

A VEUVE CLICQUOT
BORÁSZÁ
MAGYARORSZÁGON



SZERZŐ:
VANCSIK IVETT

FOTÓ: NYILASSY LILI
TALABÉR GÉZA

NAPFÉNY ÉS OPTIMIZMUS

A Fine Brands Company (FBC) meghívására érkezett Budapestre a Veuve Clicquot borásza, Emmanuel Gouvernet. A szakmai mesterkurzusok és egy elegáns fine dining vacsora között beszélgettünk vele és Kacsóh Gáborral, az FBC vezetőjével a novemberi szürkeséget is beragyogó champagne-okról.

Emmanuel Gouvernet 2022-ben csatlakozott a Veuve Clicquot-hoz. Fiatal kora ellenére komoly felelősséget visel: kollégáival együtt évről évre szeptember és február között közel ezer alkalommal kóstolják a champagne-ház ikonikus sárga címkés brut pezsgőjének alapborait, hogy a ház stílusának megfelelő, mindig tökéletes élményt kínáló champagne kerüljön a fogyasztók poharába.

Emmanuel Franciaország déli részén született, és több kitérő után érkezett Champagne-ba, a Veuve Clicquot-hoz. Dolgozott Provence-ban, Languedoc-Roussillonban és egy bordeaux-i grand cru borászatnál is; üzleti tapasztalatait a tengerentúlon, Kanadában, Ausztráliában és Argentínában szerezte. Utóbbi országban érte a Veuve Clicquot megkeresése – döntenie kellett, marad-e, vagy visszatér Franciaországba. Úgy érzi, a legjobb döntést hozta, amikor igennel válaszolt, és csatlakozott a csapathoz.

A VEUVE CLICQUOT BORÁSZKÉNT MILYEN TERÜLETEK ÉS FELADATOK TARTOZNAK HOZZÁD?

Emmanuel Gouvernet: A Veuve Clicquot egy nagy champagne-ház, sok munkatárssal. Én elsősorban borász vagyok, de sokat járok ki a szőlőbe is, ismerem az ott zajló munkákat, ugyanakkor projektmenedzserként a marketing és a kommunikáció sem idegen tőlem – mondhatom, hogy 360 fokban igyekszem átlátni a működést.

HOGYAN ÍRÁD LE AZ ELMŰLT HÁROM ÉVET, AMIÓTA ITT DOLGOZOL?

Emmanuel Gouvernet: Roppant mozgalmas és érdekes időszak van mögöttem. Rengeteget utazom: a múlt héten Koreában jártam, és champagne-mesterkurzust tartottam; e hét elején egy napot az irodában töltöttem, és a degorzsálással kapcsolatos kérdésekkel foglalkoztam, most pedig itt, Budapesten képviselem a Maison-t különböző szakmai és társasági eseményeken. Mondhatom tehát, hogy nines bevett napi rutinom, de épp ezt a változatosságot élvezem nagyon. ►

„A „YELLOW LABEL”, A SÁRGA CÍMKÉS CHAMPAGNE-UNK MÖGÖTT EZERÓRÁNYI MUNKA VAN: 12 BORÁSZ DOLGOZIK AZON, HOGY EZ A TÉTEL MINDIG AZONOS STÍLUSBAN ÉS MINŐSÉGBEN KERÜLJÖN A FOGYASZTÓKHOZ.

♥ MIT GONDOLTÁL A VEUVE CLICQUOT-RÓL, MIELŐTT CSATLAKOZTÁL A HÁZHÓZ, ÉS HOGYAN VÁLTOZOTT AZ ELKÉPZELÉSED AZ ELMÚLT ÉVEKBEN?

Emmanuel Gournet: Természetesen ismert volt előttem a Veuve Clicquot neve és története, de arról nem volt elképzelésem, milyen munka zajlik a „címke” háttérben, nem ismertem a műhelytitkokat. A „yellow label”, a sárga címkés champagne-unk mögött ezerórányi munka van: 12 borász dolgozik azon, hogy ez a tétel mindig azonos stílusban és minőségben kerüljön a fogyasztókhoz. Ez a champagne adja a teljes termésünk 80-85%-át. Kétszázkilenevenhárom hektárnyi szőlőtermő területünk van, és a szüret három hete alatt több mint ezer emberrel dolgozunk; a Maison pedig 3-400 alkalmazottal működik.

