli jednak poszukujecie czegoś bardziej spektakularnego, Hendrick's Grand Cabaret Royale to koktajl, którym można celebrować najważniejsze okazje. Połącz Hendrick's Grand Cabaret, sok żurawinowy, sok z limonki i odrobinę syropu cukrowego. Dla dodatkowego efektu koktajl wykończ szampanem lub winem musującym”.

Hendrick's Grand Cabaret prezentuje się w luksusowym odcieniu fioleto, w charakterystycznej, ciemnej butelce marki. Zdobia ją eklektyczne ikony, w tym niesamowity żyrandol – nawiązanie do ekstrawaganckich spotkań, które były inspiracją do stworzenia tego ginu.



W krainie zielonej wróżki

AUTOR: MICHAŁ STANKIEWICZ

Absynt, zwany zieloną wróżką. Jeżeli nie najsłynniejszy trunek Europy, to z pewnością jeden z najbardziej tajemniczych. W XIX wieku zawładnął europejską bohemą, głównie we Francji. Pili go m.in. van Gogh i Picasso. Na początku XX wieku w wielu krajach trafił na czarną listę, by dopiero dwie dekady temu powoli wracać do łask.

Butelki z napojem o zielonej barwie już z daleka można rozpoznać na sklepowych półkach. Intensywny kolor, oryginalna etykieta, niekiedy z wizerunkiem wróżki, diabła lub innych istot. Napis „Absinth” lub „Absynthion”, dość z często dodatkowymi wyrazami (np. „mystical”, „red devil”, „boheme”, „tabu”, „le diable”, „Mr Jekyll”, „cannabis”), a poniżej wybijająca się liczba oznaczająca stężenie alkoholu, dużo większe niż zwykłej wódki.

Chyba każdemu robiącemu zakupy w dużych marketach z alkoholem natknął się absynt. Wciąż jednak mało kto decyduje się na zakup, bo dla większości wciąż stanowi tajemnicę. Może to i dobrze, bo zanim zaczniemy swoją przygodę z tym szlachetnym i wyjątkowym trunkiem warto nieco go poznać. Tym bardziej, że nie każdy absynt jaki znajdziemy na sklepowej półce można uznać za rzeczywiście w pełni prawdziwy.

ZIOŁA PODLANE WÓDKĄ

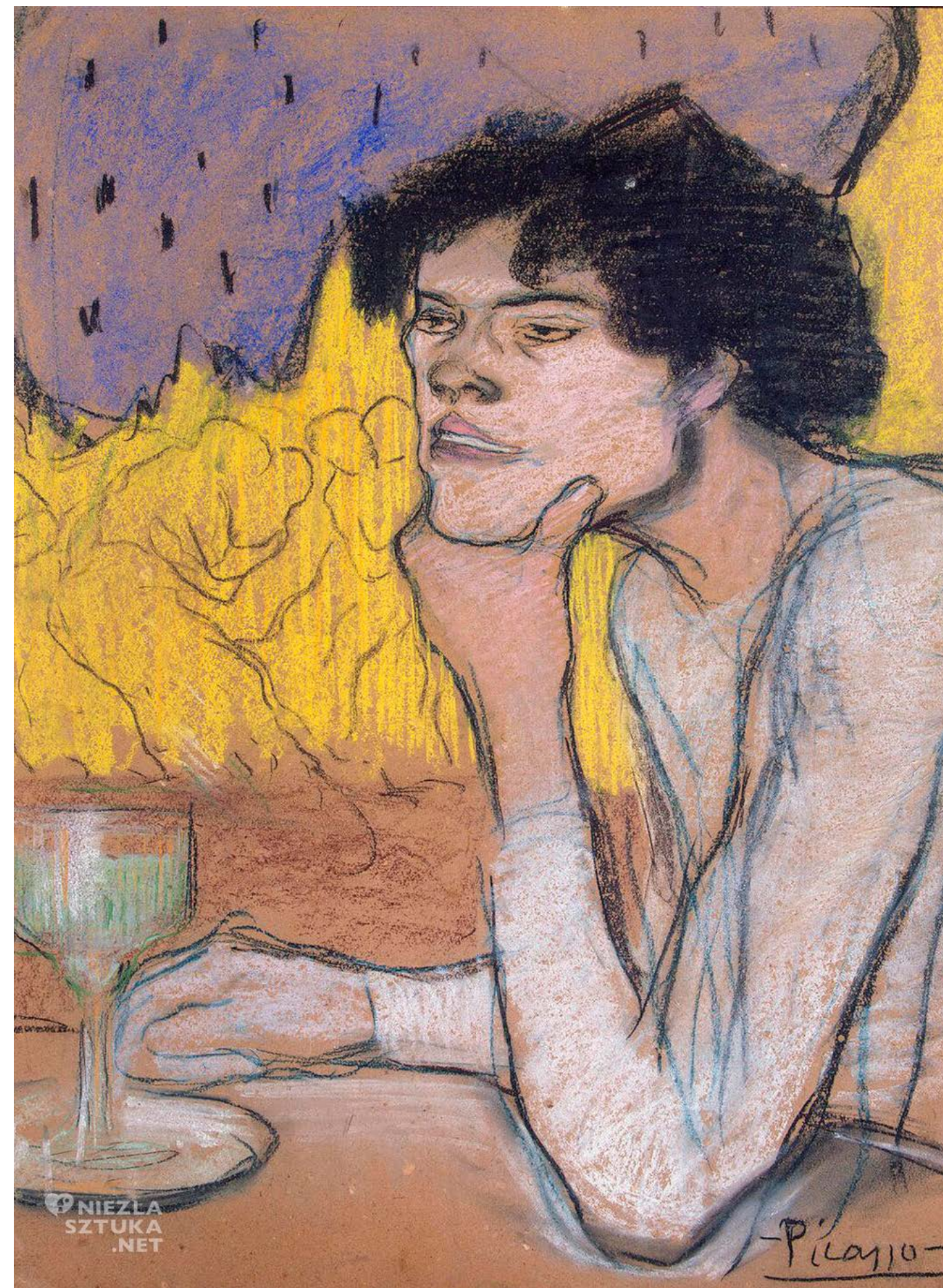
Czym jest więc absynt? To bardzo mocna wódka, najczęściej ze stężeniem alkoholu w granicach 55 do 70%. Choć zdarzają się i mocniejsze. Jednak nie stężenie alkoholu jest wyróżnikiem absyntu, ale zioła. To właśnie dzięki moczeniu w ziołach, czyli maceracji absynt uzyskuje charakterystyczny, lekko zielony lub zielono żółty kolor. Najważniejsze z nich to anyż, koper włoski i piołun. To one nadają ton i smak. Potem tatarak, kolendra, przetacznik, jałowiec, dzięgiel czy hysop. I inne. Król jest jednak tylko jeden, czyli piołun, który w języku łacińskim,

a więc stosowanym w medycynie i farmakologii nazywa się „Artemisia absinthium”. Od nieczego pochodzi więc nazwa absynt. Piołun jest krzewem, który występuje w Ameryce, Azji i Europie (także w Polsce). I tutaj dochodzimy do sedna. Jednym ze składników piołunu jest tujon. To związek chemiczny, który w większych dawkach wywołuje wzmożoną czynność kory mózgowej. To właśnie on stanowi o istocie absyntu.

