



... ON EESTIKEELNE SÕLTUMATU VEINIKULTUURI AJAKIRI

BESTWINE



VINE, 29. MÄRTS 2016

NIZZA POLE SALAT



TANEL EIGI, 1. JUULI 2016

DION



M

JUTUD

QUO VADIS, BORDEAUX' *EN-PRIMEUR*?

KAS SENINE BORDEAUX' VEINIDE *EN-PRIMEUR*-KAUPLEMISMUDEL, MILLE ALGED ULATUVAD 12. SAJANDISSE, ON ENNAST AMMENDANUD, AJALE JALGU JÄÄNUD JA ON AEG SEE PENSIONILE SAATA? MIS SAAB ÜLDSE BORDEAUX' VEINIDEST? KAS KUNINGAS ON TROONILT TÕUGATUD?



KRISTJAN OTS — 10. MAI 2016

JAGA:



📷 Chateau Margaux peahoone.

Heidame sellele täiesti omaette veinimaailmale pilgu läbi möödunud aasta kevadel aset leidnud Bordeaux' 2014. aasta *en primeur*'i kampaania ja järgmisel kevadel toimuva, kuid juba tuure koguva ja kirgi kütva 2015. aasta *en primeur*'i ralli taustal. Lisame sekka värvi ja emotsiooni läbi siinkirjutaja isikliku kogemuse lõppeva aasta Bordeaux' veinimesi külastusest. Luban, et igav ei hakka.

Kes on kes järgnevas loos ehk miks nende mõtted loevad? Miks ma neid korduvalt tsiteerin ja löike mõnega neist toimunud jutuajamisest vahendan? Nad on lihtsalt hingepõhjani Bordeaux' fännid – britid ja prantslane, kelle soontes voolab *bordelaise*-faktori veri.

Jane Anson on ajakirja Decanter Bordeaux korrespondent, kes elab seal kohapeal aastast 2003. Lisaks on ta Hongkongi South China Morning Posti ja netilehe DecanterChina.com kolumnist. Aga tema suurimaks kingituseks veinimaailmale on raamat „Bordeaux Legends: The 1855 First Growth Wines”, mis avab Bordeaux' kõige nooblimate veinimajade ukсед. Ka on ta kaasautoriks raamatutele „The Wine Opus” ja „1000 Great Wines That Won't Cost a Fortune”, kus ta kirjutab Bordeaux' peatüki. Ta on akrediteeritud õppejõud École du Vin de Bordeaux veinikoolis ning tal on Bordeaux' önoloogia, maakeeli veiniteaduste diplom. Kui tema Bordeaux' veinielu teemal räägib-kirjutab, siis maailm kuulab, hoolega.

Andrew Jefford on ajakirja Decanter legendaarne kolumnist, kes kirjutanud juba aastast 1980. Tema iganädalased blogid nii Decanteri kui ka DecanterChina.com-i veergudel on enim loetud elektroonilised kirjatükid, mis võitnud nimekaid rahvusvahelisi auhindu, sh aasta kolumnisti tiitel, korduvalt. Tema mõtted on väärt ja vaimukas lugemine, vahetu emotsioon, nii ehe, nagu viibiks ise temaga kohapeal. Selleks siinses kirjatükis tema abi kasutamegi.

Steven Spurrier – nüüd tähelepanu – on ajakirja Decanter konsultant-väljaandja ja veinimaailma ühe nimekama veinikonkursi Decanter World Wine Awards eesistuja. Tema veinikarjäär sai alguse Londonis 1964. aastal. Kui ta hiljem Pariisi kolis, avas ta seal veinipoe ja kaks aastat hiljem esimese era-veinikooli Prantsusmaal, L'Académie du

Vin'i. Temalt on ilmunud mitu veiniraamatut. Ajalukku raius ta end aga suurte tähtedega aastal 1976, kui organiseeris sensatsioonilise-dramaatilise võrdleva pimedegusteerimise Bordeaux' nimekate ikoonveinide ja tollal tundmatute California veinide vahel. Ajalugu teab seda nime Judgement of Paris all ja see oli tõesti kohtupäev, mis lõi jäädavalt segamini kõik senised Bordeaux' veinikomuuni ennastimetlevad ideaalid. Sellest on tehtud ka film või lausa kaks. Väärt vaatamine. Steven Spurrier on aga praegu tõenäoliselt kõige vihatum ja samas kõige armastatum mees Bordeaux' veiniringkondades.

Ronald Rens on elunautleja ning asutanud Bordeaux Wine Magazine'i, mida jälgib ca 20 000 Bordeaux' veini fänni üle kogu maailma. Ta korraldab igal aastal eksklusiivseid, kalleid, aga viimse kui kohani väljamüüdud veinireise Bordeaux' parimatesse veinimajadesse ja on väga soojades suhetes kõigi Bordeaux' *first-growth*-veinimajade omanike-juhtidega-veinimeistritega. Oma mees Bordeaux's. Ronaldil on meie loos ka veel teine, väiksem roll – tänu talle ühe ajaloolise foto eest.

Seiklus algab.





Corinne Mentzelopoulos ja Sir Norman Foster



Vaid üheks öhtuks püstitatud peotuum.