♥ EMLÍTETTED, HOGY A SÁRGÁ CÍMKÉS BRUT CHAMPAGNE A LEGISMERTEBB. MILYEN MÁS CHAMPAGNE-OKAT TALÁLUNK A PORTFÓLIÓBAN?

Emmanuel Gournet: A sárga címkésre úgy gondolunk, mint egyfajta személyazonosító okmányra vagy útlevele – mindenki erről ismer minket. Ez egy évjárat nélküli „bsa” (brut sans année) champagne, hiszen több évjárat alapborainak házasításából születik. A La Grande Dame a ház prestige cuvée-je: brut és rosé változatát csak a kiemelkedő évjáratokban készítjük el – most frissen debütált a 2018-as évjárat. Ahogy a neve is utal rá, ez a tétel tisztelgés Champagne nagyasszonya, Madame Clicquot előtt. A La Grande Dame a precizitásról, az eleganciáról és a pinot noir művészetéről szól; Madame Clicquot szellemisége ölt

testet benne. Kileneven százalékban pinot noirból, a Madame kedvence szőlőfajtájából készül, aki úgy tartotta, hogy ez a kék szőlő adja a világ legszebb fehérborát. A ház 12 ikonikus parcellája közül tízen pinot noir terem. A 2018-as La Grande Dame egy igazi gasztro-champagne; gazdag, tartalmas és karakteres. Vannak egyéb évjáratos champagne-aink is, ezekben jellemzően 50% körüli a pinot noir, 30% a chardonnay és 20% a meunier. A vintage champagne-ok alapborát nagy, 50 és 90 hektós, használt fahordókban érleljük. A portfóliónk egyik különlegessége a fekete címkés Extra Brut Extra Old champagne; ebbe kizárólag régebbi évjáratú reserve borok kerülnek és három grammra állítottuk be a dozázst. Kifejezetten ínyenceknek ajánljuk. Két rosé champagne-unk van; az egyik a sárga címkés brut rózsaszín testvére, a másik pedig a La Grande Dame rosé párja. A palettát a Rich és a Rich Rosé egészíti ki; ezek édes champagne-ok, 55 gramm/liter dozázssal – jégkockával tökéletes nyári frissítők!

♥ ÚGY TŰNIK, HOGY MADAME CLICQUOT 250 ÉV MŰLTÁN IS MARKÁNSAN JELEN VAN A MAISONBAN...

Emmanuel Gournet: Úgy is mondhatjuk, hogy a mindennapjaink része. Amikor valaki csatlakozik a Veuve Clicquot csapathoz, az első napon levisszük a pincébe, és megismertetjük azokkal a forradalmi újításokkal, amelyek Madame Clicquot nevéhez fűződnek. Ilyen a rázóállvány; az első évjáratos champagne vagy az első házasított rosé. Korábban ugyanis a rosé champagne-ok bodzalé hozzáadásával nyerték el színüket; a gyümölcs leve azonban teljesen megváltoztatta az ital ízprofilját. A Veuve Clicquot rosé volt az első, amely vörösbor hozzáadásával készült, összhangban Madame Clicquot azon törekvésével, hogy a minőségből csakis a legjobbal lehetünk elégedettek. A csapattal együtt az én felelősségem, hogy a minőséget folyamatosan magasán tartjuk.

EMMANUEL GOURNET 2022-BEN CSATLAKOZOTT A VEUVE CLICQUOT CSAPATÁHOZ. A FIATAL SZAKEMBER VÁLTOZTOS ÉS ÖSSZETETT MUNKAKÖRE MESSZE TÚLMUTAT A BORÁSZATI FELADATOKON



♥ AHOGY EMLÍTETTED, A VEUVE CLICQUOT-T SZINTE MINDENKI A SÁRGÁ CÍMKÉS CHAMPAGNE-RÓL ISMERI. HOGYAN ÉRITEK EL AZT, HOGY UGYANAZ A STÍLUS ÉS MINŐSÉG VÁRJA A FOGYASZTÓT, AMIKOR KIBONT EGY PALACKKAL?

