



Moët & Chandon

Существует ли что-нибудь, приносящее большее чувство удовлетворения, чем расслабиться, откинувшись, на мягком кожаном сиденье, закрыть глаза, а проснуться уже в Париже? Возможно. В особенности, если глянцево-черный Мерседес, ожидающий вас в аэропорту, отвезет не в небольшой изящный номер гостиницы, а в дом, заставший во времени, - символ инноваций, маркетинга и профессионализма последних 300 лет.

Немногие компании могут утверждать, что их продукт был открыт монахами, усовершенствован учеными, одобрен королевской семьей и обожаем всеми — но у компании Moët & Chandon есть такое право. Шато де Саран, родовая охотничья резиденция семейства Моэт, в настоящее время выступающего в качестве гостеприимного дома для друзей и корпоративных гостей, стоит высоко на склоне покрытого виноградом холма, над которым возвышаются островерхие крыши замка.

Обоияк с 11-ю спальнями обставлен настолько изысканно, что заполняющий комнаты антиквариат не высклит ни старомодно, ни неестественно, а воспринимается как находящийся в своей изначальной и родной среде. Спокойствие пейзажа и продуманная бесшумность персонала в белых перчатках поддерживают ощущение, что в любой момент может подьехать экипаж, доставляющий сюда почетных гостей.

На небольшом расстоянии от замка, в городе Эперне, находится Трианон, или просто большой дом — штаб-квартира многих фирм мира, производящих шампанское. "Местным жителям не нужен адрес, чтобы направить вас в штаб-квартиру одной из наиболее известных мировых компаний, производящих шампанское," — говорит Жан Бершон, потомок семейства Шандон, работающий в компании 25 лет в должности вице-президента по связям и наследию. Портреты основателя дома и его внука, который сделал этот дом известным во всем мире, Кюда и Жан-Реми Моэт, висят друг напротив друга, наблюдая за гостями, проходящими по их залам. Именно Кюд Моэт начал копать винные погреба, успешно вел бизнес и создал на века декадентскую индивидуальность своего напитка, познакомив с ним мадам де Помпадур, официальную любовницу Людовика XIV и легендарную законодательницу мод при королевском дворе.

"Она была покорена нашим шампанским и заказывала его для уединенных ужинов с королем, поскольку, по ее словам, это единственное вино, выпив которое, женщина остается красивой", — говорит Бершон. После французской революции, которая почти обанкротила компанию, пришла первая волна признания шампанского буржуазией и умение ценить его, продолжавшее привлекать новых любителей этого вина, и, что особенно важно, Наполеона, который был однокашником Жан-Реми Моэт по военной школе и помог компании перешагнуть границы страны, что не только спасло компанию, но и заложило фундамент ее будущих успехов. Именно Наполеона должны благодарить любители шампанского за марку Brut — самое первое неподслащенное шампанское, которое было отправлено за море, в Великобританию, которая до сих пор остается самым крупным потребителем шампанского за пределами Франции.

Из беломраморного вестибюля широкие ступени ведут вниз; холодный воздух подземелья ощущается даже при закрытой двери. Теплым желтым светом

освещена карта региона, на которой изображено пространство, занятое виноградной лозой, выходящее за пределы, очерченные окрестными холмами. Позиция Моэт в регионе обеспечена масштабом владений – 15 из 17 гран крию принадлежат семейству Моэт. Сезонные рабочие собирают урожай винограда вручную в середине сентября, после чего сорта винограда отжимают по отдельности и доставляют в Эперне. В течение зимы мастера-виноделы пробуют и смешивают вино из запасов последних трех лет, чтобы создать базу для новой партии вин, которые затем выстраиваются вдоль коридоров, где множество уложенных бутылок заполняют в высоту и глубину арочные ниши.