Võõrustaja Corinne Mentzelopoulos koos loo autoriga.

KUIDAS TOIMIB *EN PRIMEUR*?

Praeguseks välja kujunenud Bordeaux' veinide *en-primeur*-kauplemissüsteemile pandi alus kauges minevikus, juba 12. sajandil, kui veini hakata müüma ja transportima suurtes veinivaatides. Veinimajad müüsid oma vaatides lõpuni valmimata noorveini vahendajate kaudu negotsiantidele, kes toimetasid selle laevadega Prantsusmaalt Inglismaa aristokraatidele, peamiselt. Pikal mereteel oli veinil kenasti aega vaatides küpseda. Lõplik veinisegu ja küpsusaste oli pudeldamise käigus negotsiandi, mitte veinimaja otsustada. Nii oli siis.

Tänapäeval toimivas *en-primeur*-mudelis on rollid muutunud, kuigi põhimõte on jäänud suuresti samaks: endiselt müüakse noort, veel valmimisjärgus veini, mis tarbimiseks hästi ei passi. Ainult et nüüd määrab kogu veini sünniloov viinamarjade korjamisest kuni lõpliku pudeldamiseni veinimaja.

Aabitsa järgi on *en primeur* Prantsuse veinikaubanduse termin tulevikuveinile (veini futuur või maakeeli tulevikutehing), mis müüakse enne, kui vein pudeldatakse, tavaliselt aasta pärast *en primeur*'i müügikampaaniat. Toimib see järgnevalt. Igal kevadel pärast eelnenud aasta sügiskorjet pudeldavad kõik mainekad ja endast lugupidavad Bordeaux' *grand cru* klassifikatsiooniga veinimõisad vaadinäidisena noorveinid, mida ühe aprillinädala jooksul tulevad mekkima veinikauplejad ja -kriitikud üle maailma. Kümned tuhanded ummistavad Bordeaux' teed ja tänavad. Veinimõisate ukсед on avatud. Seejärel, maikuu jooksul, panevad veinimajad mingi koguse oma värsket aastakäigust müüki väljalaskehinnaga. Täpset hinna avaldamise päeva pole veinimajadele fikseeritud ja käib kassi-hiire mäng, kõik jälgivad kõiki: kes mis hinnaga välja tuleb. Müüki lastud kogused müüakse Bordeaux' veinimaakleritele-vahendajatele ehk negotsiantidele, kellest igaühele on rangelt määratud, millele ja kui paljule neil on õigus. See õigus tuleb välja teenida aastate jooksul. Seejärel paiskavad negotsiandid ostetud kogused oma müügikanalitesse, määrates igaüks juba oma hinna. Ja kogu see protsess käib virtuaalveiniga, ükski pudel füüsiliselt omanikku ei vaheta, vaid kõik need veinid jäävad veel aastaks veinimajade keldritesse vaadis küpsema.

See pealtnäha keeruline süsteem toimib, sest nii on see ju kogu aeg olnud. Veinimõisad vähendavad nii oma riske keskpäraste aastakäikude realiseerimisel ja „raha kohe kätte“ sobib neile hästi. Kellele ei sobiks? Tegelikult on süsteemi käigus hoidev mootor ahnus ja hirm. Negotsiantidel nimelt pole eriti valikut, nad põhimõtteliselt peavad ostma, mis neile eraldatud, isegi kui tegemist on kehva aastakäiguga. Kui mõni seda ei tee, vähendab veinimaja järgnevatel aastatel, mis võivad olla suurepäraseks, temale määratud kogust ja seda ei taha keegi, kui on soov süsteemis püsida. Ja kogu seda süsteemi toidab tugev nõudlus Bordeaux' veinide järele kogu maailmas. Või kas alati toidab?

EN PRIMEUR 2014

Ronald Rens postitab oma Bordeaux Wine Magazine'i veergudel juuni keskpaigas enam kui 20 000-le Bordeaux' veini huvilisele järgmise sõnumi lõpusirgel *en primeur*'i kampaania kohta: „Alustame heade uudistega, 2014. aasta on parim pärast 2010. aastakäiku. See aga ei ütle meile eriti midagi, kuna nende vahele jäänud viimased kolm aastakäiku olid rasked. Mulle tundub, et 2014 on üldjoontes väga hea aastakäik, mis pakub naudingut ja rõõmu veinisõpradele keskpika laagerdumispotentsiaali juures. 2014 ei ole kuulu muidugi aastatuhande

säravaimate tähtede hulka ega konkureeri erakordsete 2009. ja 2010. aastatega, aga see väärub kindlasti teie tähelepanu, kui hind on õiglane ...” See jutt aga iseloomustab vaid jäämäe tippu.

