



Toivo Voit  
VINE kolumnist

## Vigadeta veinikaardi koostamine

Oktoobri lõpul kuulutati välja 50 Eesti parimat restorani ning kiiduväärselt anti esimest korda eraldi tunnustus parimale joogipakkujale – seekord restoranile Ribe. Parima joogipakkuja väljaselgitamiseks hinnati ka võistluses osalejate joogikaarte – sellega seoses analüüsis allakirjutanu žürii liikmena läbi kõigi 50 Eesti parima restorani joogikaardid.

Järgnevalt tahaksingi jagada oma muljeid nende sagedasematest puudustest ning anda restoranipidajatele ja sommeljeedele kaardi parandamiseks nõu. Esialgu käsitleme vormi ning seejärel peatume sisulisel poolel. Põhitähelepanu pöörame veini kui kõige detailrikkama joogi kirja-panekele.

Alustaksin sellest, et ei ole olemas ei sisu ega kujunduse poolest ühte ja ainuõiget, ideaalset ja kõige paremat joogikaarti. Küll aga on olemas üsna piiratud arv vigu, mida kaardi koostamisel ikka ja jälle tehakse ning mille vältimine on jõukohane igapähele, oleks vaid soov ning paar tunnikest aega.

### KUJUNDUS OLGU LOETAV

Paigutage tekst loogiliste osadena, eristage need omavahel lahkelt tühja pinnaningelgetevahepealkirjadega. Tekst olgu sellise suuruse ja kontrastsusega, mis võimaldab kirja lugeda ka restorani hubases hämaruses. Kui te ei suuda vastu panna kursiivi kasutamisele, olgu tähed veelgi suuremad. Ärge püüdke täita tekstiga kogu lehepinda.

### ÜLESEHITUS OLGU LOOGILINE JA ÜHTLANE KOGU KAARDI ULATUSES

Üsna levinud on kaardi ülesehi-

tus veinistiilide järgi kergematelt raskematele ja kuivematelt magusamatele. Järgige seda skeemi ja te ei eksi. Mulle tundub, et kliendi jaoks on kõige lihtsam leida talle sobiv vein joogikaardist, mille ülesehituses on järgitud enim levinud järjekorda: aperitiivid (kuivad šerrid, vermutid), šampanjad, teised vahuveinid, valged veinid, roosad veinid, punased veinid, kangendatud veinid ja dessertveinid. Valged ja punased võib pikema nimekirja korral jagada veel kergeteks ja täidlasteks.

Stiilipõhise ülesehituse sisemised alajaotused võiksid olla riikide ja piirkondade kaupa. Alajaotuse piires tuleks panna veinid hinna järgi kasvama. Alajaotused olgu selgelt eristatud ning kergesti mõistetavalt pealkirjastatud.

Ajakiri Wine Spectator julgustab tärni(de) või sobiva ikooniga (nt emotikoni, päikese, lillega) ära märkima näiteks orgaanilised veinid, jääsuhkruga veinid, „meie sommeljee soovitab“, „haruldane“ jne. Joël Robuchon märgib oma 120-leheküljelisel joogikaardil veinide juurde Robert Parkeri, Wine Spectatori jt autoriteetide kõrgeid hinded kujul *RP95*.

Lühikese veinivalikuga kohale sobib lihtne ühetasemeline jaotus: vahutavad, valged, roosad, punased, kangendatud või magusad veinid.

Nende kategooriate sees on joogid järjestatud hinna järgi, kusjuures iga kategooria ette on toodud klaasiveinid. Seda süsteemi kasutab ka restoran Controvento.

Kes ennast veinikaardi koostamisel juba kindlalt tunneb ning eristuda soovib, võib katsetada kategoriseerimist mingil muul loogilisel alusel, näiteks menüü järgi. Väiksema joogivalikuga kohas pole ju kliendil raske teha valikut kaardist, kus veinid on rühmitatud näiteks kui „tervitusjoogid“, „salatite juurde“, „kala juurde“, „vorstide ja seaprae kõrvale“, „loomalihatoidu kaaslaseks“ ja „desserti täiendamiseks“.

Kiiresti veini leida aitav joogikaart teeb kliendi õnnelikuks: ta tunneb end kindlalt ja sõltumatult ning võimalik, et peamurdmiselt kokku hoitud aja tõttu jõuab midagi lisaks tellida.