Absynt od samego początku był więc alkoholem wyjątkowym pod względem stanów jakie po spożyciu mogli osiągać jego miłośnicy. Gdyby pokusić się o jak najprostsze porównanie, oddające choć trochę jego właściwości to najlepiej wyobrazić sobie połączenie mocnego alkoholu z paleniem marihuany. To oczywiście duży skrót, niemniej absynt był ucieczką od rzeczywistości, szczególnie dla artystów. W dużych ilościach pili go m.in. Pablo Picasso, Oscar Wilde, Vincent Van Gogh, Charles Baudelaire, Ernest Hemingway, Henri de Toulouse-Lautrec, czyli wielcy epoki. Z jednej strony pomagał w działaniach twórczych, z drugiej uzależniał.

WYNALAZEK SZWAJCARSKO – FRANCUSKI

Pierwszy absynt powstał w XVIII wieku. Już sama nazwa pochodzenia łacińskiego zdradza nam, że powstał jako lekarstwo. Zresztą jak większość alkoholi, które tworzyli lekarze i farmaceuci. W większości źródeł za twórcę podaje się Pierre’a Ordinaire. Ten francuski lekarz miał stworzyć absynt



Pablo Picasso, Absynt

Fakty i mity o absyncie

ABSYNT MUSI BYĆ ZIELONY

Nie. Choć najczęściej jest zielony i właśnie z tym kolorem jest kojarzony, to nie jest jego wyznacznikiem. Wykwitnte i klasyczne absynty z Francji są też w kolorach słomkowych, żółtawych, a nawet białych.

IM MOCNIEJSZY TYM LEPSZY

Niekoniecznie. Najwięcej absyntów mieści się w przedziale 55 do 70%. Zdarzają się słabsze, bo mające 50%, a także i mocniejsze o stężeniu 80%. Jednak nie moc czyni jest najważniejszym elementem, ale metoda wytwarzania, dobór ziół, a przede wszystkim zawartość tujonu. To on definiuje absynt. Mając więc do wyboru bardzo mocny destylat ze śladową ilością tujonu lub nieco słabszy, ale z maksymalną, dopuszczalną ilością zioła lepiej wybrać ten drugi.

KAŻDY ABSYNT TO ABSYNT

Niekoniecznie. Na rynku jest wiele alkoholi mających w nazwie absynt lub absynthion, ale nie każdy jest prawdziwym absyntem. Wiele z nich, szczególnie te mocne, bardzo zielone i stosunkowo niedrogie to po prostu mocne wódki anyżowe barwione na zielono. Stąd przy wyborze absyntu warto uważnie przeczytać etykietę szukając informacji o zawartości tujonu lub sprawdzić informacje i opinie na specjalistycznych stronach. Z reguły te najlepsze, prawdziwe absynty nie powinny kosztować nie mniej niż 100 zł.

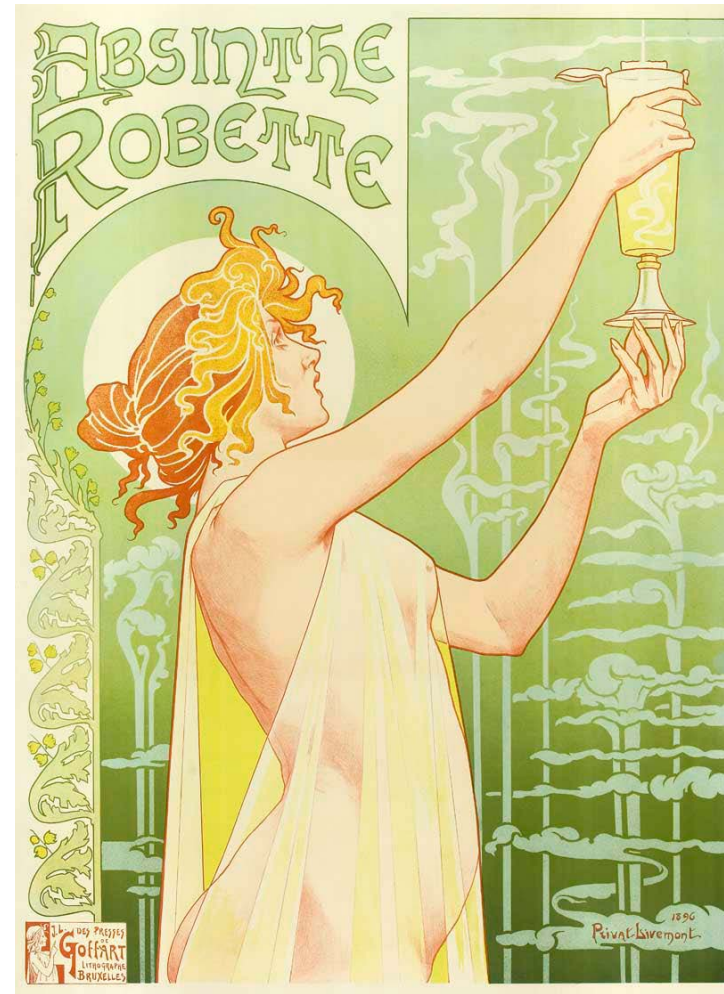
ABSYNT JEST NIEBEZPIECZNY

Nie. I tak. Jak mawiał ojciec aptekarstwa Paracelsus „Wszystko jest trucizną i nic nie jest trucizną, bo tylko dawka czyni trucizną”. W przypadku absyntu jak i innych alkoholi decyduje kwestia ilości. Zła sława jaką nabawił się w XIX wieku wynikała z kilku powodów, głównie pogarszaniu się jakości absyntów poprzez dodawanie innych i jednocześnie szkodliwych substancji oraz nadmiernego spożycia. Stąd wszelkie zbrodnie popełnione w upojeniu alkoholowym przypisywano absyntowi, z czego skwapliwie korzystali producenci win, zagrożeni wzrastającą konkurencją. Legendy odniosły skutek. Absynt zdelegalizowano, by dopiero pod koniec XX wieku go zrehabilitować. Obecne przepisy nie pozwalają na przekroczenie 10 mg tujony na 1 l przy alkoholach powyżej 25% i 35 mg w alkoholach spełniających normę wódki gorzkiej.