Jane Anson, kes on elanud *en primeur*'i rütmis 24/7, maalib peaaegu samal ajal ajakirja Decanter lugejatele aga märksa tõetruuma pildi olukorrast ja see on vägagi intrigeeriv. Loo pealkiri on „Mis siis nüüd, Bordeaux' *en primeur*?”. Ta juhatab teema sisse järgnevalt: „Esiteks, teile kõigile teadmiseks, et enamik asjaosalistest, keda ma Bordeaux' *en primeur*'i kampaania käigus intervjuueerin, ei soovi, et ma nende nimesid nimetaksin. Te peate lihtsalt mind usaldama, et kõik need inimesed on respektieritud insider'id, kel on toimuvast detailne ja tõetruu info.” Üks nendest, Bordeaux' kõrgema klassi veinimõisate edasimüüja, kelle aastasest müügikäibest tuleb üle poole *en primeur*'i kampaaniast, pahvatab keerutamata: „Me näeme süsteemi viimaseid hingetõmbeid. See on läbi.” *En primeur*'i apokalüpsis on käes. „Veinimajad on teinud kristallselgeks, et ei soovi enam toita traditsioonilist müügivõrku,” kütab ta kirgi.

Kas tõesti üritavad veinimõisad *en primeur*'i süsteemi lõhkuda, sealt lahkuda?

Mike Supple (www.supplewine.com) kirjutas juba 2008. aasta WSETi kursuse diplomitöös teemal „Bordeaux' *en primeur*'i süsteemi minevik ja olevik”: „En primeur'i süsteem lakkab senisel kujul töötamast ja sinneroole asjad vaikselt liiguvad. Tulenevalt nõudlusest soovivad tootjad teenida negotsiantidest edasimüüjatega võrreldes senisest enam. Kuigi paljud veinitarbijad väljendavad üha enam pahameelt raketina kerkivate hindade üle, tuleb peale üha uusi Bordeaux' veini huvilisi, kes on valmis seda hinda maksma. Investeeringud viinapuuaiadesse ja veinivalmistamisprotsessidesse vähendavad halbade aastakäikude juhuslikkust, kindlustades aga üha enam heade ja väljapaistvate veiniaastate tõenäosust. Nii pole tootjal enam vaja negotsianti, kes aitaks kehva aastakäiku võimalikult kiirelt rahaks sulatada.” Veinimajad saavad äkitsi ise suurepäraselt hakkama oma parimate palade küpsetamise ja realiseerimisega. Château Latouri loobumine 2014. a kampaaniast võib ollagi pretsedent, mis lumepallina veerema hakkab. Elame, näeme. Igal juhul on veinimõisad andnud signaali, et soovivad senisest suuremat koogitükki, mis võib tähendada, et negotsiantide lauale jäävad raasukesed. Mõistagi tekitab see viimastes pahameelt. Aga karavan liigub omasoodu ...

2014. a *en primeur*'i kampaania statistika võtab kokku, et ainult 19% veinimajadest lasi oma veinid välja alla 2013. a hinna ja 17% hoidis hinda. Samas, need „normaalsed” hinnastajad andsid veini välja näpuotsaga, viidates keskpärasele saagikusele. Ülejäänud 69% aga tõstis hindu, ja mitte vähe: keskmiselt 8% võrreldes 2014. ja koguni 36% võrreldes 2008. aastaga. Tuletame meelde, et 2014 oli keskpärane veiniaasta nagu ka 2008. Samad sõnad ... erinev viis.

Mis siis nüüd juhtub? Kas tõesti kaevavad veinimajad auku *en primeur*'i süsteemile, lükkavad eemale käe, mis on neid seni toitnud nii rasketel kui ka helgetel aegadel? Kas Château Latouri käitumine on nakkav ja veinimajade keldrid on pilgeni veini täis, ootamas nii veini kui ka hinna küpsemist? Kui nii, siis miks sellest keegi kõva häälega rääkida ei taha? Samas ei taha keegi asjaosalistest-küsitletutest uskuda teooriat, et veinimajad on valmis seppsenud kurja salaplaani, mida peale nende keegi teine tea ... veel. Küll aga levib oletus, et 2014 oli kvaliteedilt märksa lootusrikkam aasta, aga negatiivselt ülesköetud turg polnud valmis selle eest „õiglast” hinda maksma. Tootjate meelest.

Ja nüüd tuleb pauk, mida keegi oodata ei osanud. Andrew Jefford võtab kampaania kokku morbiidse loosungiga: Bordeaux' 2014. a *en primeur*'i kampaania on läbikukkunud. Sellise kaliibriga arvamusiidriit on see šokeeriv sõnum. Kas tõesti on asjad nii halvad?

Vaatame fakte. Ühendkuningriigi juhtiv Bordeaux' kaupleja Farr Vintners leidis 2014. a *en primeur*'i kampaania käigus ostjaid vaid 2,9 miljoni naela eest; võrdluseks: 2012. aastal oli see summa olnud 8,5 miljonit ja 2011. aastal 12,6 miljonit naela. Seejuures olid mõlemad, nii 2011 kui ka 2012, tasemelt nõrgemad aastakäigud kui 2014! Miskit kisub ikka päris viltu, tundub. „Veinid olid selgelt ülehinnatud,” kommenteerib Tom Hudson Farr Vintnersist. „En primeur'i süsteem on praegu katki ja meie kliendid on (õigusega) kaotanud usalduse selle vastu.”