### KIRJELDUSE KORREKTSUS JA ÜHETAOLISUS

Iga veini kohta on vaja edasi anda lisaks hinnale ja pudeli/klaasi suurusele vähemalt neli näitajat:

1) veini nimi koos olulise laiendiga, nagu Crianza, Reserve jne. Veini nimi sisaldab väga sageli viinamarjasordi nimetust ning ühe aia veinide puhul selle aia nime. Tihtipeale on aga tegu puhtalt

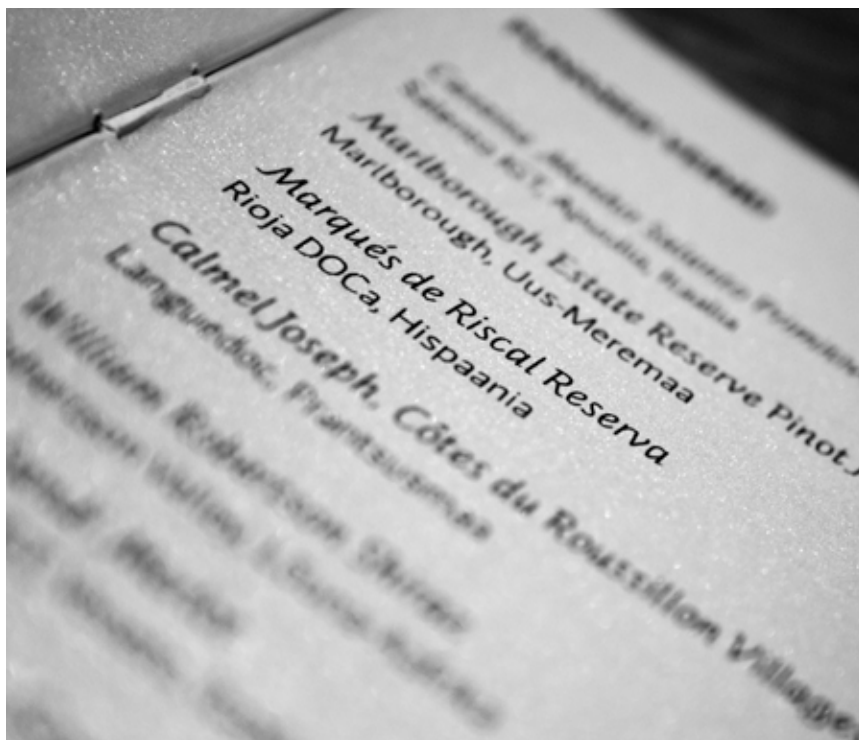


FOTO: TANEELEGI

Paigutage tekst loogiliste osadena, eristage need omavahel lahkelt tühja pinna ning selgete vahepealkirjadega. Tekst olgu sellise suuruse ja kontrastsusega, mis võimaldab kirja lugeda ka restorani hubases hämaruses. Kui te ei suuda vastu panna kursiivi kasutamisele, olgu tähed veelgi suuremad. Joogikaardi paber võiks olla valgust mitte peegeldav.

- turundusliku fantaasianimega;
- 2) apellatsioon või päritolupiirkond (samuti riik, kui seda ei olnud näidatud vahepealkirjas);
- 3) tootja;
- 4) aastakäik.

Esitusjärjekord võib erineda, kuid olgu ühetaoline kaardi algusest lõpuni, näiteks: aastakäik – veini nimi – apellatsioon – tootja (2009 Coudoulet de Beaucastel, Côtes du Rhône AC, Château de Beaucastel). Võimalik on esitus ka muudmoodi järjekorras: *Coudoulet de Beaucastel 2009, Côtes du Rhône AC, Château de Beaucastel* või *Château de Beaucastel, Coudoulet de Beaucastel, 2009, Côtes du Rhône AC*.

Lugemise teeb kergemaks, kui n-ö võtmesõna on kõige ees: *Soave Classico La Rocca DOC Pieropan* on kergemini hoomatav kui *Pieropan Soave Classico La Rocca DOC*. Aastaarv kõige ees seda vaatlemist siiski ei sega. Šampanjasid on kergem lugeda, kui kõige ette on toodud tootja (aastakäiku arvestamata), vastasel korral algaks suur osa neist sõnaga *Brut* või *Brut Grand Cru*.

Mõnedki maailmakuulsad restoranid (nt The Fat Duck, The Ledbury) on seda erandit endale lubanud (ülejäänud kaardil on veini nimi tootjast eespool), mõned (sh Noma ja Alain Ducasse at The Dorchester) aga mitte.

Teatud piirkondade puhul tuleb silmas pidada erisusi. Bordeaux's, kus iga tootja ehk *château* teeb enamasti vaid üht valget ja/või punast veini, ongi veini nimeks tootja nimi. Château Clinet, Pomerol AC sildil on *Château Clinet* nii veini nimetuse kui ka tootja tähiseks. Mõnikord langeb veini ja apellatsiooni nimi kokku – näiteks Richebourg Grand Cru AC, tootja Domaine de la Romanée-Conti või Côte-Rôtie AC, tootja Maison Nicolas Perrin. Kuna nende apellatsioonide puhul on reeglitega määratud, millistest viinamarjasortidest tohib selles piirkonnas veini üldse teha, ei ole vajadust esimesel juhul *Pinot Noir* ja teisel juhul *Syrah* sildile kirjutada. Eriti tavaline on see Prantsuse veinide puhul, v.a Alsace ja Lõuna-Prantsusmaa.