300 человек работают в подземных туннелях, растянувшихся почти на 20 километров, но, пока мы в течение часа бродили про закоулках на разных уровнях туннелей, мы не увидели ни души. Наш сопровождающая открыто признает, что для уверенности она каждый раз ходит по одному и тому же маршруту. В этих погребах таинственность не ограничивается их внешним видом: на каждом стеллаже с немаркированными бутылками лежит одна единственная небольшая грифельная табличка с внутренним кодом, указывающим конкретную партию, для которой предназначены эти бутылки. Следы присутствия людей ограничиваются отпечатками пальцев на запястьях бутылок (каждая из них обязательно укладывается вручную) и случайной пустотой в укладке там, где должно было бы находиться узкое горлышко бутылки (по оценкам компании, приблизительно, одна из 10 000 бутылок разрушается под действием внутреннего давления). Здесь по-прежнему множество операций выполняется вручную. Хотя значительная часть операций ремюажа и дегоржирования осадка отдана механизмам, как указано на большинстве бутылок с металлическим колпачком, бутылки, закрытые натуральной пробкой, по-прежнему обрабатываются вручную. Конечно, именно взаимодействие с осадком в бутылках вызывает вспенивание шампанского, и процесс вызревания тщательно отслеживается в соответствии с индивидуальными особенностями каждого вина. Теоретически, у процесса вызревания нет временных ограничений, но установлен абсолютный минимум в 15 месяцев, хотя типичным является срок в шесть - семь лет.

Безусловно, некоторые бутылки выдерживаются гораздо дольше, и Молт & Chandon хранит здесь многие из них – в запасах находятся бутылки, уложенные в конце девятнадцатого века и вплоть до бутылок начала 1970-х годов. Пробки некоторых из них настолько разрушились, что само вино давно высохло, но некоторые бутылки по-прежнему полны, прошедшие годы не оставили на них заметных следов. Годы, вобравшие в себя рождения и смерти, войны и торжества, призрачно напоминают каждому, кто их видит, что они смотрят на памятник материальной культуры, итог года истории, подведенный жидкостью, и от этого осознания странно перехватывает дыхание. Вся атмосфера наполнена этой торжественностью, она чувствуется и в мягкой тишине, и в небольшой, стоящей в нише святой, вырезанной поколения назад и охраняющей своих рабо-



чих. Здесь есть, конечно, хранилище Grand Vintage Reserve, сердце дома, где члены Moët & Chandon в полной мере ощущают собственное значение.

Бывший когда-то личным подвалом семьи, в настоящее время он служит демонстрационным помещением и библиотекой вин, в которой хранятся поистине замечательные бутылки — сразу при входе занимает почетное место бутылка Esprit du Sincle, освещенная, как в музее. Из смеси вин 11 лучших урожаев прошлого века было произведено ровно 323 больших винных бутылки, и домашняя коллекция, без сомнения, является самой большой во всем мире по числу этих бутылок. Несмотря на то, что коллекция хранится за железными воротами, которые открываются сложным металлическим ключом театрального вида, едва слышимый звук электронного замка в сигнальном блоке служит напоминанием о том, что даже здесь одной ногой твердо стоят в 21 веке. В конце концов, огромная масса производимых бутылок может быть выражена только соответствующим современности числом — в одном этом подвале находится 90 миллионов бутылок, а всего компания производит в год приблизительно 300 миллионов бутылок.

Мы возвращаемся из подвалов, и, даже прежде чем наши глаза привыкают к свету, мы уже сидим в роскошном бело-золотом помещении, где винные бокалы спокойно мерцают на кофейном столике. В этом доме часто принимают многих мировых знаменитостей и проводят множество ослепительных ужинов. "Один из моих двоюродных дедушек был другом Рихарда Вагнера, и после того как Вагнер представил в Париже оперу 'Тангейзер', слушатели освистали его," — рассказывает Бершон. "В то время в оперной среде существовал большой конфликт между теми, кто стремился к чему-нибудь более современному, и критиками, любившими традиционную оперу, а Вагнер был очень современным. Боль, причиненная Вагнеру, была настолько сильной, что он остановился у Шандона, чтобы прийти в себя, и впоследствии писал ему в письме 'единственное, что могло подбодрить меня, это ваш восхитительный замок и ваше шампанское.' У нас было много потрясающих посетителей, и мы храним все подобные письма. Например, в начале 60-х нас посетил Хрущев. Шампанское, это действительно волшебство. Это яркое золото, выходящее из темных подвалов, а как это происходит? Я не знаю." Безусловно, Бершон знает эту технологию; немногие знают процесс лучше, чем руководство Moët & Chandon, но где сущность счастья и заряда энергии, заключенные в каждом бокале шампанского — в каком чане оно выделяется, из какой части отжатого винограда? Это, конечно, и есть подлинное волшебство. Поистине, оно способно восстанавливать силы — сам Вагнер написал здесь Тристана и Изольду.