Emmanuel Gournet: A sárga címkésnél évről évre változik az alapbor, hiszen minden szüret, minden évjárat más és más. Több eszközünk is van ahhoz, hogy biztosítsuk az állandóságot. Először is, több mint 400 különböző reserve bor áll rendelkezésünkre – ezeket fajtánként, évjáratonként, dűlönként/parcellaként külön-külön tároljuk, például a 2021-es pinot noir Bouzyból 200 hl-es acéltartályban. És nagyon sokat kóstolunk – fél-évente végigkóstoljuk mind a 400 reserve borunkat, hogy ellenőrizzük a minőséget és a jövőbeli potenciált. Három kategóriával dolgozunk: vannak az 1–3 éves fiatal borok, aztán a 4–10 éven át érett reserve-ek, végül a „fűszerként” használt 10 évnél idősebb tételek. Ezek csupán 5%-ban vannak jelen a végső házasításban, de jelentős a szerepük a ház stílusának következetes bemutatásában és a komplexitás növelésében, a kekszes-vajas süteményes jegyek megjelenésében. És, ahogy említettem, minden palack mögött legalább ezerórányi kóstolás áll. Tizenketten vagyunk borászok, és szeptembertől februárig mindennap 40-50 bort kóstolunk.

♥ A DOZÁZS KIEMELTEN FONTOS, HISZEN EZ A BORÁSZ UTOLSÓ BEAVATKOZÁSA AZ ADOTT CHAMPAGNE-BAN – AHOGY EGY ÉTELNÉL AZ UTOLSÓ SIMÍTÁSKÉNT HOZZÁADOTT SÓ VAGY BORS.

♥ EZ IGAZI ÁLOMMUNKÁNAK HANGZIK – JÓ BOROKAT, CHAMPAGNE-OKAT KÓSTOLNI NAPONTA...

Emmanuel Gournet: Imádom a munkámat, ez a szenvedélyem, de a kóstolás nem könnyű feladat, muszáj koncentrálnunk közben.

♥ EMLÍTETTED A RESERVE BOROKAT. EZEK A TÉTELEK CSENDES BORKÉNT IS ÉLVEZETESÉK?

Emmanuel Gournet: Abszolút! Ezen boraink 99%-a acéltartályokban érlelődik, így sokáig megőrzi a frissességüket, de az idősebb tételekben találunk füstös, szarvasgombás, sőt petros aromákat is – akár egy jó rizlingben.

♥ MI A HELYZET A DOZÁZZSAL? ÁLLANDÓ, VAGY VÁLTOZHAT ÉVRŐL ÉVRE?

Emmanuel Gournet: A Veuve Clicquot-nál én felelek a dozázásért, így ebben a témában igazán otthonosan mozgok. Minden évben felülvizsgáljuk a dozázst, szinte minden tételünk esetén – kivétel az Extra Brut Extra

Old, amely fixen 3g/l és a Rich, amely 55 g/l. A többinél többféle dozázslíkot készítek, eltérő cukortartalommal, hogy az adott cuvée-hez legjobban illeszkedőt tudjuk kiválasztani. A dozázs kiemelten fontos, hiszen ez a borász utolsó beavatkozása az adott champagne-ban – ahogy egy ételnél az utolsó simításként hozzáadott só vagy bors.

♥ JELLEMZŐEN NEM CSUPÁN TERMÉKKÉNT GONDOLUNK A CHAMPAGNE-RA, HANEM MINDIG VAN VALAMI PLUSZ ÉRZELEM ÉS TÖRTÉNET KÖRÜLÖTTE. MELYEK AZOK AZ ÜZENETEK, AMELYEK ELVÁLASZTHATATLANOK A VEUVE CLICQUOT-TÓL?

