



EMMANUEL GOUVERNÉT AZON BORÁSZOK KÖZÉ TARTOZIK, AKIK NEMCSAK A SZŐLŐBEN, HANEM GONDOLKODÁSBAN IS ŐRZIK A TRADÍCIÓK ÉS ÚJÍTÁSOK FINOM EGYENSÚLYÁT. A VEUVE CLICQUOT FIATAL, DE MÁRIS MEGHATÁROZÓ SZEREPLŐJE OLYAN TERMÉSZETESSÉGGEL BESZÉL A TÖBB MINT 250 ÉVES ÖRÖKSÉGRŐL, MINTHA MAGA IS ANNAK RÉSZÉKÉNT SZÜLETETT VOLNA.

A BORÁSZ, AKI SZERINT A CHAMPAGNE NEM ÜNNEPI KELLÉK, HANEM ÉLETÉRZÉS

Emmanuel számára a champagne nem pusztán az ünneplés itala, hanem fine wine, egy élő, fejlődő műfaj, amely akkor marad modern, ha egyszerre tiszteli a múltat és bátran vállalja az innovációt. A fenntartható szőlőművelés, az alázatból fakadó szakmai kíváncsiság része annak a szemléletnek, amelyet nap mint nap képvisel Gouvenet. A borász szerint a champagne jövője abban rejlik, hogy képes legyen ugyanúgy megszólítani a hagyományok szerelmeseit, mint az új generációt, méghozzá szenvedéllyel, elevenséggel és egy csipetnyi Clicquot-féle merészséggel.

Hogyan indult a személyes kapcsolatod a bor- és champagne-készítéssel? Emlékszel, hogy mi volt az első impulzus? A családom nem a Champagne-régióból származik, hanem Dél-Franciaországból, Montpellier és Marseille környékéről

– a Földközi-tenger mellől, ahol gyerekként állandóan intenzív illatok és ízek vettek körül. Édesapám hentes és séf volt, a nagyapám pedig szőlőtermesztő a Languedocban, így nagyon korán megtanultam tisztelni

” **A SZÜLEIM ÉS NAGYSZÜLEIM RENGETEGET MESÉLTEK A KÉZMŰVESSÉGRŐL, A FÖLD SZERETETÉRŐL, ÉS ARRÓL, MENNYIRE FONTOS ŐRIZNI AZ AUTENTIKUSSÁGOT.”**

a nyersanyagokat, a hagyományt és a francia savoir-faire lényegét. A szüleim és nagyszüleim rengeteget meséltek a kézművességről, a föld szeretetéről, és arról, mennyire fontos őrizni az autentikusságot. Később biokémiát és biológiát tanultam, de éreztem, hogy a tudást szeretném a két kezem munkájával is összekapcsolni. A borhoz való visszatérés számomra olyan volt, mint hazatalálni: visszalépni a gyökereimhez és a gyerekkori emlékekhez. Bejártam Franciaország borvidékeit, és amikor végül a Veuve Clicquot felkért erre a pozícióra, szinte azonnal igent mondtam. A márka különleges számomra, mert egyszerre képviseli a több évszázados francia mesterségbeli tudást és az innováció nyitottságát.

Mi jelenti a legnagyobb kihívást a champagne-készítésben? Talán az, hogy folyamatosan egyensúlyozunk múlt és jövő között. A Veuve Clicquot több mint 250 éve létezik, és ez nem teher, inkább egyfajta iránytű: tudjuk, honnan jövünk, és mit kell továbbvinnünk. A minőség állandó, de a világ körülöttünk változik. A globális felmelegedés, az ökológiai lábnyom csökkentésének igénye, a fenntartható szőlőművelés új elvárásai, ezek mind olyan tényezők, amelyekhez alkalmazkodnunk kell. A kihívás az, hogy a tradíciót érintetlenül hagyjuk, miközben a technikáinkat és a szemléletünket folyamatosan fejlesztjük. Tradíció és innováció egyszerre, ez a mi nagy feladatunk.

A fenntarthatóság egyre hangsúlyosabb téma. Hogyan reagál erre a Clicquot? A fenntartható szőlőművelésben találtuk meg a választ. Ez a szemlélet egyszerre figyel a biodiverzitásra, a vízhasználatra, az emberi hatások mérséklésére és természetesen a szőlő minőségére. A célunk az, hogy a munkánk ne terhelje a bolygót, hanem együttműködjön vele. Ennek jegyében például télen bárányokat engedünk a szőlősorok közé, ők természetes módon

gondoskodnak a „fűnyírásról”. Emellett takarónövényeket használunk, ami számunkra kulcsfontosságú. Így nincs szükség kémiai vagy akár biotápanyagok pótlására: a talaj természetes úton ásványosodik, és újra megerősödik benne az élővilág. Ez a fajta gazdálkodás nemcsak fenntartható, hanem hosszú távon még jobb minőségű szőlőt is eredményez.