И мы сегодня находимся в хорошей компании, к которой присоединился Бенуа Гуэ, глава хранилища компании Moët & Chandon с 2005 г. Родом из северной Франции, изначально он получил научное образование, а не винодельческое, но однажды он понял что, "чтобы достичь вер-





шин, необходимо полностью отдаваться своему делу". Его страсть к своей работе совершенно очевидна. Он изучал виноделие в австралийском городе Напа и в Новой Зеландии. "что открыло мне подход, отличающийся от французского," — говорит он. Но по прибытии в Эперне он увидел перспективу в специализации на шампанском — не только в производстве вина, но также в работе с торговой маркой. Энтузиазм, квалификация и врожденная способность к быстрому реагированию быстро привели его за последние 10 лет к высокой должности и привнесли стиль и единство в поколение вин, которые он производит. Как главный винодел, он отвечает за пробы базовых вин, наблюдение за сеансами купаживания, а затем дегустациями, а также за проверку новых процессов, купажей и других марок. Работая с командой из 10 человек, он говорит, что важно широко смотреть на вещи — или, по крайней мере, широко обсуждать.

Дополнительные аспекты его работы реализуются в двух основных сериях, которые он создает — Imperial и Grand Vintage. Imperial, выпускаемая каждый год и являющаяся самой массовой из продуктов компании, задумана как серия, отличающаяся постоянством. Каждая бутылка Imperial должна иметь такой же вкус, как и следующая, и их вкус должен сохраняться из года в год. Гуэ говорит, что, даже если он чувствует раз-

ницу, в этом вопросе он подчиняется мнению группы — если они достигают консенсуса, тогда и неба большинства менее подготовленных людей также придет к общей точке зрения. Он хорошо знает, что "у разных людей развита чувствительность к разным вещам."

При создании марочных вин, однако, нужен более индивидуальный подход. Этим винам предназначено стать выражением конкретного года, но они являются также самовыражением конкретного винодела, и здесь он свободен в принятии решений, чтобы создать нечто, имеющее именно тот вкус, который он считает необходимым.

Однако, несмотря на артистичную и индивидуальную природу своего подхода, Гуэ, когда речь заходит о вине, представляет собой всё что угодно, только не священнодействующего. Он избегает давать стереотипно сложные комментарии относительно вкуса, предпочитая дать своим гостям возможность наслаждаться тем, что они чувствуют, как бы это ни называлось. Нельзя игнорировать его здравый смысл предпринимателя — для выживания такой крупной компании ей приходится нанимать сотрудников с живым умом, смотрящих вперед, и он, безусловно, один из них. Внедрение Rosé Champagne было, вероятно, крупнейшим проектом его карьеры в Moët & Chandon, и этот значительный революционный проект

стал серьезным успехом. Когда компания Moët & Chandon начала его продавать, на Rosé Champagne приходилось менее пяти процентов мировых продаж; теперь это более 10 процентов итоговых продаж шампанского. Гуэ намеревался создать вино, подходящее для большего числа ситуаций, и, хотя ранее выпускались некоторые единичные марки розового вина, он чувствовал, что можно разнообразить эту область, а также усовершенствовать вино (которое зачастую отодвигали в сторону знатоки), уменьшив содержание сахара и следуя сложившейся тенденции в сторону более изысканного вкуса.