Andrew Jeffordi kolleeg Jane Anson kirjeldab olukorda ilmekalt ja valab õli tulle: „Juhtivad Bordeaux’ veinimajad elavad oma hinnamudeliga justkui paralleeluniversumis ja paljud nende pikaajalised ustavad Bordeaux’ veini sõbrad valmistavad ette lahutuspubereid ning on avatud uutele väljavaadetele.”

Niisiis, kuhu minna uut mõrsjat otsima? Valikut on küll, keegi ei pea üksi jääma. Vana maailma klassikalised veinipiirkonnad Burgundia, Rioja ja Rhône’i org on pikkade perekondlike traditsioonidega, laitmatu kasvatuse ja väljapeetud kommetega. Itaalia on seksikas ja nendesse veinidesse on kerge armuda. Uue maailma veinid pakuvad seiklus- ja avastamiserõõmu. Veinimaailm on ahvatlevalt lai ja meeliterutavaid piirkondi jagub. Ja kõik need pole sugugi nii kallid pruudid kui Bordeaux.

KUIDAS ÕNNESTUKS BORDEAUX’ TITANIC AEGLASEST UPPUMISEST PÄÄSTA?

Jane Anson, kes küsitles 2014. a *en primeur*’i kampaania raames hulka mõisaomanikke, veinimeistreid, negotsiantide ja suurostjaid, rohkem ja vähem tähtsaid Bordeaux’ veinielu tegelasi ning kriitikuid-arvamusliidreid, viskab välja päästerõnga ja püstitab järgnevad ellujäämiskursuse teesid. Sekka siinkirjutaja mõtted. Nõustuge ... või protesteerige valjuhäälselt ... või vaikige igavesti?



Edasimüüjad-negotsiandid on kaotanud oma mõjuvõimu veinimajade üle.

Tänapäeval, tundub, on veinimõisad-tootjad justkui õnnistatud seisus. Nad teavad, et nende keldrites on väärt kraam, veinilapsuke, kes aja jooksul kosub kenasti ja sirgub lõpuks ülikuks veiniringkondades. Kas siis rahaliselt ei hakka pitsitama? Tundub, et mitte. Intressimäärad rahaturgudel on ajaloo madalaimad. Mõisad on jõuliselt investeerinud uute hoiukeldrite rajamisse, ruumi on seal kokku rohkem kui iial varem. Seni kuni pisku müümisega jooksvad kulud kaetud saab, ei ole mõisahärradel mingit tahtmist ega vajadust võidelda edasimüüjatega „mingite sentide” pärast. Hea, et üldse saad, tundub olevat hoiak.

Ärimudeli „ostan kokku odavalt, müün kohe kallilt edasi” aeg on otsas.

Viimased aastad alates 2009ndast on selle „traditsiooni” lammutanud, lõplikult. Ja seda ei paista ka keegi taga nutvat. Tarbija seisukohast, ilmselgelt. Soovitus edasimüüjatele, nii sees- kui ka väljaspool Bordeaux’ piire: tehke tuba korda.

First-growth-veinimõisad on säilitanud oma mõjuvõimu ja kontrollivad endiselt turgu, aga ei domineeri enam teiste, madalama klassi naabrite üle.

Vasakkalda, Médoci piirkonna 1. klassi *crème-de-la-crème*-veinimajad olid kõik 2014. a *en primeur*’i kampaania edukaimate hulgas. Nad seadsid küll lati kõrguse, normi, mis ostjatele läbi higi ja pisarate enam-vähem sobis, kuid jättis piisavalt vabad käed nn superteistele (2.–5. *growth*) veinimajadele oma hinda kujundada. Nii võis teisejärguline veinimaja oma hinda oluliselt rohkem üles kruvida, kui oli esikmajade keskmine hinnatõus. Seni ajaloos suhteliselt ebatavaline. Ja paljud soovisidki suuremat tükki *en primeur*’i senipakutud pirukast.  
Oli ka üks erand ...

Château Latour on riik riigis oma naabrite keskel ja tema mõju on suur. Järgides nende uut strateegiat „hoia ise ja müü hiljem küpseid aastakäike” (korjates suurema osa koorekihist), otsustasid paljud naabermõisad ka oma keldrid täita, viies praegu turule pisku ja lootes helgemale tulevikule. Siinkirjutaja kõhutunne küll ütleb, et mis sobib ühele, privilegeeritud staatuses veinimajale, ei pruugi õnne tuua teistele. Latour on Latour, siin ei saa nagu miskit väga valesi minna. Naabritel? Aga kes need naabrid üldse on? Copy-paste ei toimi alati.

Veinimõisad peavad nüüd ise tulema tarbijale lähemale sõprust sobitama.

Kui tootjad ei jäta enam piisavalt „rasva” edasimüüjatele, peavad nad ise laua katma, olema senisest palju aktiivsemad ja tegema end nähtavaks. Vaikselt on veinimajad juba mõned aastad nimetanud ametisse veinisaadikuid, sisenenud restoraniärisse, korraldanud suurejoonelisi vastuvõtte-veiniesitlusi, ehitanud välja

külustuskeskused, kus veinimõisa aiad ja keldrid on avatud kõigile veinihuvilistele. Veiniimportijana tunnen sellest suurimat heameelt. Veinisõbrana-tarbijana veel suuremat. Kõike on saada, kui ilusti küsida. Oleme sellest ka siin juba osa saanud. Nii tootja kui ka kõige suurem ja ilusam Bordeaux' negotsiant tunneb huvi, kus see Estóni asub. Nii sooja ja avatud suhtumist oma kogemusest nagu ei mäletagi. Või oskavad nad vähemasti ilusti teeselda.