A champagne mindig is a luxus és az ünneplés szimbóluma volt. Szerinted mitől marad releváns egy eny nyire gyorsan változó világban? Szerintem nagyon fontos, hogy a champagne továbbra is része maradjon az ünneplésnek – ez egy gyönyörű hagyomány, amit érdemes megőrizni. Ugyanakkor én úgy beszélek a champagne-ról, mint a borról. Számomra a champagne elsősorban bor, csak éppen egy különleges érlelési és pezsgősítési folyamaton megy keresztül. Ez egy fine wine, egy elegáns, kifinomult bor, amelyet nemcsak Franciaországban, hanem Ausztráliától egészen Európa különböző régióig ugyanazzal a szemlélettel érdemes élvezni: úgy, mint egy nagy burgundit vagy egy kivételes bordeaux-i grand cru tételt. Az én egyik küldetésem az, hogy átadjam ezt a szemléletet:



Kacsóh Gábor, a Fine Brands Company alapító-vezérigazgatóját arról kérdeztük, mi jelenti a legnagyobb kihívást a champagne értékesítésében? A következő években a növekedés kulcsa a három tényező – edukáció, gasztronómia és lifestyle – egyensúlyában lesz, ugyanakkor egyre inkább a lifestyle-szemlélet erősödése határozza meg a márka előrehaladását. A fogyasztók ma már nem pusztán egy italtól döntenek, hanem arról is, hogy az mennyire illeszkedik a saját ünneplési és kikapcsolódási rituáléikhoz. Ezt a változást jól mutatja, hogy a vendéglátás mellett az off-trade csatornák, az e-retail és a specialista boltok – szerepe folyamatosan nő, és ezzel párhuzamosan egyre népszerűbbé válik a „home-tainment”, ahol a tudatos otthoni gasztronómia és italválasztás kiemelten fontos. A prémiumizáció és az élményfogyasztás trendjét itthon olyan stratégiai pillérekkel lehet tovább erősíteni, mint a limitált, személyre szabott élmények – gasztronómiai párosítások, exkluzív masterclassok, pop-up események, bespoke ajándékok vagy artist kollaborációk –, valamint a helyi véleményformálókkal való együttműködés. Kiemelten fontos azonban a közvetlen kapcsolat azokkal a szakemberekkel, akik végül a fogyasztóval találkoznak. Ennek szellemében hoztuk létre a Fine Brands Society közösséget, amely sommelier-knek, bartendereknek és más szakmai szereplőknek kínál inspirációt, tudást és élményeket – itthon és nemzetközi viszonylatban is. Az élmény akkor hiteles, ha nem díszlet, hanem valódi hozzáadott értéket teremt: amikor az edukáció, a hangulat és a közösségi élmény minden érintkezési ponton természetesen épül össze.

” **A CHAMPAGNE-KÉSZÍTÉSBEN EGYSZERRE KELL JELEN LENNIE AZ ALÁZATNAK ÉS A KREATÍV BÁTORSÁGNAK.”**

a champagne ne csak előétel mellé vagy ünnepnapokon jelenjen meg az asztalon, hanem ebédhez, vacsorához is. Remekül párosítható különböző fogásokkal, különösen zöldségekkel. Ezért dolgozunk annyi séffel, Michelin-csillagos konyhákkal is: szeretnénk megmutatni, mennyire sokoldalú ital a champagne.

És végül: ha egyetlen üzenetet hagyhatnál a következő generáció champagne-készítőinek, mi lenne az? Egy szó? (nevet) Jó, legyen egy üzenet. Azt mondanám: hallgassatok az idősebb borászokra. Én még a fiatalabb generációhoz tartozom, de tudom, mennyire fontos az alázat. Tanulni, figyelni, kérdezni, ez mindig nélkülözhetetlen. De ugyanilyen fontos, hogy közben legyen bennünk egy kis merészség. Egy kis örülség. Ahogy Madame Clicquot is tette: mert nélküle nem lenne ma az, ami a márka. A champagne-készítésben egyszerre kell jelen lennie az alázatnak és a kreatív bátorságnak. Ez a Clicquot-szemlélet: szerénynek lenni, de közben kicsit merészet álmodni.