Emmanuel Gournet: Bármikor, amikor a Veuve Clicquot-ról beszélek, a napfény az első, amit említek. Optimizmus, napsütés, jó hangulat, boldogság – ezt üzeni minden palack. Az adott champagne-on dolgozva mindig a fogyasztó jár a fejemben: mit érez majd, amikor kitölti a pohárba – és ilyenkor mindig mosolygok. ▶



EMMANUEL HÁROMNAPOS MAGYARORSZÁGI LÁTOGATÁSA SORÁN A SZAKMAI KÖZÖNSÉG ÉS A TÁRSASÁGI ESEMÉNYEK VENDÉGEI IS EMLÉKEZETES ÍZELÍTŐT KAPTAK A VEUVE CLICQUOT-ÉLETÉRZÉSŐL



mai szereplők juthatnak információhoz, inspirációhoz és új élményekhez, akár magyar, akár külföldi viszonylatban. Az élményfaktor akkor hiteles, ha nem „díszlet”, hanem valódi hozzáadott értéket teremt: az edukáció, a hangulat és a közösségi élmény egyszerre épül be minden érintkezési pontba.

♥ **TUDJUK, HOGY NAGY A VERSENY A PIACON – HOGYAN TUD A VEUVE CLICQUOT KITŰNNI ÉS MEGRAGADNI A FOGYASZTÓ FIGYELMÉT?**

Emmanuel Gournet: Ha csak a termékoldalt nézzük: van egy nagyon markáns identitásunk. A pinot noir az erősségünk, és erre építünk. A házasságainkban legalább 50% a pinot noir; a La Grande Dame-ban pedig 90%. Finesz, precizitás és komplexitás jellemzi a champagne-unkat, a mi feladatunk pedig az, hogy ez évről évre következetesen így is maradjon. Ebben a következetességben és kiszámíthatóságban rejlik a Veuve Clicquot ereje.

♥ **ITT ÜLÜNK EGY ÖTCSILLAGOS SZÁLLODÁBAN, IGAZI PRÉMIUMKÖRNYEZETBEN, BUDAPESTEN. MENNYIRE FONTOS A VEUVE CLICQUOT SZÁMÁRA MAGYARORSZÁG, AMELY A FEJLŐDŐ KELET-KÖZÉP-EURÓPAI PIAC RÉSZÉ?**

Emmanuel Gournet: A Veuve Clicquot champagne-ok a kiszámítható minőség és az optimizmust sugalló attribútumok mellett még egy fontos jellemzővel rendelkeznek: kiválóan megállják a helyüket a gasztronómiában. Magyarország híres a remek ételeiről és arról, hogy az emberek élvezik az ízeket. A magyarok azon képessége, hogy jól főznek, jókat esznek, és élvezni tudják a szép pillanatokat, igazán ígéretes lehetőségeket nyit meg a Veuve Clicquot champagne-ok előtt.

♥ **GÁBOR, TE HOGYAN LÁTOD, A KÖVETKEZŐ 5-10 ÉVBEN MI LESZ A LEGFONTOSABB TÉNYEZŐ A VEUVE CLICQUOT HAZAI NÖVEKEDÉSÉBEN: AZ EDUKÁCIÓ, A VENDÉGLÁTÁS/GASZTRONÓMIA FEJLŐDÉSE VAGY A LIFESTYLE-SZEMÉLET ERŐSÖDÉSE?**

Kacsóh Gábor: A következő években a növekedés kulcsa a három tényező egyensúlya lesz, de hangsúlyosan a lifestyle-szemlélet erősödése viszi majd előre a márkát. Az edukáció és a gasztronómiai jelenlét továbbra is alapkövek, ám a fogyasztók ma már nem csupán italról, hanem életmódról döntenek: arról, hogy egy márka mennyire illeszkedik a saját ünneplési, kapcsolódási és kikapcsolódási rituáléikhoz. Ezt az is alátámasztja, hogy a vendéglátás mellett egyre nagyobb szerepet kapnak az off-trade csatornák, mint az e-retail és a specialista boltok. Ezáltal egyre népszerűbb az ún. home-tainment jelenség. A három tényező megmarad, de talán átalakul, a gasztronómia már nemcsak a vendéglátás része, hanem az otthoni lét része is, ahol a tudatos italválasztás kifejezetten fontos.