JAK ABSYNT TO CZESKI

Nie. W XIX wieku absynt stał się popularny w Czechach, głównie w Pradze. Tam też go produkowano, skąd trafiał do Polski. Co ważne, w przeciwieństwie do wielu krajów Europy Zachodniej nie został tam zdelegalizowany. Stąd w Polsce hasło absynt mocno kojarzone jest z Czechami. Tymczasem absynt powstał w Szwajcarii, a za jego ojczyznę z racji powszechności spożywania w XIX wieku uznaje się Francję.

Plakat Absynt Robette, aut. Henri Privat-Livemont



w 1792 roku w szwajcarskim Val de Travers. Wg innych źródeł robiły go już w 1769 roku dwie znachorki, siostry Marie Louise i Marguerite Henriette Henriod. Tak, czy siak pierwszą przemysłową destylarnię w 1797 założył Francuz, major Daniel-Henri Dubied wraz ze swoim synem Marcelinem i szwagrem Henrym-Louisem Pernodem.

Zielony trunek rozpoczął swoją wielką kampanię. W XIX wieku popularność trunku niezmiennie rosła, szczególnie po tym jak armia francuska zaczęła dostawać go jako środek przeciwgorączkowy podczas wojny w Algierii w 1840 roku. Wracający z frontu żołnierze, przyzwyczajeni do absyntu rozpowszchniali nowy trunek. Był tak popularny, że we Francji w lokalach godzinę piątą po popołudniu zaczęto nazywać "l'Heure Verte", czyli zieloną godziną. Absynt rozlał się po Europie, głównie krajach monarchii austro – węgierskiej. Szacuje się, że w samej Francji spożycie absyntu na przełomie XIX i XX wieku wzrosło piętnastokrotnie w przeliczeniu na jednego mieszkańca.

W drugiej połowie XIX wieku absynt wyparł drożące wino. Lobby winiarskie, a także organizacje antyalkoholowe rozpoczęły wielką krucjatę przypisując absyntowi wszelkie zło. Niestety do złej sławy przyczynił się nie tyle co prawdziwy absynt, ale te podłej jako-

ści, gdzie zamiast ziół - dla obniżenia ceny dodawano siarczan miedzi lub trujący chlorek antymonu. Finałem krucjaty było morderstwo w 1905 roku w Szwajcarii. Jean Lanfray po wypiciu absyntu zastrzelił ciężarną żonę, dwójkę dzieci i potem siebie. Liga antyalkoholowa nazwała zbrodnię "Absyntowym morderstwem". To, że tego samego dnia Lanfray wypił także duże ilości innych alkoholi nie było już istotne. Absynt zdelegalizowano: w 1905 roku w Belgii, w 1910 w Szwajcarii, 1912 w USA, w 1915 we Francji. Nie zrobiono tego jednak w Hiszpanii, Portugalii czy Czechach. Tam przeniosła się więc produkcja, a w krajach, gdzie był nielegalny zeszła do podziemia.

MUSI BYĆ TUJON

Musiał minąć wiek, by absynt doczekał się rehabilitacji. Od końca lat 80. XX wieku europejskie państwa, przede wszystkim Francja, zaczęły zmieniać opinię i prawodawstwo. Wraz z pojawieniem się Unii Europejskiej wprowadzono ogólne przepisy dla krajów członkowskich. I najważniejsze ograniczenie - stężenie tujonu nie może przekroczyć 10 mg na kilogram dla alkoholi powyżej 25% i 35 mg na kilogram dla alkoholi spełniających normy dla gorzkich wódek. Unijne przepisy pozwoliły jednak każdemu państwu na samodzielną regulację produkcji i sprzedaży. Stąd są między nimi różnice.