Aga äkki oleks nutikas ...

Kui müüks õige kogu aastakäigu veini kahe päevaga ja puhkaks ülejäänud aja kusagil soojas palmi all? Annaks *en primeur*'i kampaania raames soodsa hinnaga ära ja laseks negotsiantidel teha kogu töö? Aga kuidas mõjutab otsus „viin oma naha täna odavalt turule” sinu high-end-kuvandit, mida sa aastakümneid oled üles ehitanud? Autode keeles näitlikult, meelevaldselt: olen täna vahelduseks Renault, homme jälle Rolls-Royce (vabandust, Renault' omanikud, see on ka korralik auto, aga paraadile ei lähe). Sobib? Seda ei soovi keegi katsetada, vist. Lihtsam oleks müüa kogu kupatus naha ja karvadega mõnele rikkale hiinlasele, kui enam ei viitsi veinimajandusega tegeleda. High-end-tarbija soovib vastavat kohtlemist ja tähelepanu, pidevalt, allahindluseta. Bordeaux' negotsiandid-edasimüüjad peavad veinimajade uue strateegia omaks võtma.

Kui kõik põristavad ühte trummi, jõuab sõnum maailma. Kuigi see uus reaalsus edasimüüjatele praegu sugugi ei meeldi, on see pikas perspektiivis neile mõistlik valik. Negotsiantidel on toimiv müügivõrgustik ja vajalikud oskused, et parimat müüa. Ja Bordeaux' *grand cru* hinnalipiku juures pakub ka senisest väiksem marginaal piisavalt teenimisvõimalusi. Rahvas tahab margiveini, mõistliku hinnaga. Ja kelle keldris see küpsenud on? Jagagu veinimaja ja negotsiandid omavahel.

Soovidega peab olema ettevaatlik.

Süsteem, millele *en primeur* tugineb – tarbijaga arvestav –, on välja kujunenud alles 1980ndatel ja Bordeaux leiab uue tee, kuidas end müüa, kui see peaks tõesti vajalik olema. Aga bordookate katse Latouri teha on suhteliselt kaugel arusaamast, et tarbijat-veinisõpra tuleks mõista (ja arvestada), ning päriselus ei pruugi see tööle hakata. Ja kindlasti mitte siis, kui *en primeur*'i kampaania ajal veel tootjate keldris vaadis küpsevate noorte veinide hinnad on järjepidevalt samal tasemel kui nende vanematel vendadel, mis pudelites juba avatud turul ja mille müügihind veinimajade kontrolli alt väljas. Näitlikult, turul maksab 2008. aastakäigu (väga korralik aasta) Bordeaux' klarett, praegu sama palju (või mõningatel juhtudel isegi vähem) kui 2014. a *en primeur*'i „virtuaalolekus” tulevikuvein ning mitte palju rohkem kui 2008. a *en primeur*'i kampaania ajal. Mis mõtet oleks siis tootjal olnud seda (ja oma raha) oma keldris kinni hoida? Siinjuures on väga oluline mitte unustada, et iga veinibränd kaotab oma väärtust ja mõju, positsiooni, kui turg ei saa seda tarbida. Pärast istud üksi oma hunnitus veinikeldris.

2014. a *en primeur* näitas selgelt, et midagi peab muutuma, süsteemi tuleb täiustada ja arendada, hoolimata sellest, kui ebamugav see kõigile osalejatele on. Milline see saab olema, ei ole selge. Aga senine ennastimetlev müügavustsoonis istumine, „nii on ju kogu aeg olnud, et sina kratsid minu selga ja mina sinu oma” – see peab muutuma. Tsiteerin siinkohal jälle Andrew Jeffordi mõtteid, kes kutsus bordookaid üles olema „räpasem, usutavam, inimlikum, otsekohehem, šokeerivam, ehedam”, et anda veininautlejatele „põhjust (taas)uskuda nende veinidesse, mitte põhjust olla Bordeaux' suhtes küüniline”. Ta usub, et kindlasti on olemas viis, kuidas „näpistada (ei pea kohe raputama) Bordeaux' tuima mudelit nii, et see pakuks tsipake rohkem elevust ja vabameelsust; muuta kergelt mängu ja sõnumit; lasta džinn pudelist välja jalutama ja lisada sinna pisku lapselikku rõõmu”. Santé!

Nüüd *fast-forward* oktoobrisse 2015.

2015: BORDEAUX ON TAGASI!

Veinijumal on olnud armuline, lõpuks ometi jälle. Parim veiniaasta pärast 2010ndat on tõsiasi. Saak on edukalt ja viinamarjade parima tervise juures koristatud ning meeleolu ülev. Bordeaux tantsib ja rõõmustab. Ootused on suured. Elu keeb. Ja kuidas veel. *It's show time!*

Mis toimub aga eesriide taga? Vot see meid huvitab.