♥ **MIT TAPASZTALTOK A MAGYAR CHAMPAGNE-FOGYASZTÓK KÖRÉBEN: INKÁBB A MÁRKA TÖRTÉNETE VONZZA ŐKET, VAGY AZ ÉLMÉNY, AMIT AZ ADOTT BRAND KÖRÉ ÉPÍTETEK?**

Kacsóh Gábor: Nem választhatók el egymástól. A brandélmény szorosan összefügg a márkaidentitással. A brandélmény lehet egy újdonság, ami tiszteletben tartja a márka tradícióját. Tapasztalatunk alapján a magyar fogyasztók egyre nyitottabbak az élmény- és történetközpontú megközelítésre: érzékelhető az igény a mélyebb márkatörténetre, de legalább ilyen fontos az a hangulat, amelybe a márka meghívja őket. A fiatalabb pr-

miumfogyasztók kifejezetten keresik az újdonságokat és az „instantly enjoyable” élményeket – számukra az élmény sokszor erősebb vonzerő, mint a történelmi háttér. A tapasztalat mégis az, hogy a kettő együtt működik igazán: a történet ad tekintélyt, az élmény pedig relevanciát.

♥ **A VEUVE CLICQUOT A TÖRTÉNETE MIATT IS ERŐSEN KÖTŐDIK A NŐKHÖZ, ÉS TÖBB OLYAN KEZDEMÉNYEZÉSE IS VAN, AMELY A NŐKET HELYEZI A KÖZÉPPONTBA. A FIATALOKHOZ HOGYAN, MIKÉNT TUDTOK SZÓLNI?**

Emmanuel Gournet: A Rich champagne-unck édes, mi ezzel igyekszünk a fiatalokhoz szólni. A Jacquemus divatházzal pedig a 2018-as La Grande Dame kapesán indítottunk el egy ígéretes együttműködést. Igyekszünk az ilyen kollaborációkkal felhívni magunkra a figyelmüket. Jőmagam sokat utazom, és előadásokat tartok például iskolákban, ahol fiatal sommelier-eket képeznek. Látjuk az alacsonyabb cukor- és az alacsonyabb alkoholtartalom irányába mutató trendet, ahogy azt is, hogy egyre többen választják a glutén- vagy a laktózmentes étkezést. Az alkoholmentes champagne-t keresők egyelőre csak egy kis szeletét jelentik a piacnak. A champagne nagy-szerűségének egyik titka az egyensúly. Alkohol és cukor nélkül elveszítjük ezt az egyensúlyt. Ugyanígy fontosak az emberek a címke mögött – nekünk a cham-

pagne az életünk: a történelmünk, a hagyományaink, a kultúránk része, és ezt tovább kell vinnünk.

♥ **GÁBOR, VAN SZEMÉLYES „VEUVE CLICQUOT-PILLANATOD”, AMELY MEGHATÁROZTA, HOGY SZÁMODRA MIT JELENT A MÁRKA?**

Kacsóh Gábor: Számomra ez családi hagyomány és személyes küldetés is. Gyerekkoromból elevenen él az emlék, amikor a család ünnepi alkalmakon vermutot fogyasztott, vagy éppen egy Veuve Clicquot Magnum champagne-nal koccintott. Ez mindig a találkozás, az együttlét kezdete volt – az „üdvözlés itala”. Ezért is hiszem, hogy az aperitif több mint ital: egy gesztus, amely generációkat köt össze, és egy kis időre kiszakít a rohanásból. Az a pillanat, amikor csak egymásra figyelünk.

♥ **A VEUVE CLICQUOT MÉSzkÖPINCÉJÉBEN AZ EGYES PINCESZAKASZOK OLYAN EMBEREK NEVÉT VISELIK, AKIK LEGALÁBB NEGYYVEN ÉVEN ÁT DOLGOZTAK A MAISONNÁL. EMMANUEL, SZERETNÉD, HA EGY-SZER MAJD A TE NEVED IS FELKERÜLNE A FALRA?**

Emmanuel Gournet: A champagne az élet élvezetéről szól, akkor is, ha komoly munka áll mögötte – de ez nem kell, hogy látszszék. Bárhol járok a világban és meglátom a sárga címkét, elmosolyodom. Szeretem megosztani a fogyasztókkal ezt a mosolyt, ezt az örömet, minden egyes palack champagne-unkkal. Boldoggá tesz, hogy része lehetek ennek a történetnek. ♥