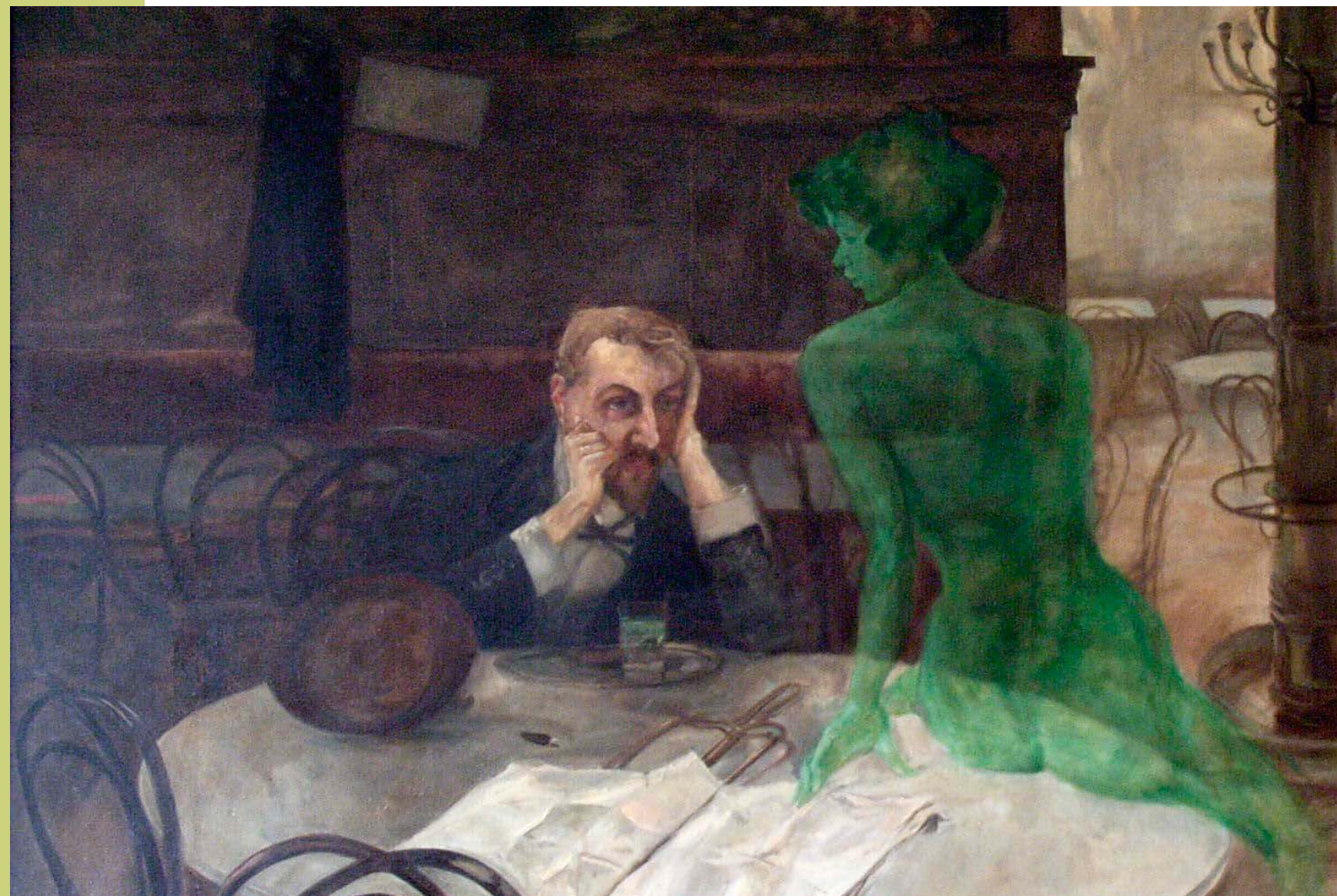


Vincent van Gogh, Kawiarniany stolik z absyntem | 1887. Van Gogh Museum, Amsterdam

W służbie sztuki

Absynt, z racji swoich właściwości zrobił wielką karierę w kręgach artystycznych, stając się symbolem XIX wiecznej bohemy. Jego wielkim amatorem był Henri de Toulouse-Lautrec, francuski malarz i grafik, przedstawiciel postimpresjonizmu. W żargonie XIX wiecznej Francji absynt nazywano „perroquet” (papugą), stąd Toulouse – Lautrec mawiał, że lubi o zmroku „étouffer un perroquet”, co znaczyło „udusić papugę”. Miał nawet specjalną laskę z fiolką i szklaneczką, dzięki temu mógł w każdym momencie napić się ulubionego trunku. Jak opisują Martyna Orzeszna i Małgorzata Gutowska – Adamczyk w Isiążce „Paryż belle époque. Sekrety miasta” poił absyntem oswojonego kormorana, ciesząc się, że alkohol smakuje ptakowi. Dzięki niemu miłośnikiem absyntu stał się m.in. Vincent van Gogh.

Lista znanych postaci pijących absynt jest znacznie dłuższa, to m.in. Pablo Picasso, Paul Verlaine, Oscar Wilde, Ernest Hemingway, James Joyce, Charles Baudelaire, Marcel Proust, Lord Byron, Arthur Rimbaud, Mark Twain, a nawet Franklin Delano Roosevelt.



Viktor Oliva, Pijak absyntu - Cafe Slavia, Praga, Czechy

Rytuał wody kontra rytuał ognia

Klasyczny sposób podawania absyntu to połączenie go z wodą (proporcje 1 do 3 albo do 5) i kostką cku. Istnieją jednak różnice w metodach łączenia tych składników. Najprostszy to rytuał wody. Do kieliszka wlewamy absynt, kładziemy na nim łyżeczkę z dziurkami, a na niej kostkę cukru przez którą przelewamy bardzo zimną wodę. Gdy cukier się rozpuści można zamieszać kieliszek łyżeczką. Przy większej liczbie kieliszków nie trzeba tego robić ręcznie, ale przy użyciu tzw. fontanny. To szklane naczynie, przypominające nieco wazon na nóżce. Po jego bokach znajdują się kraniki (2 albo 4). Wlewamy do niego zimną wodę, można z kostkami lodu. Pod kraniki podstawiamy kieliszki z absyntem, każdy z łyżeczką z ckiem. Pod ich odkręceniu woda sączy się na cukier. Użycie fontanny nie tylko ułatwia serwowanie, ale czyni go atrakcyjnym.

Jest też metoda z podpaleniem, zwana rytuałem ognia. Odwrotna, bo przez kostkę na łyżeczce przelewamy najpierw absynt. Nasiąkniętą alkoholem kostkę podpalamy i czekamy do jej wypalenia. Dopiero potem woda. Najpierw polewamy nią łyżeczkę, by cały cukier spłynął do kieliszka, a potem dolewamy resztę.

Opinie o metodach są podzielone. Znaczący absyntu za najbardziej tradycyjny, bo pity w XIX wiecznej Francji uznają rytuał wody. I jedyny właściwy. Do rytuału ognia podchodzą podobnie jak ci, którzy uważają, że Metallica skończyła się na Kill'em'All lub też Saaby przestały być Saabami po przejęciu przez General Motors. Jest w tym pewna racja historyczna, bo rytuał ognia powstał później i kojarzony jest bardziej z Czechami. Jego popularność przyniosły hollywoodzkie filmy. Jest i racja praktyczna. Ogień wypala alkohol, wpływa na finalny smak drinka, a przy nieumiejętnym serwowaniu istnieje nawet ryzyko oparzenia. Właśnie ze względów bezpieczeństwa wiele lokali serwujących absynt nie stosuje rytuału ognia. Niemniej z racji niewątpliwiej atrakcyjności ma swoich zwolenników. Na forach alkoholowych nie brakuje pozytywnych opinii i zachęt, a także instrukcji ze strony barmanów.

Są też wciąż kraje, gdzie jest całkiem nielegalny jak np. Nowa Zelandia, ale też i takie, gdzie o jego statusie prawny zależy od regionu. W Kanadzie decyzje podejmują rządy lokalne. Są więc prowincje, gdzie jest dopuszczony, choć z różnym limitem tujonu, a są takie, gdzie jest całkowicie zakazany.

Są też takie kraje, gdzie nie wiadomo o co chodzi. Jak Francja, gdzie tamtejsze produkty mające w nazwie absynt nie mogą być sprzedawane. Dlatego sprzedaje się je jako wódkę. Zagmatwana sytuacja prawna jest w USA, gdzie co do zasady prawdziwy absynt, czyli z tujonem był nielegalny, niemniej różne przepisy, na różnych szczeblach administracji wzajemnie się wykluczały.

W ostatnich latach w USA nastąpiło jednak złagodzenie podejścia, a na rynek dopuszczono marki z zawartością tujonu do 10 mg na 1l.

Na rynku jest wiele marek absyntu. Te najlepsze, a raczej najbardziej zasłużone jak Pernod pochodzą z Francji. Są też czeskie, austriackie, portugalskie, hiszpańskie, a nawet polskie. I choć każdy nazywa się absyntem to są pomiędzy nimi różnice. Tutaj absynt nie różni się od innych alkoholi, są lepsze i gorsze. Pod względem jakości alkoholu i innych składników, ale przede wszystkim zawartości tujonu, co wydaje się kluczowe dla istoty absyntu. Nie wszystko złoto, co się świeci.