“Нам следовало убедить наших виноградарей изменить методы работы, и требовалось также развернуть технологическое оборудование для розового вина, но теперь все уже сделано. Приняв решение что-нибудь сделать, мы делаем это хорошо.” Rosé было малоизвестным, и, определенно, идея выращивания винных сортов красного винограда была чуждой их давним поставщикам, но у него была абсолютная вера в эту марку, которая явно окупилась. “Люди с уважением относятся к тому факту, что фирма существует так долго. Они ценят последовательность и долговеч-

ность. Это не парфюмерия и не мода, где вы каждый год меняет половину своего бизнеса.” Сейчас его бизнес определяется, главным образом, этими разнообразными целями — марочные и немарочные Brut и Rosé. Одни производятся, когда к этому призывает урожай винограда, другие — каждый год. “Благородные марочные вина требуют гораздо большего внимания, но о компании судят именно по немарочному брюту,” — говорит он, испытывая гордость оттого, что производит его каждый год. Хотя из-за этих дел он находится, в основном, в Эперне, в течение года он много путешествует: “Во время отпуска я всегда стремлюсь на простор — в Канаду, Австралию, Бразилию. Я люблю Японию за вино, они очень гостеприимные и почтительные. Я часто езжу в Японию и Соединенные Штаты, они очень разнообразные; они не производят впечатление одной страны. Я с большим интересом отношусь к природе и люблю бывать в разных местах”. Он всегда привозит из поездок впечатление от местной кухни — или отсутствие его. “Важно развить свой местный стиль питания — я думаю, что некоторые места все еще находятся в поиске своего собственного стиля”.

К еде в Moët & Chandon относятся с серьезным вниманием, и не только потому, что мы во Франции. Проще говоря, бренды и компании должны либо расти, либо умирать. Внедрение розового вина стало крупным шагом в развитии компании и добавило ей большой объем нового бизнеса, но наиболее важное изменение, которое может сделать такая культовая компания, как эта, заключается в расширении знаний любителей вина о шампанском, чтобы они могли испытывать от него большее и более разнообразное удовольствие. По существу, одним из видов оружия в их арсенале является коллектив невероятно талантливых шеф-поваров, которые путешествуют по миру, а также радушно принимают гостей с тем, чтобы продемонстрировать им, как на самом деле шампанское может взаимодействовать с едой, усиливать и расширять впечатление от еды.

Шеф-повар Трианона, Паскаль Тэнго, приготовил для нас обед из трех блюд. Современные прямоугольные блюда и презентации легко сочетаются с классической французской обстановкой, и с самого начала ясно, на что следует обращать внимание — на набор сочетающихся тарелок с белыми продуктами — рыбой и бульоном и изумительным эскалопом, и красными продуктами — икрой и морковью, и свеклой, и на Brut и Rosé, играющие в соответствующих им бокалах. Кстати, здесь шампанское не подают в узких фужерах: “У меня большой нос,” — невозмутимо сообщает Гуэ, “поэтому я не чувствую запаха, если шампанское налито в узкий фужер,” — но, если без шуток, то широкий бокал позволяет гораздо полнее ощутить вкус.

Дальше следует главное блюдо, а также новейшее трио десертов, фантазия на тему ананаса — от мороженого к сухому печенью в виде черепицы, скрывающему ароматизированные сливки, и простому, приправленному мятой и нарезанному кубиками салату. Как выяснилось, шеф-повар, именно на этой неделе вернулся из Сингапура, и сочетание





малайского и китайского влияний, привносящих фрукты и цветы, стало одним из его любимых добавлений к его произведениям. Каждый, с кем мы встречаемся и вместе едим и пьем, снова и снова повторяет это мнение: азиатская кухня, латинская кухня, а также традиционная французская и западная кухня, все они очень хорошо сочетаются с шампанским – действительно, отчасти странная рекомендация о том, что любая еда, с которой можно было бы пить пиво (и, возможно, каждый раз одно и то же местное Tsing-dao или Tecate), даже лучше подходит к шампанскому с его богатым вкусом, но с такой же прохладой и такому же пенящемуся. Шампанское не должно быть только вином для особых случаев (хотя, когда возникает особая ситуация, то другого выбора, действительно, не остается), но здесь и вправду особый случай. Хотя обед был предисловием к Imperial, невозможно представить торговый дом без проведения дегустации его марочных вин, и, когда мы вернулись в Саран, нас приветствовал их шеф-повар, Бернар Данс, который быстро дал нам понять, что в этом смысле мы попали в хорошие руки.