Võimalik, et teie külastajad on

tänuksid ning te müüte rohkem, kui lisate iga veini alla selle lühikeste stiilikirjelduse. Aroomis kirs- või ploominüansside üleslugemisest, rääkimata jasmiinist ja kannikesest, ma mingit kasu ei leia. Küll aga aitaks kogenematul veinisõbral valikut teha teadmine veini kerguses või täidlusest, happelisusest, tammevaadi kasutamisest, jääksuhkrust, tanniinidest jne. Vältida tuleks erialatermineid, nagu *malolaktiline* jt. Külastajad, kes ei julge või ei soovi teenindajalt veinide kohta nõu küsida, saavad oma valiku kergemini ja vähemate eksimustega tehtud. Neile aga, kes soovivad enne tellimist oma otsuse läbi arutada, teeb eelnev kirjeldus küsimuste formuleerimise kergemaks.

## GRAMMATIKA JA KIRJAVEAD

Kuigi veinide nimed on mõnikord keerulised, kaotate klientide usalduse, kui te ei suuda isegi seda sildi pealt vigadeta maha kirjutada. Õppige ükskord ära, kuidas arvutiklaviatuuril võtta aktsendimärke ja erilisi tähti, ning kasutage neid! Ärge kopeerige nimetusi mõtlema-tult maaletooja hinnakirjast või arvelt. Ärge lisage veini nimesse etiketidelt sõnu või tähistusi, mõlemata nende sisule. Näiteks ühe 50 parima restorani nimekirjas kõrgel kohal asuva restorani veinikaardil seisis mitu aastat *Valpolicella DOC Zeni, Bardolino*. Valpolicella ja Bardolino on veinide nimed, mida valmistatakse kindlaksmääratud reeglite kohaselt samanimelistes apellatsioonides. Itaalia tootja Zeni teeb mõlemat, kuid ei villi neid ju ometi ühte pudelisse. Võimalik, et kaardi koostajale sai saatuslikuks Valpolicella-pudeli tagasildilt loetud tootjafirma aadress Bardolino linnakeses.

## VEINIDE JA VEINIPIIRKONDADE VALIK

Arvestage oma restorani spetsiifikat. Hea veinikaart peab pakkuma piisavalt laia valikut, kuid ei pea sealjuures olema pikk. Paarkümmend lehte on küll põnev lugemine asjatundjale, ent ajab teise osa kliente stressi. Geograafiline

laiaulatuslikkus tähendab laia valikut, kuid mõni rahvusrestoran võib edukalt läbi ajada ka ühe maakonna saja kilomeetri raadiusest pärinevate veinidega.

Kõlab elementaarsena, aga vajab ikka ja jälle rõhutamist, et veinikaart peab toetama menüüd ning sealt peab olema võimalik leida paar hästi sobivat veini IGA toidu juurde. Idamaise menüüga restorani kaardis võib olla kümneid Chablis'sid, ent kui seal pole ainsatki Rieslingut, tellib asjatundlik klient ühe õlle. Vaadake oma veinivalik selle pilguga üle.

Soovi korral võib sobivused veinikaardil välja tuua, kuid ilmingimata peavad teenindajad olema õpetatud veine ja toite ka ise kokku sobitama. Kasutage ka raamatute ja interneti abi, kahtluse korral konsulteerige mõne asjatundjaga. Veiniinimesed on sõbralikud ning tihtipeale heas mõttes edevad: nad ei keeldu teiega oma teadmisi jagamast, kui näevad, et olete elementaarse kodutöö ise tublilt ära teinud.

Proovige võtta nimekirja nii teada-tuntud tootjate ja piirkondade veine kui ka üht-teist vähetuntuist veiniseikluste otsijatele. Iga vein on investering ning sellena peab tal olema kindel põhjus, miks ta on veinikaarti võetud. Kõige tähtsam põhjus on sobivus mingi toiduga teie menüüst, teisteks põhjusteks võivad olla sobivus tervitusjoogiks, soov katta oma valikuga teatud piirkonnad või viinamarjasordid jms.

## HINNATASE

Veinide valikul ja hindade kujundamisel tuleks vältida liigset kontrasti toitade hindadega. Mõistlik on hoida kaardil mõnda tagasihoidlikuma numbriga Rieslingut või Pinot Noiri ning teist eksklusiivsemat neile, kel on tahtmine või vajadus sel õhtul rohkem kulutada. Lõuna pool Euroopas olevat rusikareegel, et kahesesse lauda tellitakse tavaliselt sellise hinnaga pudel, nagu maksab ühe inimese toit. Meil siin põhjamaades ei tule vähemalt mina sellega sageli välja.