Eksperci od win

AUTORKA: KATARZYNA LEPIANKA-GEUSZKIEWICZ

Zawód związany bezpośrednio z alkoholem, bywa równie trudny, co fascynujący. Poznawanie tego świata od środka, pozwala nam zrozumieć więcej, otworzyć się na nowe doświadczenia i z zupełnie innej perspektywy przystąpić następnym razem do degustacji czy zakupów alkoholu. Jakie są sekrety ich zawodu – zdradzili nam sommelier, krytyk winiarski i enolożka.





Fot. Unsplash

kim pasja. Temat zainteresował mnie tak bardzo, że zacząłem go zgłębiać, a w degustacjach win i alkoholi mocnych brałem udział coraz częściej, poznawałem ludzi związanych z branżą... A teraz jest to moja praca, przy okazji której chciałbym rozbudzić w kimś pasję tak, jak została ona rozbudzona kiedyś we mnie.

Kto odnajdzie się w pracy sommeliera? Dla kogo jest to dobry zawód?

Praca sommeliera nie jest dla każdego. Jest to ciężki zawód, gdzie jesteśmy narażeni na pokusę związaną z łatwym dostępem do alkoholu. Konieczna przy tym zawodzie jest silna wola, ciągła chęć samokształcenia oraz bakcyl winny.

Jak zostać sommelierem? Trzeba ukończyć kurs, szkolenie?

W Polsce nie ma jasno określonej drogi do zostania sommelierem, nie ma jednego, konkretnego kursu. Można zdać egzamin w Stowarzyszeniu Sommelierów Polskich, ukończyć kursy jak między innymi WSET (Wine&Spirit Education Trust, czy CMS (Court of Masters Sommeliers), jednak przy odpowiedniej determinacji żadne z wspomnianych kursów i egzaminów nie są konieczne. Wielu mistrzów świata ich nie posiada, a najważniejsza jest wiedza na temat wina i alkoholu, którą pozyskujemy codziennie – a zakres tej wiedzy jest ogromny.

Co wiedzą sommelierzy, czego my nie wiemy? Co jest waszym asem w rękawie?

Skala tematu jest tak duża, że czasami wydaje się, że im więcej człowiek się uczy, tym mniej wie. Jednak z określenia samego terroir, rocznika czy specyfikacji szczepu możemy spodziewać się, co otrzymamy w kieliszku z danego wina. Dlatego według mnie, aby przybliżyć gościom wiedzę o winie, najważniejsze jest luźne podejście i stopniowe dawkowanie informacji, bez nadmiernego zagłębiania się w trudne szczegóły, tak, by nie zniechęcić, a zaciekawić.

Sommelier

Sommelier to znawca wina, osoba posiadająca kompetencje do doradzania innym w ich sprawie, a także wykwalifikowany kelner, który jest w stanie prawidłowo je podawać. Każda wykwintna restauracja powinna zatrudnić takiego kogoś, by podnieść swoją rangę i zwiększyć komfort gości. Nie da się ukryć, że fachowy personel stanowi ogromny plus lokalu. Bycie sommelierem to w rzeczywistości konieczność łączenia kilku różnych zadań. Nie wystarczy dobrze znać się na winach: trzeba również posiadać odpowiednie zdolności interpersonalne, dzięki którym sommelier jest w stanie nawiązać kontakt z gośćmi i sprzedać im wino.

Potrzebna jest również wiedza na temat łączenia wina z jedzeniem – foodpairing. Wymaga to dużego wyczucia smaku, a także wiadomości na temat sposobu przyrządzania poszczególnych dań. Sommelier musi wiedzieć

w jakiej temperaturze należy serwować poszczególne wina. Ponadto przedstawiciel tej profesji odpowiada za to, jakie wina znajdują się w karcie i stale ją aktualizuje.

Sommelier w restauracji i winiarni Mielżyński znajdującej się na terenie odrestaurowanej części Stoczni Cesarskiej, Michał Kucharczyk, odpowiedział nam o swojej drodze zawodowej i ciekawostkach dotyczących pracy sommeliera.

Jak zaczęła się pana przygoda z pracą sommeliera?

Moja przygoda związana z pracą jako sommelier rozpoczęła się bardzo niespodziewanie, ponieważ jako osoba praktycznie nie pijąca alkoholu dostałem zaproszenie z ówczesnej pracy na Festiwal Whisky w Sopocie. Było tam wielu importerów i wiele trunków, a mnie zachwyliła różnorodność, energia, rozmaite historie i przede wszyst-

Kiper / Krytyk

Kiper to inaczej degustator, czyli osoba, która ocenia smak, zapach oraz jakość wina. Wyimienne nazwa ta jest używana w stosunku do krytyka. Istnieją również kiperzy specjalizujący się w innych rodzajach alkoholu, np. piwie lub whiskey. Aby wykonywać ten zawód, należy być osobą o wrażliwości smakowo-węchowej, a także posiadającą wiedzę, która daje podstawy do oceny próbowanych produktów, opisywania ich zalet oraz wad. Aby właściwie zbadać wino, należy zacząć od oceny wizualnej: najpierw obejrzeć płyn w butelce, a następnie po rozlaniu do kieliszków. Ocenie podlegają barwa, klarowność, zapach, a także ewentualna obecność osadów. Następnie na-

leży nabrać niewielką ilość napoju do ust oraz poczuć jego bukiet smakowy. Oczywiście po wykonaniu tych czynności, wino wypływane jest do spłuwaczki.

Reprezentantem tego zawodu, z wieloletnim doświadczeniem, jest Tomasz Prange-Barczyński. Krytyk winiarski, dziennikarz, redaktor naczelny periodyku „Ferment. Pismo o winie” i autor portalu „Winicjatywa.pl” i „Kukbuk/wino.pl”. Współzałożyciel i redaktor naczelny „Magazynu Wino” (2006-2018). Zajmuje się profesjonalnie winem od 1998 r. Jest autorem takich książek jak: „Europa na winnych szlakach”, „Świat na winnych szlakach”. Jest au-

torem pierwszego w Polsce podręcznika dla sommelierów: „Zawód: sommelier” i przewodnika „Wina Portugalii”, a także współautorem książki: „Włochy. Przewodnik po winach, regionach, odmianach”. Najnowsza książka „Riesling i tapasy. O niezwykłych połączeniach jedzenia i wina na szlakach Europy” ukazała się jesienią 2023 roku. Oprócz pisania artykułów i książek o tematyce winiarskiej – oceniam razem z kolegami z zespołu magazynu „Ferment” (od 2020 roku jestem jego redaktorem naczelnym), wina obecne na polskim rynku, ale także nowe roczniki win z wielu światowych regionów. Specjalizuję się przede wszystkim we Włoszech i Niemczech.