Сын и внук шеф-поваров, выросший в семейном ресторане, отмеченном звездами Мишлен, он начал заниматься кулинарией в 1974 г. Десять лет спустя он пришел в компанию Moët & Chandon, готовил в Шато де Саран и был назначен на должность шеф-повара резиденции Трианон в 2002 г. По его оценкам, он путешествует по миру приблизительно 100 дней в году, встречаясь с шеф-поварами, занимаясь приготовлением блюд и созданием волшебных ужинов с шампанским. "Это действительно нравится людям; в частных домах они приглашают друзей, постоянно заглядывают на кухню. Когда ты готовишь, то вкладываешь в это частичку самого себя. Это - любовь. Делая это, я чувствую себя счастливым." Страсть Данса к еде и изысканному шампанскому выражается в словах, жестах и блаженном выражении лица, когда он описывает свою работу. "Бенуа и мы, мы пробуем вино, а затем работаем над меню," – говорит он просто. Он считает, что готовить, ориентируясь на шампанское, несложно: "мы ищем, как обыграть вкус, а шампанское более открытое, чем негристое вино, и у него больше граней." Когда всё сказано и сделано, хорошее застолье остается хорошим застольем, и, конечно, этот шеф-повар не пойдет ни на какой компромисс из уважения к вину, но у него такой запас хитрых приемов, что в этом и нет необходимости. "Важнее всего качество ингредиентов, чтобы они соответствовали сезону. И тогда у нас много возможностей. Каждый раз, когда мы путешествуем, мы узнаем что-то новое; мы встречаем шеф-поваров по всему миру, а в мире такое разнообразие продуктов, даже в одном регионе." Он упоминает о том, как обнаружил, что индийская еда сложна в приготовлении из-за количества и сложности приправ, но где-то в другом месте Азии ему понравилось изучать способы работы с такими ингредиентами, как тайский базилик и кокосовое молоко. Во время своих путешествий он близко познакомился со многими знаменитыми шеф-поварами, от семьи Труагро на родине во Франции, под влиянием которой он нахо-

дился в начале своей деятельности, до Тетсуя в Австралии, которому, говорит он, удалось изменить качество еды во всей своей стране. "Это качество человека, а не только кулинарии. В его офисе такая кухня, которую вы даже не можете себе вообразить в своем доме". Как ни странно, он находит, что легче организовать ужин с шампанским в любом другом месте мира, чем во Франции. "Здесь такая культура вина – там же, где этого нет, они более открыты."

Как и шеф-повар Тэнго, он ощущает, что важно иметь определенную местную кухню, и он нашел много мест, где познакомился с действительно полезными региональными особенностями. Американская кухня молодая, говорит он, но она действительно существует – он присутствовал на соревновании по барбекю в Хьюстоне, которое произвело на него сильное впечатление своим размахом. "Это было безумием, я выпил так много пива," – и это соревнование оставило в нем убежденность в том, что розовое шампанское изумительно подошло бы к барбекю. Этот знаток кулинарии и гостеприимства такой опыт предпочитает как для себя, так и для своих гостей, чему-либо элитному: "В отелях вы повсюду обнаружите одну и ту же еду, одни и те же рестораны. Важна подлинность - это гораздо важнее, чем изощренность." Во всех блюдах, которые он подает, эти же теплота и страсть, оттеняющие особенно изысканный вкус. Коллекция Grand Vintage, говорит он, это "обычное меню, одно блюдо на одно марочное вино. Я люблю оба способа приготовления – для дегустации, позволяющей открыть все особенности вина, а также для традиционного ужина. Мы изменяем меню в зависимости от возраста марочного вина и для разных марочных вин готовим по-разному." Поскольку особая еда с 11-ю спальнями заказывается специально, только для одной группы гостей, это непохоже на ресторан. "Мы подготавливаем меню заранее, приблизительно за неделю; у нас только один стол, поэтому готовить и проверять нетрудно. Кухня подобна оркестру. Людям необходимо чувствовать уверенность и хорошее руководство, но в этих рамках им необходима свобода." Он смеется над собой, описывая свою кухню и коллег в восхищенных выражениях, но признает: "Я полагаю, что доверяя небу других людей, я должен проверять."