„Hetkel on veel vara öelda, kas 2015 tuleb väga hea või suurepärase aasta,” ütleb Eric Boissenot, kes töötab Bordeaux' *first-growth*-veinimajadega, aga ka paljude teiste väljapaistvate tootjatega. „Igal juhul paistab see paljulubav.”

Ajal, kui veinimajades pressitud viinamarjamahl alles käärib, müüvad Bordeaux' negotsiantid oma ladusid tühjaks, et teha ruumi kirgi kütvale ja lootustandvale 2015. aastakäigule. Aga. Isegi väga hea saak ei ole kuldne lahendus *en primeur*'i süsteemi probleemidele, mis on käärinud viimase viie aasta jooksul. Need ootavad endiselt lahendamist, pingeid on tootjate ja edasimüüjate vahel jätkuvalt. Väljapaistvad aastad, nagu seda lubab 2015, pakuvad aga võimalust taastada ja tsementeerida sõprussuhteid. Negotsiantidel on mõistlik hammastega hoida kinni oma aastatega väljateenitud *en primeur*'i eelbroneeringutest, maksu mis maksab. Hoolimata teadmisesest, et hea aasta tähendab eesootavat märgatavat hinnatõusu, mis teeb ostjate leidmise omaette väljakutseks. Seega, ei mingit maadejagamist ega murede klaarimist. Fookus on mujal. Paljud negotsiandid manööverdavad oma varudega, et teha need rahaks ja otsustavalt kaasa lüüa 2015. a *en primeur*'i kampaania parimate veinide jagamisel, saada sealt võimalikult suur tükk.

Samuti on vähetõenäoline, et õnnestunud aastal katsetavad veinimajad Château Latouri 2014. a kampaania strateegiat ja hoiavad *en primeur*'i müükidega tagasi, et hiljem suurema kasuga müüa. Seda plaanivad teha negotsiantid. Just edasimüüjad on võtnud selle suuna ja müüvad vanemaid aastakäike. Suund, mida turg ühe enam nõuab. Ja need suured-tugevad, kellel on korralikud küpsete Bordeaux' aastakäikude varud, on praegu parimatel positsioonidel ning valmis kevadel ees seisvaks 2015. a *en primeur*'i kampaaniaks.

Põhjust neil optimismiks on, ei saa salata. Sest ...

HINNAD KERKIVAD PILVEDESSE. CHÂTEAU MARGUX NÄITAB TASET JA SUUNDA.

Väärt veini huvilised pole sugugi väsinud ega tüdinenud Bordeaux' tippveinidest, kui neid õigel ajal, õiges kohas ja õige komplektina-paketina pakkuda. Lõppeva aasta oktoobri keskpaigas toimunud Sotheby veinioksjonil New Yorgis käis äge andmine. Château Margaux' veinide oksjon korjas ostjatelt 2,77 miljonit USA dollarit, pea topelt nii palju kui ennustatud 1,4 miljonit dollarit. Bang! See tulemus annab ninanipsu (ja päris korraliku) neile skeptikutele, kes tembeldasid Bordeaux' eilse päeva uudiseks. Kaugel sellest. Bordeaux on kuum. Kuigi jah, oksjoni-scene on vaid üks tükk suures veinikaubanduse pildis. Aga päris ere ja furoori tekitav. *First-growth*-veinimajade parim söber ja suhtekorraldaja.

Château Margaux' aastakäigud, mis oksjonil müüdi, pärinesid aastatest 1900–2010. 750 ml pudel Margaux' 1909. aasta veini, mis oli 1979. a mõisas uue korgi alla suletud, müüdi 9188 dollari eest (ennustus oli 2800 dollarit). Nende hilisematest aastakäikudest äratas ostjates enam huvi taganõutud aasta 2000 ja 12-pudelise kasti hind tõusis 15 000 dollarilt 36 750 dollarile. Neid müüdi mitu. Oksjoni täht oli Margaux' vertikaalkollektsioon 1,5-liitristes magnum-pudelites aastakäikudega 1978–2012, mis kandsid veinimõisa tegevjuhi Paul Pontallier' isiklikku allkirja. See komplekt müüdi 67 375 dollari eest.

Raske on nii neid arve aduda. Aga kerime aega mõned kuud tagasi ja kõik saab selgemaks. 11. mail avaldab Château Margaux esimeste seas Bordeaux' *en primeur*'i kampaania raames oma 2014. a veini väljalaskehinna: 240 dollarit 750 ml pudeli eest.

See peaks aitama mõista, või siis õigustada maailmale, kus peitub Bordeaux' tippveinide tõeline väärtus. Miks

käib nende ümber selline tants ja trall. Miks on korralik klarett (kulda)väärt investeering. Ja miks on sealseid veinimõisad viimase enam kui kümne aasta jooksul investeerinud sadu miljoneid eurosid viinapuuaedade uuendamisse ning veinivalmistamise ja -hoiustamise vahenditesse.