Jak rozpoczęła się pana przygoda z pracą krytyka: od czego się zaczęło, co sprawiło, że został pan w tym zawodzie?

Tomasz Prange-Barczyński: Już w liceum wolałem dostępny w nielicznych winiarniach Warszawy lat 1980. tokaj samorodny niż gorzałkę. Może dlatego w dorosłym życiu, w czasie pierwszych podróży na zachód i południe Europy sięgałem, gdzie się dało, po lokalne wina. Bardzo wcześnie, bo już w wieku 20 lat zacząłem pracować jako dziennikarz, najpierw w radio, potem w telewizji. Dla stacji Canal+ realizowałem cykl filmów dokumentalnych „24 godziny”. Jeden z odcinków przygotowywaliśmy we Francji, a poświęcony był zyskującemu wówczas w Polsce popularność, świętu beaujolais nouveau. Był rok 1998, wino stanowiło już wtedy moje wielkie hobby, jednak dopiero w Beaujeu miałem okazję spotkać i spędzić wiele czasu z winiarzami. Wtedy zrozumiałem, że za każdą butelką wina, którą w ogóle warto się zajmować, stoi ludzka historia i to urzekło mnie najbardziej. Postanowiłem tak pokierować swoją karierą zawodową, by jak największą część pracy poświęcić winu. To był czas, gdy tematyką winiarską zajmowało się w Polsce zaledwie kilkanaście osób, za to głód wiedzy był ogromny. W 2002 roku współtworzyłem jeden z pierwszych u nas periodyków winiarskich, „Magazyn Wino”. Jednocześnie zostałem zaproszony na swój pierwszy konkurs winiarski, „Vinagora” w Budapeszcie, gdzie razem z enologami, winiarzami i krytykami winiarskimi oceniałem nadesłane przez producentów wina. W „Magazynie Wino” oprócz pisania artykułów również zajęliśmy się ocenianiem win dostępnych na polskim rynku.

Dziś z wielką satysfakcją sędziuję w poznańskim konkursie „Polskie korki”, w którym oceniamy kilkaset czołowych win polskich. Lubię konkursy bałkańskie (staram się specjalizować w tej części winnego świata), takie jak Balkan International Wine Competition czy Open Balkans albo GROW, który poświęcony jest tylko jednej odmianie winorośli – graševinie znanej też jako riesling italico, olaszrizling czy welschriesling. Co roku sędziuję w wielkim ogólnoswiatowym konkursie Mundus Vini, przede wszystkim po to, bym miał stały kontakt z winami, które ludzie piją najczęściej.

Jak zostać krytykiem winiarskim?

Z pewnością nie wystarczy sama miłość do wina. Potrzebna jest szeroka i stale aktualizowana wiedza dotycząca regionów winiarskich, odmian, tradycji, sposobu produkcji. Wino trzeba zawsze oceniać w kontekście i ten kontekst należy po prostu znać. Nie wystarczy wiedza teoretyczna. Każdy z nas degustuje co roku tysiące win sporządzając szczegółowe noty degustacyjne. Konieczna jest więc także samodyscypli-

na. Paradoksalnie – nie trzeba być ultrawrażliwym na smaki i aromaty. Taka przypadłość – jeśli czuje się zdecydowanie więcej niż przeciętnie wyposażony w zmysły przez naturę człowiek – zwykle przeszkadza, a nie pomaga. Nadmierna wrażliwość sprawia, że wiele aromatów, które innym sprawiają przyjemność, supertestera drażni. Dziś, także w Polsce, dostępnych jest mnóstwo formalnych i nieformalnych kursów, seminariów, zajęć, na których można nauczyć się degustować i oceniać wino, zdobyć wiedzę teoretyczną. Wiele z nich kończy się egzaminem i wystawieniem stosownego certyfikatu, jednak, powtarzam, najważniejsza jest praktyka i determinacja. I jeszcze jedno – dobry krytyk winiarski potrafi wznieść się ponad swoje preferencje i wysoko ocenić także wina, za którymi, ze względu na miejsce pochodzenia, odmiany czy sposób winifikacji, prywatnie nie przepada. I odwrotnie – nie wywyższa przeciętnych zaledwie win tylko dlatego, że powstały z jego ulubionego szczepu.

Jak pana praca jest odbierana przez innych?

Bardzo często spotykam się z opinią, że prowadzę bażancie życie, bo głównie jeżdżę po świecie i piję sobie wino. Rzeczywiście, uważam swoją pracę za fantastyczną, jednak praktyka wygląda zwykle zupełnie inaczej. Często siedzimy zamknięci wiele godzin w jednym pomieszczeniu i zajmujemy się przede wszystkim wypływaniem wina, bo by rzetelnie ocenić kilkadziesiąt etykiet, trzeba nie tylko zachować pełne skupienie, ale i całkowitą trzeźwość. Wypływamy więc – czasem z radością, bo, proszę mi wierzyć, wiele win naprawdę nie jest godnych podniebienia konsumentów, czasem, rzadziej, ze smutkiem, bo trafiło się coś wyjątkowo smakowitego.

Czym wyróżniają się krytycy? Dlaczego jesteście ważni w tym świecie alkoholi?

Krytycy są bardzo różni. Mają odmienne osobowości i technikę pracy. Są wieczni malkontenci (tak jak w przypadku krytyków w wielu innych kategoriach, czy chodzi o film, kulinaria czy literaturę), są entuzjaści, którym smakuje wszystko. Są tacy, którzy preferują określony typ win i takie promują wysokimi ocenami. Człowiek, który kilkadziesiąt lat temu stworzył współczesną krytykę winiarską, Amerykanin Robert Parker Jr. miał w pewnym momencie tak wielkie przełożenie na rynek, że niektórzy winiarze rezygnowali z własnego stylu i robili wina tak, by smakowały Bobowi. Nazwano to parke-ryzacją wina. Z punkty widzenia konsumenta uważam, że warto obserwować kilku niezależnych od siebie krytyków i odnosić ich oceny do własnych preferencji. Sam uważam, że mniej ważne jest to jak wysoko/nisko oceniam poszczególne wina, ale co o nich piszę i czy mój przekaz może przybliżyć konsumentowi jakiś region, odmianę, producenta. Czy zachęcę go do podróży, do odkrywania nowych smaków, ale i przeżyć intelektualnych. Dużo bardziej kręci mnie to, że ktoś po lekturze mojego artykułu w „Fermencie”, wysłuchaniu audycji w Radio 357, czy przeczytaniu którejś z książek zdecyduje się np. ruszyć w świat, by przekonać się na własnej skórze, czy miałem rację. Jeśli na degustacji spotykam winomana mówiącego mi: „Pojechałem do winiarni, którą opisał pan w „Rieslingu i tapasach” i przyjął mnie winiarz, o którym tak ciepło się pan wyrażał. Było super!” – czuję się zawodowo spełniony.