## KLAASIVEIN

Küsimust sellest, milliseid veine pakkuda klaasiga, võib käsitleda väga sügavalt ning teema vääriks eraldi artiklit. Sageli on Eesti restoranides klaasiveinide valikusse pandud mõned odavamad või parasjagu maaletooja eripakkumises olevad nimed. Restorani renomeele ja läbimüügile tuleks kõvasti kasuks valik läbi mõelda. Klaasivein ja odav vein ei ole ega pea olema sünonüümid. Siinkohal oleks kohane tsiteerida maailmas enim Michelini tärne saanud restoranide peakokka Joël Robuchoni: „Me pöörame oma klaasiveinide valimisele sama palju tähelepanu kui toidule“. Nagu näeme, tellivad ka tema restoranide külalised veini klaasiga ning keegi ei arva, et nad teevad seda odavuse pärast.

Põhjuseid klaasiveini tellimiseks on palju ning need on teada. Valige klaasiveiniks midagi vahutatavatest, mõni kerge valge ja keskmise täidlusega punane ning hoolitsege, et need esindaksid eri hinnatasemeid. Veinikaardil võib klaasiveinid tuua eraldi kategooriana kõige ette, paigutada vastavate alajaotuste esimesteks või märkida iga klaasiga saada oleva veini hinna juurde 15 cl x eurot, 75 cl xx eurot, jättes joogi oma loogilisele kohale kaardil. Kliendi küsimusele, millal klaasiveini pudel avati, andke alati aus vastus.

## ERI SUURUSEGA PUDELID

Võtke kaardile piisav valik väike-seid, 0,375 l pudeleid. See julgustab külastajaid eksperimenteerima ning on mõistlik lahendus olukorras, kus üks klient soovib valget ja teine punast või sama klient eelroa juurde üht ning põhiroa juurde teist värvi veini. Üksikule külastajale on väike pudel päästev alternatiiv sageli igavavõitu klaasiveinidele.

Magnum-pudelid (1,5 l) on meie restoranikultuuris teenimatult tagaplaanil. Magnum ei tähenda pelgalt topeltsuurust. Eelkõige tuleb silmas pidada, et magnumis areneb sama vein johtuvalt kor-

gi alla jääva õhu ja pudelis oleva joogi koguse eri proportsioonist teisiti kui tavasuurusega pudelis. Tulemusena maitseb sama sisu magnumpudelis küpsenuna ALATI paremini. Proovige ja veenduge ise.

Teine magnumi eelis on see, et magnum mõjub lauas pidulikumalt ja elevust tekitavalt. Miinusena saab see samadel põhjustel ka kiiremini tühjaks kui kaks tavapudelit. Olukorras, kus ainuüksi Liviko poes aadressil Lootsi 9 on müügil 50 eri magnum-veini, pole veinisõpradel enam mingit vabandust magnum-pudeleid ignoreerida.

Eeltoodud soovitude näitlikustamiseks ning arusaamade kinnistamiseks soovitan netis üle vaadata, kuidas on koostatud Eesti parimad joogikaardid restoranides Dominic, Leib, Ribe, Platz, Horisont ja Tchaikovsky. Visake pilk ka enne mainitud maailma 50 parima hulka kuuluvate restoranide veinikaartidele. Seejärel võtke enda joogikaart ning tehke vajalikud parandused. Kui oleksite seda teinud juba suvel, oleks teiegi kaart praegu parimate esikümnes.

President Ilves ütles hiljuti uusi kodanikke tervitades, et Eestis on lihtne saada maailma parimaks. Käsitatud teema kontekstis ei näe ma mingit takistust muuta iga Eesti restorani joogikaart vähemalt oma vormilt maailma parimaks ning Eesti aastaga maailma parimate joogikaartidega maaks. VINE lugejatele ja kõigile veinisõpradele soovitan lõbusat viisi, kuidas selle eesmärgi saavutamises kaasa lüüa. Kui märkate kusagil joogikaarti, uurige loogika-, fakti- või trükivigu ning pakkuge pererahvale iga avastatud vea eest üks euro arvest maha lahutada. Iga restoran, kes on oma kaardi kallal vaeva näinud ning andnud artikli valguses selle veel kord üle vaadanud, võib teie pakkumise julgelt vastu võtta, sest kaalul on vaid üksikud eurod. Uskuge, see on lustlik ning ühiselt võidame kõik.

Joogikaardi ülejäänud osad – karastusjoogid, teed, kohvid, õlled, kanged ja kokteilid – võtab VINE vaatluse alla loodetavasti millalgi tulevikus.