Värskeim neist, seesama Château Margaux, avas 14. juunil oma ajaloolise mõisa ukse suurejooneliseks galaõhtusöögiks pressile ja hoolikalt valitud külalistele, et tutvustada äsjavalminud uut veinivalmistamise hoonet ning veinide hoiukeldrit (hellitava nimega raamatukogu), mis mahutab kümneid tuhandeid väärtuslikke Margaux' veinipudeleid ... alghinnaga 240 eurot pudel, jah. Selle kambri sisu väärtus võib olla samas suurusjärgus Eesti riigi 2016. a eelarvega. Või suurem. Või väiksem. Mine võta kinni. Corinne Mentzelopoulos, kes võttis mõisa juhtimise üle oma isalt pärast viimase surma aastal 1980, tervitas avakõnes kohale saabunud 480 külalist, et uued hooned väärikalt sisse õnnistada. Oli ka siinkirjutajal au sellel üritusel viibida ja on siinkohal au lugejatega vahetuid elamusi jagada.

Hoonete arhitekt on lord Norman Foster. Ei saanud ka siin ju kuidagi latti alla lasta. Château Margaux' veinide uus kodu valmis täpselt 200 aastat pärast seda, kui oli ehitatud mõisa peahoone. Sisustatud on uued ruumid veinivalmistamise moodsaima varustuse ja tehnikaga. Kõik särab. Ilus, miks ta siis ei ole.

Samast klassist on ka galaõhtusöök. Õhtu eelarve jääb muidugi saladuseks aga etendus on vägev. Tõeline (jõu)demonstratsioon. Catering'i teeb 480 inimesele Guy Savoy, Michelini kolmetärnirestorani chef oma armeega. Õhtusöögi saaliks, ja ainult selleks tarbeks ühel õhtul, on rajatud spetsiaalne ehitus (ei, see pole mingi telk), mis pea sama kõrge mõisa endaga. Laudadel kõrguvad eluslilledest ikebanad ja isegi laudlinad on Château Margaux' motiividega. See kõik aga on alles eelmäng.

Õhtu jooksul serveeritakse ühe katuse all publikule kõigi 61 Conseil des Grands Crus Classés en 1855 klassifikatsiooni kuuluva veinimõisa veini, sh kõik viis *first-growth*-maja: Haut-Brion, Latour, Mouton Rothschild, Lafite Rothschild ja Margaux. Igalt majalt paraadvein kahest aastakäigust, üks 2006 ja teine kas 1996 või 1986. Ma vist näen und, mõtlesin. Õnneks mitte. See kõik juhtus minu silme all, päriselt.

Õhtu peaesineja on muidugi Château Margaux, nende 1985. a aastakäik, mida peetakse selle kümnendi silmapaistvaimaks. Serveerituna pearoa kõrvale. Õhtusöögi lõppedes vahetasin muljeid Steven Spurrieriga – ajakirja Decanter konsultant-väljaandja ja Decanter World Wine Awardsi veinikonkursi eesistujaga –, kes ei varajanud oma vaimustust 1985. a Margaux' üle: „Erakordselt lummas aroom, tekstuuri täidlus, elegants ja meistiklass. Suursugune vein, parim, mis Margaux' piirkonnal pakkuda on. Raske on kujutada ette peenemat veini, peenemas õhkkonnas.” Ei pidanud olema just Bordeaux' professor, et temaga nõustuda. Ja ei rääkinud ta seda niisama, hetkeajendil. Hiljem sel aastal, tähistades ajakirja Decanter 40 aasta juubelit, valis herr Spurrier 1985. a Château Margaux' oma aasta veinielamuseks.

Kui juba laristamiseks läks, palusin õhtusöögi peasommeljeel endale 1985. a Château Margaux' veini kõrvale serveerida 1986. a Château Lafite Rothschild'i. Võrdlemiseks. Ja isikliku soovunelma rahuldamiseks, mis siin salata. Ja pean kordama Steven Spurrieri sõnu Margaux' veini kohta. Need veinid on ikka päris ulme, üks-kõrd-elus-kogemus. Kõik need viis Bordeaux 1er Cru Classé veini.

Õhtusöögi lõppakordiks serveeriti koos desserdiga klaasike 1988. a Château d'Yquem'i „meejooki”, legendaarset ja kõige hinnalisemat dessertveini Sauternes'i piirkonnast, Bordeaux' lõunapoolsest otsast. Õhtu lõppedes oli õhk Bordeaux' pärlitest paks. Lahkudes muljetavaldavast Chateau Margaux' veinimõisast, peatusin nende uue veinikeldri ukse ees, mis säras kutsuvalt tähistäeva all, ja mind kummitasid kahetised mõtted. Rohkem lihtsalt sellel hetkel enam pähe ei mahtunud.

Ühelt poolt, ma õppisin Bordeaux' veinide kohta ilmselt selle ühe õhtuga rohkem kui kogu senise enam kui 20-aastase veiniärikogemusega. Liialduseta. Küll mitte päris kaine mõistusega, aga siiski, mitte arvesse võttes selgelt ülevoolavat erutatud meeleolu äsjakogetud maitsete ja emotsioonide paraadil.