Tomasz Prange-Barczyński / fot. Rafał Masłow



Enolog

Enolog to w skrócie: specjalista od produkcji wina. Aby nim zostać, trzeba ukończyć studia enologiczne (trwają one dwa semestry). Absolwenci takiej szkoły mają szeroką wiedzę związaną z uprawą winorośli, składem i technologią produkcji wina, gatunkami tego napoju oraz potrafią degustować wino. Potrafi rozpoznać gatunek wina, ustalić jego skład oraz właściwości. Gdzie może pracować enolog? Osoba o takim zawodzie może znaleźć zatrudnienie np. przy produkcji wina, w turystyce (np. jako przewodnik wycieczek po szlakach winnych lub winnicach) lub przy sprzedaży wina. Pomoc enologa przydaje się również przy zakładaniu winnicy oraz podejmowaniu decyzji o szczegółach uprawy winorośli, może badać związane z tym nowe technologie, przeprowadzać

badania fizyczne, chemiczne oraz mikrobiologiczne wina, pomagać winiarniom w doborze kupowanego sprzętu, degustować wina na różnych etapach produkcji, a także być konsultantem dla sommelierów oraz handlowców.

Z Trójmiastem związana jest Monika Stępień, enolożka. Obecnie jest doradcą, konsultantem winiarskim w kilku projektach w Polsce. Uczy jak poprowadzić proces produkcji wina od zebranych owoców do finalnej butelki. Ponadto koordynuje wszelkie dokumenty, towarzyszy firmom podczas urzędowych kontroli, prowadzi degustacje.

Jak to się stało, że została pani enolożką?

Moja przygoda z winem zaczęła się w 2004 roku od pracy

w Domaine Chandon w Kalifornii jako pracownik obsługujący prasę oraz ważący owoce. Krok po kroku zdobywałam doświadczenie w innych obszarach winiarni, a świat winiarski pochłaniał mnie coraz bardziej. Pracowałam w kilku winiarniach w Napa Valley, ale z czasem brak edukacji w tym kierunku (w Polsce studiowałam zarządzanie i marketing) sprawił, że postanowiłam dowiedzieć się dlaczego w taki, a nie inny sposób dokonuje się prac w piwnicy win, analiz laboratoryjnych itp. Zapisalam się do Napa Valley College i na UC Davis, gdzie zgłębiałam tajniki winiarstwa. Po zdobyciu dyplomu wróciłam do Polski, ale szczerze mówiąc nigdy nie sądziłam, że będę mogła pracować w tym zawodzie w rodzimym kraju.

Czy praca, którą pani wykonuje, enologa, jest dla każdego?

Według mnie, jest to praca dla prawdziwych pasjonatów i osób, które mają dobrze wyostzone zmysły. To praca w winnicy i przetwórni o różnych porach roku, w najgorętszym okresie tj. podczas jesiennej winobrania i przerobu winogron - to około trzech miesięcy wytężonej pracy.

Co trzeba zrobić, żeby zostać enologiem?

Aby zostać enologiem nie trzeba wyjeżdżać z Polski, choć uważam, że na zagranicznych uczelniach można pozyskać porządną wiedzę, a pracując w regionach z tradycją winiarską zdobyć solidne doświadczenie. U nas w kraju, kilka uczelni prowadzi studia na tym kierunku, głównie podyplomowe.

Najciekawsza/najśmieszniejsza anegdota związana z pani pracą brzmi...?

Podczas degustacji, kiedy rozmawiałam o dominujących nutach zapachowych w kieliszku, zapytano mnie: gdzie kupuję aromaty owocowe na przykład wiśni czy truskawki, które potem dodają do wina skoro ono tak pachnie :) Lubię walor edukacyjny mojej pracy i cieszę się, gdy po latach spotykam ludzi, którzy kontynuują winiarską przygodę i zaczynali od win z wyraźnym cukrem resztkowym, a teraz delectują się wytrawnymi winami.



Bob Dylan

Alkohole premium

Personalizacja i innowacje

Świat alkoholi skrywa mnóstwo ciekawostek. Od możliwości personalizacji, przez designerskie butelki, na marka alkoholowych celebrytów kończąc. Wysokoprocentowe trunki przyciągają prawdziwych pasjonatów, inwestorów i gwiazdy, które przyczyniają się do budowania rozpoznawalności danej marki. Przygotowaliśmy dla was przegląd ciekawostek i innowacji prosto ze świata alkoholi premium.



Jason Derulo Vodka

Alkohol premium to nie tylko napój, ale także sposób na wyrażenie swojego stylu życia, gustu i osobowości. Nie ma nic lepszego niż delektowanie się kieliszkiem wyśmienitego koniaku, który ma bogatą historię i tradycję, albo wina, które zachwyca nie tylko smakiem, ale także pięknym opakowaniem.

TRENDY NA RYNKU ALKOHOLI PREMIUM

Zauważalną tendencją na rynku alkoholi premium jest rosnąca świadomość ekologiczna i społeczna konsumentów. Przykładem marki, która wyróżnia się w tym obszarze, jest Portofino Dry Gin – włoski gin z regionu Portofino. Marka współpracuje z fundacją One Ocean chroniąc tym samym środowisko, z naciskiem na region, z którego się wywodzi, czyli Portofino.

Widocznym trendem jest także dążenie do innowacji i personalizacji. Konsumenty szukają nie tylko wysokiej jakości alkoholu, ale także unikalności i indywidualności. Dlatego firmy alkoholowe wprowadzają na rynek nowe produkty, które oferują: nietypowe i zaskakujące połączenia smaków,

aromatów i kolorów, eksperymentalne i kreatywne metody produkcji, leżakowania i butelkowania, możliwość dostosowania alkoholu do własnych preferencji okazji, personalizację etykiet, opakowań i akcesoriów.

Pojęcie innowacyjności idealnie pokazuje wódka Loures. Jej ekstrawertyczna butelka obita kolcami, wraz z zamontowanym podświetleniem, przyciąga konsumentów, którzy utożsamiają się ze stylem prezentowanym przez ten trunek. Taki produkt dobrze sprawdza się w klubach oraz na innego rodzaju imprezach.