Японский клейкий рис и икра является его фирменным блюдом – фактура, солоноватость и клейкость и то, как это сочетается с шампанским, являются идеальным примером равновесия, к которому он стремится в своих блюдах. Единственное, говорит он, что уничтожает это равновесие, это уксус; "это убийца вина, я считаю, что с ним готовить трудно. Хотя, если вы добавляете лайм или лимон, они делают его слаще. Кроме этого, иногда тяжело готовить с шампанским! Для меня это расточительство, я предпочитаю готовить с белым вином". Возможно, удивительное признание, но опять же, при том типе шампанского, к которому он имеет доступ, существуют более приятные, чем выпаривание, способы его использования. Его любимое марочное



шампанское – 73 года, как и Бенуа, но что касается вина урожая 2003 года, марочного вина самого недавнего выпуска, представляемого сегодня вечером и обладающего яркими зелеными нотами, он уверен в том, что оно открывает множество вкусовых возможностей.

“Дерзкое, – так описывает Жан Бершо марку 2003, поясняя, что “дерзость генетически свойственна винам – мы любим быть чуточку впереди, и мы можем. В настоящее время мы запускаем марочное вино 2003, но после этого мы будем запускать 2002. Мелкие производители не могут этого сделать, это было бы невозможно для их продукции, но наш глава хранилища, который в течение всей жизни этого вина постоянно его пробовал, полтора года назад заявил, что вино 2003 созреет быстрее, чем 2002. Мы приняли решение с почтением отнестись к этому вину, что не всем было легко объяснить, но мы так поступили, потому что нашей целью является качество.” Пока персонал молча перемещается за складными ширмами, бутылка 2003 года выстреливает, и шеф-повар Данс де-

ласт быстрый глоток, а затем с понимающей улыбкой покидает нас, чтобы вернуться на свою кухню.

Несколько часов спустя роскошные экраны отодвигаются и обеденный стол накрыт – каждое место выделено пятью бокалами Ридель со специальной гравировкой в виде небольшой звезды Молт & Chandon, отмечающей уровень наполнения. Появляется прямоугольный кусок тунца в горчичном соусе, покрытый шелковистым авокадо и глянцевыми бусинами икры, – идеальное дополнение к фруктовому, ореховому и пряному вкусу шампанского 2003. Яркое и энергичное, это вино является продуктом необычно жаркого лета – то, что вспоминается, когда мы перебираем прошедшие годы. Шампанское 1995 подавалось к твердому, жирному ломтику лаврака в традиционном бульоне даши, и вкус морских водорослей придавал этому сочетанию необходимую соленость, а вино 1990 поддержало тему морепродуктов – филе камбалы и куски хвоста лобстера, окружающие шафрановый рисотто. Сочетания продуктов, пряности и ароматические добавки из Азии и Индии действительно усиливались шампанским, но эффект был даже больше, поскольку вкус старых марочных вин становился более ярким и сложным, экстрактивные сахара более дымными и мягкими. Шампанское 1976 было поистине великолепным, изысканным, но насыщенным, с сильным карамельным вкусом, и шеф-повар обыграл его сладость блюдом из неоперившегося голубя, глазированного кленовым сиропом. Для закрытия ужина он представил шампанское 1959 с десертом из фруктового рулета и кофейного мороженого. Это вино само по себе достаточно сладкое, чтобы самостоятельно выступать в качестве десерта.

На следующий вечер, когда еще свежо воспоминание об ароматах из того 50-летнего бокала, на балконе многокомнатного номера отеля Крийон стоит, охлаждаясь, шампанское 2003, окруженное весенним воздухом и не требующее ничего, кроме дюжины устриц и превосходного хлеба. Когда с мягким шелестом выскальзывает пробка, бокал наполняется сотнями лет истории и еще многими годами обещаний и возможностей, готовыми вызреть из чего-то привлекательного в нечто поистине удивительное.

Для создания выдающегося марочного вина необходимо такое особенное стечение разных событий, что удивительно, как такое случается. Во-первых, не должно быть мороза зимой, затем, весной, не должно быть слишком много дождей, а в течение лета, когда прилетает ветер с востока, он не должен принести с собой ни одной градины. Затем, наконец, сама бутылка должна подождать – китайской еды на вынос, или той единственной женщины, или даже просто красивой ночи в Париже – поскольку удавшееся марочное вино, это искушение, погружение в историю, это индивидуальность и вкус восхитительного шампанского. ■