Teisalt, trummeldas peas mõte, kui 1985. aastakäigu Château Margaux oli täpselt nii äge vein, nagu ta just

mekkis, siis kas pärast kõiki neid meeletuid investeeringuid ja parendusi saab veel vinti peale keerata ja luua midagi veel erakordsemat? Kas see kõik on seda väärt? Kas ei kao veinitehnoloogia ja -valmistusprotsesside moderniseerimisega viimanegi emakese looduse roll veini hinge kujundamisel? Kõik aetakse nii peeneks, et igasugune juhuslikkus, ettearvamatus ja ootamatu avastusrõõm kaob. Isegi keskpäraste kasvutingimustega veiniaasta toodang lihvatakse kohe-äraajoomiseks-valmis-karakteriga veinideks. Veel 20 aastat tagasi kehtis reegel (üks paljudest), et kehvad aastal tasub pigem osta parimate veinimajade teist veini, kuna selle valmistamiseks kasutati ohtralt viinamarju, mis tavapäraselt veinimaja paraadveini maitset kujundasid. Ajalugu näitab, et nii mõnigi suur ja vägev veinimaja on ikka väga õnnetul aastal oma parimast veinist üldse loobunud. Teinud nooblitest marjadest teist veini. Nii sündis 1930. aastal näiteks Mouton Cadet, Bordeaux' esimene veinibränd, kui parun Philippe de Rothschild ei pidanud Château Mouton Rothschildi veiniaia saaki mõisaveini vääriliseks. Täna oleks see mõeldamatu. Või mitte? Jätan need fantaasiad järgnevateks aastateks settima.

Hingerahu huvides, või siis üleskõetud uudishimust, võtsin järgmisel hommikul Bordeaux' veinimesil toimunud Almaviva meistriklassi lõppedes nõobist kinni nende peaveinimeistril monsieur Michel Frioul. Selgituseks neile, kes pole veel sügavat veiniusku ja veinijumalat ei kummarda, et järgnevat mitte sisutühjalt lugeda: Almaviva oli algselt selline kosmiliselt ambitsioonikas veiniprojekt, kus Bordeaux' kuldseesse *first-growth*-viisikusse kuuluva Château Mouton Rothschild'i tiim pakkis hiljuti meie seast lahkunud paruness Philippine de Rothschildi eestvedamisel oma teadmiste ja kogemuste kohvri ning suundus 1990ndate lõpus üle ookeani, et ellu kutsuda Franco-Tšiili supervein. Ülesande püstitus oli, et Tšiilis tehtud klarett mekiks sama hästi kui Bordeaux' parimad palad. Partneriks valiti kohalik veinikuningas-tootja Concha y Toro ja piirkonnaks Puente Alto. Ja nii sündis esimene Tšiili terroir'i vein, mis ühendab endas vana ja uue maailma parimad veinigeenid. Seda projekti on algusest peale tänaseni juhtinud seesama Michel Friou. Esitasin talle „lihtsa” küsimuse ja viitasin eelnevas lõigus kirjeldatud kahtlustele: „Kas Bordeaux pole enam kunagi endine?” Intelligentne härra ma-tean-Bordeaux'-veinide-hingeelust-kõike jäi mõttesse, korraks, aga tema vastus ... puhas kuld. Ta küsis: „Kuidas sa võrdled kahte, nii sisemiselt kui väliselt kena, peent ja väljapeetud, aga juba eluküpset naisterahvast, üks 20ndates, teine 40ndates?” Me rääkisime endiselt veinist, jah! „Kas on õiglane esitada küsimus, kas daam 20ndates võiks olla kuidagi väarikam siis, kui ta jõuab 40ndatesse? Või kas 40ndates daami „parim enne” jäi tema 20ndatesse? Kumba eelistada?” Paus. „Nad on mõlemad parimad kaaslased täna, homme ja ülehomme.” Braavo. See loksutas kõik minu kõhklused (ja teadmatuse) Bordeaux' veinide olemuse ja nende tuleviku suhtes kenasti paika. Andis suuna edasiseks. Bordeaux on Bordeaux. Ja nii ongi. Võta või jäta. Mina võtan, pole kahtlustki.

Võin julgelt väita, vähemasti endale, et Bordeaux on päris kindlalt, ja igati põhjusega, üks väarikamaid veinivalmistamise piirkondi maailmas, kus valmivad veinid on oma erakordsuses avastamist väärt. Punkt. Müüdagu seda mistahes süsteemi alusel, *en primeur* või mitte. Meeldib see meile või ei. Müüdüd. Iga küpses eas Bordeaux Premier Cru Classé veinipudeli avamine on sündmus ja toob elevust ruumi isegi kõige kogenumate sommeljeede seltskonnas. Fakt. Aastad pole küll vennad ja pärlite seas on hulgaliselt keskmikuid, aga see just veinide nautimise põnevaks teebki. Ehk kui keegi kunagi kusagil avab mõne väarika, enam kui 20 aastat küpsenud Bordeaux' *grand cru* veini ja vajab seltsi selle nautimiseks, võib mulle une pealt helistada, nagu üks tuttav kogunud veinilemb mulle kunagi ütles. *In vino veritas*.