Modnym sloganem stała się premiumizacja. Konsumenty chcą bardziej jakościowych i prestiżowych alkoholi, aby odkrywać nowe smaki, połączone z wysoką jakością wykonania. Z tego powodu marki alkoholowe coraz częściej stawiają na podnoszenie standardów jakości i prestiżu swoich produktów, tworzenie opowieści i emocji wokół swoich produktów, organizowanie wydarzeń, które angażują konsumentów i budują relacje z marką, a także wykorzystywanie technologii

i mediów społecznościowych, aby zwiększyć zasięg i interakcję z klientami. W grę wchodzi również wzrost popularności marek premium promowanych przez celebrytów. Ich działania marketingowe związane są przede wszystkim ze stylem życia. Na tym szczególnie wyróżniają się wina Lamborghini. Pochodzą one od tego samego producenta, co znane na całym świecie luksusowe samochody. Marka ta ma zbudowaną renomę, rzeszę fanów oraz całą rozbudowaną historię. Tak, jak w przypadku pojazdów, producent dba o najwyższą jakość swoich dzieł, jak i o ciekawe wizualnie opakowania.

ALKOHOLOWE MARKI CELEBRYTÓW

Celebryci nie tylko promują luksusowe alkohole. Sami również zakładają marki alkoholowe sygnowane ich nazwiskiem. Tak powstała marka wódki Bedlam, której twarzą i dyrektorem jest piosenkarz Jason Derulo. King St Vodka należy do aktorki Kate Hudson, a wódka aktora Chaninnga Tatumy nosi nazwę Born and Bred Potato Vodka. Gwiazdy tworzą także inne trunki, takie jak: Ten to One White Rum piosenkarki Ciary i 818 Tequila Reposado modelki Kendall Jenner. Szkocką whisky Haig Club Clubman produkuje David Beckham. Aktor Georgea Clooney stworzył Casamigos Tequila. Ten brand powstał z myślą o sobie i swoich przyjaciółach, ale gdy okazało się, że jego tequila jest naprawdę wysokiej jakości, Clooney postanowił pokazać ją światu. Marka odniosła olbrzymi sukces na rynku, a w 2017 r. koncern Diageo nabył ją od aktora za miliard dolarów. Podobnym rezultatem skończyła się również historia Aviation American Gin. Marka, którą w 2018 r. nabył aktor Ryan Reynolds, do dziś uznawana jest za jeden z najlepszych celebryckich alkoholi na rynku. W 2020 r. Reynolds wzorem Clooneya odsprzedał swoje udziały w firmie koncernowi Diageo za 610 mln dolarów. Inne wysokiej jakości trunki firmowane twarzami celebrytów to: Teremana Tequila Dwayne'a "The Rock" Johnsona, Longbranch Whiskey Matthew McConaughey'a, czy Heaven's Door Whiskey Boba Dylana.

Eleganckie alkohole to świetny sposób na zbieranie wspomnianych doświadczeń, a te cieszą się popularnością, mogą być dobrą inwestycją. Konsumenci są coraz bardziej wymagający i świadomi. Dlatego firmy alkoholowe muszą nieustannie się rozwijać i dostosowywać do zmieniających się trendów i potrzeb. Te które będą w stanie spełnić oczekiwania, będą miały szansę osiągnąć sukces i znów zachwycić nową kolekcjonerską edycją alkoholu premium.



Kendall Jenner Tequila 818 Reposado



David Beckham Haig Club Clubman



PLEASE DRINK RESPONSIBLY. WHISKY WITH NATURAL CINNAMON FLAVOR, 33% ALC/VOL, PRODUCED BY SAZERAC CO, FRANKFORT, KY.



Wydawca:
MS Group Sp. z o.o.

al. Grunwaldzka 56 lok. 202
80-241 Gdańsk
NIP: 9571059132

Prezes:
Michał Stankiewicz,
stankiewicz@msgroup.pl

Redakcja:
ul. Moniuszki 10, 81-229 Sopot

Redaktorzy wydania:
Klaudia Krause-Bacia, Michał Stankiewicz

Dyrektorka zarządzająca:
Maria Bek, bek@msgroup.pl

Dyrektorka sprzedaży:
Marta Blendowska, tel. 791 971 399

Reklama i promocja:
Krzysztof Nowosielski, tel. 533 200 779
Aleksandra Staruszkiewicz, tel. 606 603 416

Szef działu foto:
Karol Kacperski

Skład:
Kamil Żurek

Redakcja nie odpowiada za treść reklam

www.presitztrojmiasto.pl

prestiz
magazyn trójmiejski

Biznes

ARCHITECTURA • DESIGN • SZYMA
LINIA

LUSTRO
adornić i urządzić

WŚLIZGU!
PRESTIZJOWY MAGAZYN TRÓJMIĘJSKI



Wieczór DeLuxe



**Release
The
KRAKEN®**

ON THIS
FESTIVAL

5-8.06.2024 GDAŃSK, PL

**FESTIVAL
MYSTIC**

BILETY:

WEŹ UDZIAŁ W KONKURSIE

WWW.KRAKENFEST.PL



dom whisky
ONLINE

Poznaj największy wybór alkoholi premium pod jednym adresem

WWW.SKLEP-DOMWHISKY.PL

**LUB ODWIEDŹ SKLEPY STACJONARNE,
W KTÓRYCH ZNAJDZIESZ:**

- | Największy wybór alkoholi luksusowych
- | Szeroki wybór alkoholi kolekcjonerskich
- | Największy wybór whisky w Polsce
- | Profesjonalną obsługę
- | Limitowane edycje, białe kruki, whisky z zamkniętych destylarni



Reda

ul. Wejherowska 67

Ponad **9000** butelek
dostępnych na miejscu:

KONTAKT

691 760 000
reda@sklep-domwhisky.pl

GODZINY OTWARCIA

od poniedziałku do soboty
i w niedziele handlowe
od 11:00 do 20:00.



Wrocław

ul. Rzeźnicza 28-31

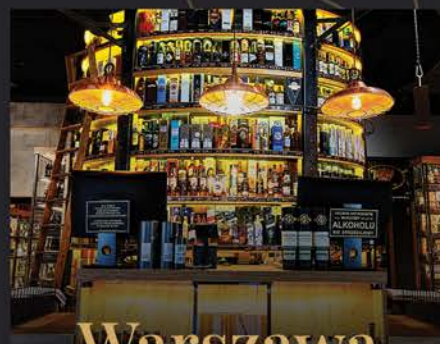
Ponad **7000** butelek
dostępnych na miejscu:

KONTAKT

691 250 000
wroclaw@sklep-domwhisky.pl

GODZINY OTWARCIA

od poniedziałku do soboty
i w niedziele handlowe
od 11:00 do 20:00.



Warszawa

ul. Krucza 16/22

Ponad **5000** butelek
dostępnych na miejscu:

KONTAKT

691 710 000
warszawa@sklep-domwhisky.pl

GODZINY OTWARCIA

od poniedziałku do soboty
i w niedziele handlowe
od 11:00 do 20:00.